

T.C
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI



AVM MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL
DAVRANIŞLARINDA KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN
İNCELENMESİ: ELAZIĞ-MALATYA BÖLGESİNDE
YAPILAN BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Özcan DEMİR

HAZIRLAYAN
Zeynep DENK

ELAZIĞ-2017

T.C
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**AVM MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLARINDA
KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN İNCELENMESİ:
ELAZIĞ-MALATYA BÖLGESİ'NDE YAPILAN BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Özcan DEMİR

HAZIRLAYAN
Zeynep DENK

Jürimiz, 11.08.2017 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. Doç. Dr. İbrahim AKSU
2. Yrd. Doç. Dr. ÖZCAN DEMİR
3. Yrd. Doç. Dr. Cem AYDEMİR

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun...../...../..... tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ömer Osman UMAR
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****AVM Müşterilerinin Finansal Davranışlarında Kartlı Ödeme Sistemlerinin
İncelenmesi: Elazığ-Malatya Bölgesi'nde Yapılan Bir Araştırma****Zeynep DENK****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İşletme Anabilim Dalı****Elazığ-2017; Sayfa: XV+179**

Finansal davranış, tüketim eğilimi gösterip finansal olaylarla karşı karşıya gelen bireylerin harcama, tasarruf, borçlanma ve yatırıma ilişkin kararlarında nakitlerini ve kredilerini yönetebilmeleri konusunda belirleyici olabilmektedir. Finansal davranışın bir boyutu olan, sınırsız tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak yeni ödeme araçlarının gerekliliği doğrultusunda geliştirilen kartlı ödeme sistemleri, tüketicilerin satın alma finansmanında kaynak oluşturması, ülke ekonomisine katma değer yaratması, geleceğe olan güvenin ve yaşam standartlarının iyileştirilmesi açısından hem tüketiciye hem ülke ekonomisine sağladığı katkıları sebebiyle önem teşkil etmektedir. Araştırma neticesinde finansal davranış adı altında yapılacak diğer araştırmalara katkı sağlanması ve hem bireysel hem sektörel açıdan önemli olan kartlı ödeme sistemlerinde bir ödeme kültürünün yerleştirilmesi düşünülmüştür.

Bu çalışmada AVM müşterilerinin finansal davranışlarında kartlı ödeme sistemlerinin işleyişini, gelişimini, kart sahipliğini, kullanım alanlarını, tercihlerini, amaçlarını, beklentilerini, bilinçlerini, görüş-algı ve tutumlarını tespit ederek bunlarla demografik ve sosyoekonomik faktörler arasındaki ilişkinin araştırılması hedeflenmiştir. Bu amaçla Elazığ ve Malatya bölgelerinde alışveriş yapan 420 bireysel müşteriye anket uygulaması yapılmıştır. Anketlerin değerlendirilmesinde betimleyici analizden yararlanılmış, çalışma hipotezlerinin test edilmesinde bağımsız ki-kare testi, bağımsız t-testi, ilişkili t-testi ve Anova (Varyans Analizi) testi uygulanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda faktörler arasında anlamlı ilişkilerin olduğu, kartlı sistemlerin riskli olduğu düşünülmese de kullanım engelleyici değil, açık hesap sistemine kıyasla kartlı ödeme sistemlerinin daha fazla tercih edildiği önemli bulgular arasında yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Davranış, Tüketici Finansmanı, Kartlı Ödeme Sistemleri

ABSTRACT**Master Thesis****The Research of Shopping Mall Customer's Financial Behavior on Card Payment Systems: A Study Performed in Elazığ-Malatya Region****Zeynep DENK****The University of Firat****The Institute of Social Sciences****The Department of Business Administration****Elazığ-2017; Page: XV+179**

Financial behavior may be a determinant on managing cash and loans about expenditure, saving, borrowing and investment decisions of people face to financial events while consuming. An aspect of financial behavior, card payment systems, which are designed because of new payment tool necessity in order to meet the limitless consumer needs, are important due to the contributions made either in consumer or national economy by creating a resource on consumer purchase finance, added value to national economy, a bright future and better life standards. In conclusion of the study, it has been thought that providing resource to the other studies on financial behavior and payment culture for card payment systems as being important both in personal and sectoral bases.

In this study, it has been intended to determine the shopping mall customers' financial behaviors on the process, development, ownership, areas of usage, preferences, aims, expectations, consciousness, opinions and attitudes of card payment systems and search for the relationship between those and demographic and socio-economic factors. With this aim, a public survey has been made to 420 customers who make shopping in Elazığ and Malatya region. While analyzing the surveys, Chi square test, independent t test, associated t test and Anova (Analysis of Variance) have been used. As a result, there is a significant relationship between the variables and card payment systems are commonly preferred with respect to open account system although it has been thought riskier.

Key Words: Financial Behavior, Consumer Finance, Card Payment Systems

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
İÇİNDEKİLER	IV
TABLolar LİSTESİ	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ	XII
ÖNSÖZ.....	XIII
KISALTMALAR	XIV
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. FİNANSAL DAVRANIŞ.....	3
1.1. Finansal Davranışın Tanımı Ve Önemi	3
1.2. Finansal Davranışın Bilim Dallarıyla İlişkisi	5
1.2.1.Psikoloji	6
1.2.2.Sosyal Psikoloji.....	7
1.2.3.Sosyoloji	8
1.2.4.Antropoloji.....	8
1.3.Finansal Davranışın Bazı Belirleyicileri.....	9
1.3.1.Tüketici Davranışları	9
1.3.2.Bireylerin Tasarruf Eğilimleri	13
1.3.3.Bireylerin Harcama Eğilimleri.....	16
1.3.4.Tüketici Güveninin Ölçülmesi.....	19
1.4. Finansal Davranış Yaklaşımının Dinamikleri.....	22
1.4.1.Rasyonelliğin Davranışsal Olarak Ele Alınması	22
1.4.2.Rasyonel Davranışta Getiri Sınırlılığı Ve Yüksek Kazanç İsteği.....	23
1.4.3.Bireylerde Risk Ve Yüksek Kazanç Duygusu	24
1.4.4.Homojen Davranış Ve Heterojen Sonuçlar	24
1.4.5.Kararların Davranışları Şekillendirme Etkisi	24
1.4.6.Farklı Spekülatif Anomiler Ve Etkileri	25

İKİNCİ BÖLÜM

2.ÖDEME SİSTEMLERİ VE KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLA İLİŞKİSİ.....	26
2.1.Ödeme Araçları ve Ödeme Sistemleri	26
2.1.1.Ödeme Araçları.....	26
2.1.1.1.Nakit.....	28
2.1.1.2.Çek	28
2.1.1.3.Kredi Kartı ve Banka Kartı (Debit Kart)	29
2.1.1.4.Alacak Transferi	30
2.1.1.5.Doğrudan Borçlandırma	31
2.1.1.6.Elektronik Para	31
2.1.1.7.Türkiye’de Kullanılan Ödeme Araçları ve Ödeme Yöntemleri.....	32
2.1.2.Ödeme Sistemleri.....	33
2.1.2.1.Ödeme Sistemlerinin Sınıflandırılması.....	34
2.1.2.2.Ödeme Sistemlerinde Risk.....	36
2.1.2.3.Türkiye’de kullanılan Ödeme Sistemleri.....	37
2.1.2.3.1. Elektronik Fon Transfer Sistemi.....	38
2.1.2.3.2. Elektronik Menkul Kıymet Transfer Sistemi.....	39
2.1.2.3.3. Bankalararası Takas Odaları Merkezi.....	39
2.1.2.3.4. Bankalararası Kart Merkezi	39
2.1.2.3.5. İstanbul Takas ve Saklama Bankası.....	40
2.1.2.3.6. Merkezi Kayıt Kuruluşu	40
2.2.Kartlı Ödeme Sistemleri	41
2.2.1. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tarihsel Gelişim Süreci	41
2.2.1.1.Dünyada Kartlı Ödeme Sistemlerinin Doğuşu ve Gelişimi.....	41
2.2.1.2.Türkiye’de Kartlı Ödeme Sistemlerinin Gelişimi.....	44
2.2.2.Kartlı Ödeme Sistemlerinin İşleyişi.....	48
2.2.3.Kartlı Ödeme Sisteminin Tarafları	51
2.2.3.1.Kredi Kartı İhraç Eden Kuruluş.....	51
2.2.3.2.Kredi Kartı Kabul Eden Kuruluş	52
2.2.3.3.Kart Sahibi	52
2.2.3.4.Üye İşyerleri	53
2.2.3.5.Bankalararası Kart Merkezi (BKM)	53

2.2.3.6.Kredi Kayıt Bürosu (KKB).....	54
2.2.4. Türkiye’de Hizmet Sunan Başlıca Ödeme Sistemleri	55
2.2.4.1.MasterCard.....	56
2.2.4.2.VISA	57
2.2.4.3. Diners Club	57
2.2.4.4. Amarican Express (AMEX).....	57
2.2.4.5.Japan Credit Bureau (JCB)	58
2.2.5. Kredi Kartlarının Sınıflandırılması	58
2.2.5.1.Kartların Özelliklerine Göre sınıflandırılması	58
2.2.5.2.Kartların Sisteme Katılan taraflara Göre Sınıflandırılması	59
2.2.5.2.1.İki Taraflı Sistem	59
2.2.5.2.2.Üç Taraflı Sistem	60
2.2.5.2.3.Genişletilmiş Üçlü Sistem (Karma Sistem)	61
2.2.5.3.Kartların Sahiplik Kriterlerine Göre Sınıflandırılması	63
2.2.5.3.1. Bireysel Kartlar	63
2.2.5.3.2. Şirket Kartları	64
2.2.5.4.Kartların Fonksiyonlarına Göre Sınıflandırılması	64
2.2.5.4.1. Klasik Kart ve Premium Kartlar	64
2.2.5.4.2. Ortak Kredi Kartları.....	65
2.2.5.4.3.Akıllı Kartlar (Smart Cards)	65
2.2.5.4.4. Sanal (Virtual) Kartlar	66
2.2.5.4.5.Kartsız Kredi Kartları	66
2.2.6.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Yarar ve Sakıncaları	67
2.2.6.1.Kart Hamili Açısından Yarar ve Sakıncaları	67
2.2.6.1.1.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tüketicie Sağladığı Yararlar.....	67
2.2.6.1.2. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tüketici Açısından Sakıncaları.....	68
2.2.6.2.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Üyesi İş Yeri Açısından Yarar ve Sakıncaları	70
2.2.6.2.1. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Üyesi İş Yeri Açısından Yararları	70
2.2.6.2.2. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Üyesi İş Yeri Açısından Sakıncaları.....	70
2.2.6.3.Kartı Kabul Eden Banka Açısından Yarar ve Sakıncaları.....	71
2.2.6.3.1. Kartı Kabul Eden Banka Açısından Yararları	71
2.2.6.3.2. Kartı Kabul Eden Banka Açısından Sakıncaları.....	71
2.2.6.4. Kartı Piyasaya Süren Banka Açısından Yarar ve Sakıncaları	72

2.2.6.4.1. Kartı Piyasaya Süren Banka Açısından Yararları.....	72
2.2.6.4.2. Kartı Piyasaya Süren Banka Açısından Sakıncaları:	73
2.2.7. Kart Kullanımında Rasyonellik	73
2.2.8. Tüketicilerin Tutumlarında Kartlı Ödeme Sisteminin Kullanımını Etkileyen Faktörler	74
2.2.8.1. Kartlı Ödeme Sistemlerine Duyulan Güven	75
2.2.8.2. Banka Hizmetlerini Algılama Düzeyi.....	76
2.2.8.3. Kredi Kartsız Yapılan Harcama Alışkanlıkları.....	77
2.2.9. Kartlı Ödeme Sistemlerinde Talebi Belirleyen Faktörler	78
2.2.10. Kartlı Ödeme Sistemlerinde Tüketici Davranışları	79
2.2.11. Hukuksal Açıdan Kartlı Ödeme Sistemleri	81
2.2.12. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Ekonomik Boyutu.....	84
2.3. Finansal Davranışta Kartlı Ödeme Sistemlerinin Yeri	87
2.3.1. Tüketici Satın alma Finansmanındaki Önemi.....	87
2.3.2. Ekonomik Kriz Dönemlerindeki Boyutu	88
2.3.3. Tüketim Davranışları ve Harcama Alışkanlıklarıyla Olan İlişkisi	88

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. AVM MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLARINDA KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	92
3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi.....	92
3.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli	93
3.3. Araştırmanın Yöntemi	96
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	97
3.5. Araştırmanın Analiz ve Bulguları.....	98
3.5.1. Bulguların Frekans Dağılımları	98
3.5.2. Kredi Kartı ve Açık Hesaba İlişkin Ölçeklerin Frekans Dağılımları ve Aritmetik Ortalamaları	116
3.5.3. Chi-Square Testi Sonuçları.....	125
3.5.4. T Testi & One Way ANOVA Testi Sonuçları	133
SONUÇ.....	155
ÖNERİLER	160

KAYNAKÇA	162
EKLER	170
EK.1: Orjinallik Raporu.....	170
EK.2: Araştırma Anketi	1771
EK.3: Etik Kurul Kararı.....	177
ÖZGEÇMİŞ	179



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Tüketici Davranışlarında Gerçekleşen Bazı Faaliyet Alanları	11
Tablo 2: Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörler	12
Tablo 3: Nakit Dışı Ödeme Araçlarının Toplam İşlem Miktarı Yüzdesi	27
Tablo 4: Yerli Kredi ve Banka Kartlarının Yurt İçi ve Yurt Dışı Kullanımı (İşlem Adedi ve Tutarı)	47
Tablo 5: Sektörel Bazda Kartlı Ödeme Tutarı (Milyar TL) Gelişimi	48
Tablo 6: TBB Risk Merkezi Üyeleri Tarafından Bildirimi Yapılan, Borcunu Ödemeyen Bireysel Kredi ve Bireysel Kredi Kartı Borçluların Sayısı (Yıllık)	69
Tablo 7: Türkiye’de Sektörlere Göre Kredi Kartlarıyla Yapılan Tüketim Harcamaları	89
Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	99
Tablo 9: Katılımcıların Medeni Durumu	99
Tablo 10: Katılımcıların Yaş Dağılımı	99
Tablo 11: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri	100
Tablo 12: Katılımcıların Aylık Gelir Dağılımları	100
Tablo 13: Katılımcıların Meslek Dağılımları	101
Tablo 14: Katılımcıların Sahip Olduğu Banka Hesabı Dağılımı	102
Tablo 15: Katılımcıların Kredi Kartını Kullanma Durumları	102
Tablo 16: Katılımcıların Sahip Oldukları Kredi Kart Sayısı	102
Tablo 17: Katılımcıların Bulundukları Aile Fert Sayısı	103
Tablo 18: Katılımcıların Ailesinde Kullanılan Toplam Kredi Kart Sayısı	103
Tablo 19: Kredi Kartı Kullanım Süresi	104
Tablo 20: Kredi Kartı Kullanım Türü	104
Tablo 21: Katılımcıların Kullandıkları Kredi Kartı Çeşidi	1045
Tablo 22: Katılımcıların Kredi Kartı Edinim Şekilleri	105
Tablo 23: Katılımcıların Kredi Kartını Kullanma Nedenleri	106
Tablo 24: Katılımcıların Kredi Kartı Borçlarını Ödeme Yöntemi	107
Tablo 25: Katılımcıların Aylık Kart Borçlarını Ödeme Tutarı	108
Tablo 26: Katılımcıların Kredi Kartı İçin Tercih Ettikleri Harcama Türleri	108
Tablo 27: Katılımcıların Kredi Kart Limitleri	109
Tablo 28: Kredi Kartıyla Yapılan Aylık Harcama Tutarları	110
Tablo 29: Katılımcıların Ek Kart Kullanım Durumları	110

Tablo 30: Katılımcıların Kredi Kartına Uygulanan Faiz Oranlarının Farkında Olma Dereceleri	110
Tablo 31: Katılımcıların Kredi Kartı Kullanımına İlişkin Risk Algıları	111
Tablo 32: Katılımcıların Kredi Kartına Olan Memnuniyet Düzeyi.....	111
Tablo 33: Katılımcıların Kredi Kartıyla İlgili Yenilikleri Öğrenme Yerleri	112
Tablo 34: Katılımcıların Açık Hesap Kullanım Durumları	113
Tablo 35: Katılımcıların Açık Hesap Sistemini Kullanma Nedenleri	113
Tablo 36: Katılımcıların Açık Hesap İle Yaptıkları Aylık Harcama Tutarları.....	114
Tablo 37: Katılımcıların Açık Hesabı Ayda Kullanım Sıklıkları	114
Tablo 38: Katılımcıların Açık Hesapla Tercih Ettikleri Alışveriş Türleri.....	115
Tablo 39: Katılımcıların Açık Hesap Kullanımına İlişkin Risk Algıları.....	116
Tablo 40: Katılımcıların Kredi Kartı Kullanımıyla İlgili Önermelere Katılım Dereceleri Ve İstatistiksel Bulguları	117
Tablo 41: Katılımcıların Açık Hesap Kullanımıyla İlgili Önermelere Katılım Dereceleri Ve İstatistiksel Bulguları	122
Tablo 42: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Eğitim DüzeyiyleBağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	125
Tablo 43: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Kredi Kartını Kullanıp Kullanmama Durumuyla Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	126
Tablo 44: Kredi Kartı tutum Ölçeğinin Kredi Kartına Duyulan Memnuniyetlik DüzeyiyleBağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	127
Tablo 45: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Yaş Düzeyiyle Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	127
Tablo 46: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Gelir Düzeyiyle Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	128
Tablo 47: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Kredi Kartı Kullanım Türüne Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi.....	129
Tablo 48: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Kredi Kartı Markasına Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi.....	129
Tablo 49: Kredi Kartı Kullanımının Kredi Kartına Duyulan Memnuniyetlik Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	130
Tablo 50: Kredi Kartı Kullanımının Kredi Kartına Duyulan Risk Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	1301

Tablo 51: Kredi Kartıyla İlgili Yenilikleri Öğrenme Şeklinin Eğitim Düzeyine Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi	132
Tablo 52: Kredi Kartıyla Yaptıkları Harcamaların Gelir Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi.....	132
Tablo 53: Kredi Kartı İle Açık Hesap Tutum Ölçeğinin Cinsiyet Değişkenine Göre Önemli Bir Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan T Testi Sonuçları	133
Tablo 54: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Demografik Ve Sosyo-ekonomik Değişkenlere Göre Önemli Bir Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	135
Tablo 55: Açık Hesap Tutum Ölçeğinin Demografik Ve Sosyo-ekonomik Değişkenlere Göre Önemli Bir Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	137
Tablo 56: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Cinsiyet Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi	139
Tablo 57: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Medeni Durum Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi.....	141
Tablo 58: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Yaş Düzeyi Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi	143
Tablo 59: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Eğitim Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi.....	145
Tablo 60: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Aylık Gelir Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi.....	148
Tablo 61: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Meslek Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi	151
Tablo 62: Kredi Kartı İle Açık Hesap Kullanımına İlişkin Görüşler Arasında Anlamlı Bir Farklılık Olup Olmadığını Belirlemek İçin Yapılan İlişkili Grup T Testi Sonuçları.....	154

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1: Davranışsal Finansın Bilim Alanları**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 2: Tasarruf Yapamayanların Tasarruf Yapmama Nedenlerinin Yüzde(%) Olarak Değerlendirilmesi**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 3: Tasarruf Yapanların Tasarruf Yapma Gerekçelerinin Yüzde(%) Olarak Değerlendirilmesi**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 4: Harcama Türlerine Göre Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 5: Tüketici Güven Endeksi, Alt Endeksler ve Değişim Oranları**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 6: Ödeme Sistemlerinden Kaynaklanan Riskler ve Finansal İstikrar**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 7: Türkiye’de Kullanılan Ödeme Sistemleri.....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 8: Türkiye’de Banka Kartı Ve Kredi Kartı Sayılarının Gelişimi**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 9: Kartlı Ödeme Sistemlerinin İşleyişi**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 10: Markalara Göre Uluslar Arası Kart Kuruluşlarının Pazar Payları..... 556
- Şekil 11: İki Taraflı Kredi Kartı Sisteminin İşleyişi 60
- Şekil 12: Üç Taraflı Sistemin İşleyişi 611
- Şekil 13: Genişletilmiş Üçlü Taraflı Sistemin İşleyişi**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Şekil 14: Araştırma modeli**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**5
- Şekil 15: Araştırma Yargılarının Oluşturulmasında Kullanılan 5’li Likert Ölçeği Modeli**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**6

ÖNSÖZ

Bu çalışma süresince hem yüksek lisans eğitimimde hem de tezimin oluşmasından bitimine kadar geçen sürede karşılıklı bilgi paylaşımı, sevgi, saygı, hoşgörü ve anlayış çerçevesinde beni yönlendiren, destekleyen, benden yardımını esirgemeyen en başta değerli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Özcan DEMİR'e, yüksek lisans boyunca bana zaman ayırıp istek ve ihtiyaçlarıma karşılık veren diğer sayın hocalarıma, fakülte ve enstitü personeline teşekkürü bir borç bilirim.

Yüksek lisans sürecinde tanımaya vesile olduğum ve tez çalışmamla ilgilenip desteğini esirgemeyen değerli hocam yüksek mühendis sayın Mücahit YÜNGÜL'e , yine yüksek lisans sürecince tanımış olduğum değerli arkadaşlarıma da desteklerinden ötürü teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca hayatımdaki diğer dostlarıma da tez aşamasında yanımda oldukları için teşekkür ederim.

Hayatımın her anında yanımda olan ve yüksek lisans sürecini de birlikte sabırla geçirdiğim benim en değerli varlıklarım aileme ne söylesem kifayetsiz kalacağı için onlar iyi ki hayatımdalar ve başarımdaki en büyük payın aileme ait olmasıyla birlikte onlarla gurur duyuyor ve minnettarlığımı sunuyorum.

Bu eserin oluşmasında ve her zaman yanımda olan, benden sevgisini esirgemeyen değerli arkadaşım sayın mühendis Ersin ORAK'a sevgilerimi ve şükranlarımı sunuyorum.

ELAZIĞ-2017**Zeynep DENK**

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ACQUIRE	: Kredi Kartı Kabul Eden Kuruluş
AMEX	: Kredi Kartı Ve Turizm Şirketi (American Express)
ANOVA	: Varyans Analizi (Aanalysis of Variance)
ATM	: Otomatik Vezne Makinesi (Automatic Teller Machine)
AVM	: Alış - Veriş Merkezi
BDDK	: Bankacılık Düzenleme Ve Denetleme Kurulu
BES	: Bireysel Emeklilik Sistemi
BIN	: Bankayı Tanımlayan Numara (Bank Identification Number)
BIS	: Uluslararası Ödemeler Bankası (Bank for International Settlements)
BİAŞ	: Borsa İstanbul Anonim Şirketi
BKKKK	: Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu
BKM	: Bankalararası Kart Merkezi
BTOM	: Bankalararası Takas Odaları Merkezi
BVPS	: Büyük Tutarlı Ödeme Sistemleri (Big Value Payment Systems)
CPMI	: Ödeme Ve Pazar Altyapıları Komitesi (The Committee on Payments and Market Infrastructures)
ÇK	: Çek Kanunu
DNS	: Ertelenmiş Net Mutabakat (Deferret Settlement Netting)
EFT	: Elektronik Fon Transferi
EMKT	: Elektronik Menkul Kıymet Transferi
EMV	: Akıllı (Çip) Teknoloji Standartları (Europay Mastercard Visa)
EP	: Elektronik Para
ET	: Elektronik Ticaret
FINTECH	: Finansal Teknoloji Girişimleri
GIRO	: Alacak Transferi (Ciro)
GPC	: Genel Petrol Şirketi (General Petroleum Corporation)
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
HCE	: İşletim Sistemi Kart Emülasyonu (Host Card Emulation)

ISSUER	: Kart Çıkaran Kuruluş
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
JCB	: Japonya’da Kurulmuş Kartlı Ödeme Sistemi (Japan Credit Bureau)
KKB	: Kredi Kayıt Bürosu
KRS	: Kredi Referans Sistemi
MKK	: Merkezi Kayıt Kuruluşu
NFC	: Yakın Alan İletişimi (Near Field Communication)
PIN	: Kişisel Kimlik Numarası (Personal Identification Number)
POS	: Satış Noktası Terminali (Point of Sales)
RG	: Resmi Gazete
RPS	: Perakende Ödeme Sistemleri (Retail Payment Systems)
RTGS	: Real Time Gross Settlement (Gerçek Zamanlı Birebir Mutabakat)
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı (Statistical Package for The Social Sciences)
TBBRM	: Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi
TBBVK	: Türkiye Bankalar Birliği Vergi Konseyi
TCK	: Türk Ceza Kanunu
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TGE	: Tüketici Güven Endeksi
THY	: Türk Hava Yolları
TKHK	: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TL	: Türk Lirası
TUIK	: Türkiye İstatistik Kurumu
YP	: Yabancı Para

GİRİŞ

Bireylerin finansal kararlar olarak tasarruf, yatırım ve harcamalarını yönetebilme eğilimi gösterebilmelerinin özünde, iktisadi bilince sahip olmakla birlikte bilinçli satın alma, birikim, yatırım, tasarruf yapmada ve borçlanmada daha doğru kararlar alabilmeleri gelmektedir. Bu kararlar doğrultusunda gerçekleşen finansal davranışın bir göstergesi olan kartlı ödeme sistemleri, var olan ödeme sistemlerinin sonsuz istek ve ihtiyaçlara tam olarak yeterli gelmemesi sonucu ilk defa 19. yüzyılın sonlarında A.B.D.'de kullanılmaya başlanmasıyla modern bir ödeme aracı olarak yaşantımıza girmiş ve günümüzde ekonomik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Globalleşen günümüz teknoloji dünyasında kullanım alanı her geçen yıl yaygın hale gelen kartlı sistemler, ödeme aracı fonksiyonu dışında sağladığı imkan ve avantajlar doğrultusunda kullanımını arttırmaya yönelik uygulamalar ve teknolojik gelişmeler sebebiyle günümüzde finansal durum ve kararlarda önem teşkil eden bir çeşit tüketici finansman aracı haline gelmiştir.

Kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı konusuna yeterince verilmeyecek önemin bireysel kart kullanıcıların yaşam standartlarını olumsuz etkileyerek problemlere yol açabileceği ve bunun ülke ekonomisine olan yansımaları araştırmaya merak uyandırmaktadır. Bu nedenle çalışma, kartlı ödeme sistemleriyle istikrarın, ekonomik gelişimin, demokratik ve teknolojik ortamda sürdürülebilir yollarının neler olabileceği, kartlı sistemlerin uygulanmasının beraberinde getireceği birtakım problemlerin çözüm yollarının nasıl bulunabileceği gibi konularda çıkarımlar yapılmasına imkan verecektir.

Çalışmada kartlı ödeme sistemlerinin AVM müşterilerin finansal davranışları üzerindeki etkisinin ne olduğu, tüketici finansmanında fayda ve sakıncalarının tespiti, kullanıcıların bilinçli kullanım becerisine sahip olup olmadıkları, kart kullanımına ilişkin bilginin yanı sıra kullanım bilincinin nasıl oluşturulabileceği, demografik ve sosyoekonomik faktörlerin kullanımı nasıl etkilediği gibi unsurlar araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Öte yandan tüketicilerin finansman kaynakları olan kartlı ödeme sistemleriyle olan ilişkisi ele alınmıştır. Araştırma konusu olarak seçilen tüketicilerin kartlı ödeme sistemleriyle olan ilişkisinin alışveriş merkezlerinde uygulanarak tespit edilmek istenmesinin nedeni ise nakitsiz ödeme imkanı sağlayan alışverişlerin büyük bir bölümünün bu merkezlerde gerçekleştiği, alışveriş merkezlerinin bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasında odak nokta olması, aktif

olarak yoğun kullanım yerleri olmasıdır. Bu araştırma konusu gerek insanlar gerek ülke ekonomisi hususunda taşıdığı önem itibariyle bundan sonra yapılacak çalışmalara da ışık tutacaktır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; finansal davranışın tanımı ve önemi, bilim dallarıyla ilişkisi, finansal davranışın birtakım belirleyicileri ve dinamikleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; ödeme araçları ve ödeme sistemleri, ödeme sistemlerinden biri olup çalışmanın ana konusunu oluşturan kartlı ödeme sistemleri, kartlı ödeme sistemlerinin doğuşu, gelişimi, tarafları, sınıflandırılması, yarar ve sakıncaları, Türkiye’de hizmet veren başlıca kartlı ödeme sistemleri, kart kullanımında rasyonellik kavramı, bireysel tutumun kart kullanımını etkileyen faktörleri, kartlı ödeme sistemlerinde talebi belirleyen faktörleri, kartlı ödeme sistemlerinde tüketici davranışları, hukuksal açıdan kartlı ödeme sistemleri ve ekonomik boyutu ele alınmıştır. Bölümün sonunda da çalışmanın ana teması olan finansal davranışlarda kartlı ödeme sistemlerinin yeri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü yani son bölümünde alan çalışması olarak anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmanın modeline, model doğrultusunda geliştirilen hipotezlere, araştırmanın yöntemine, evren ve örneklemine, katılımcılar ile ilgili analiz ve bulgulara yer verilmiştir. Bulgular doğrultusunda araştırmanın hipotezleri test edilmiş ve analiz sonuçları ele alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. FİNANSAL DAVRANIŞ

1.1. Finansal Davranışın Tanımı ve Önemi

Finansal davranış temel olarak, 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 değerlendirebilmeleridir(Alkaya ve Yağlı,2015:589).

Finansal davranış boyutuna sonuç odaklı bakılarak, 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, yazılı bir bütçe oluşturmak şeklinde tanımlanabilir(Xiao ve diğerleri,2006:108). Finansal davranış eğilimi üç önemli faktöre ayrılarak açıklanacak olursa; tasarruf ile yatırım, nakit ve kredi yönetimi olarak tanımlanabilir(Dew ve Xiao,2011:45). Finansal davranış kavramı, kişinin sahip olduğu finans bilgisi ile psikolojik değişkenlerin bir ilişkisi olarak da ifade edilebilir(Sam ve diğerleri,2012:2).

Finansal davranış genel anlamda bireylerin nasıl davranmaları gerektiğini değil nasıl davrandıklarını ortaya koymaya çalışan bir olgudur. Finansal olaylarla karşı karşıya gelen bireylerin kararlarını alırken neleri dikkate aldıkları, alınan kararların faydayı maksimize eden değil karar alıcısı durumundaki bireyi tatmin eden kararlar olduğu varsayımı finansal davranış adına yapılan araştırmaların çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Finansal davranışlar, gelirle sağlanan tasarruf, yatırım, harcama ve borçlanma unsurları ile tüketim eğiliminin oluşmasında belirleyici bir faktör olmaktadır. Yaşam kalitesinin iyileşmesi ve yükseltilmesi için paranın planlanıp iyi yönetilebilmesi, tüketim ve tasarruf arasında başarılı bir dengenin kurulması kaçınılmaz olacaktır.

Kahneman ve Tversky'nin 1979 yılında *Econometrica*'da yayımlanan makaleleri davranışsal finansın başlangıcı olarak literatürde kabul görmektedir. Kahneman ve Tversky'nin yargılama ve karar verme alanındaki çalışmaları finans alanında bir dönemi başlatmıştır. Bu çalışmalar finans ile psikoloji arasında bir bağ oluşturmuştur. Kahneman ve Tversky'nin "Beklenti Teorisi" davranışsal finansın temelini oluşturmaktadır. Beklenti Teorisi'nde yatırımcılar kayıp ve kazançlara göre farklı

olasılık düzeylerinde farklı ağırlıklar vermektedir. Teoriye göre kayıplar kazançlardan daha fazla önem taşımaktadır.

Finansal davranış üzerine geliştirilen düşünce akımları finansal piyasalarda insanların nasıl hareket etmesi gerektiği değil, gerçek hayatta nasıl hareket ettiklerini anlamaya çalışmaktadır.

Günümüzde paranın elektronik hale gelerek harcanması ya da yönetilmesi farklı etkiler oluşturmaktadır. Bireylerin paraya ilişkin pratik tutumlar geliştirmeleri yerine daha duygusal davrandığı; soyut paranın yani elde tutulmayan ve gözle görülmeyen paranın yönetiminin daha zor olduğu ifade edilmektedir (Reyes, 2006: 85).

Yapılan araştırmalarda, karar verici durumundaki birey yada yatırımcıların verdikleri finansal kararlarda tercihlerini en üst düzeyde tutmak, portföylerini çeşitlendirmek ve riskten kaçınmak istemelerine rağmen gerçek hayatta karşı karşıya oldukları finansal olaylarda bunları gerçekleştiremedikleri belirlenmiştir. Bilişsel kusurlar temel gerekçe olarak gösterilmektedir. Psikolojik ve duygusal önyargılarla; bireysel yatırımcılar kazanan hisseleri erkenden elden çıkarma eğilimine giderken kaybeden hisseleri elde tutmamakta veya sürü davranışı göstermekte, kendilerine olan aşırı güven sebebiyle zararına işlem yapmakta, tanıdık oldukları finansal olaylara duygusal olarak bağlanmakta, davranışlarında ileri giderek gereğinden çok tepkiler göstermekte, kendi bilgilerini doğrulayıcı olan düşünsel gerçeği arayıp diğer düşünceleri reddetme eğiliminde olmaktadır. Sonuçta finansal kararlar rasyonel olmaktan çıkmakta ve daha çok psikolojik faktörlerin etkisi altında sezgi ve hislere dayalı olarak alınmaktadır (Döm,2003:14).

Bireylerin temel finansal davranışları olarak nitelendirilebilecek konularda nasıl davrandığını ortaya koymak bir açıdan finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi anlamına da gelmektedir. Finansal okuryazarlık kavramı, bireylerin tutumlu olması ya da böyle davranması olarak algılanmamalıdır. Finansal okuryazarlık bir tutum ya da davranışı değil, bilgi düzeyini ifade etmektedir. Bununla birlikte finansal eğitimin finansal bilgi düzeyinden çok, finansal davranışları etkilemesi beklenmektedir (Kieschnick, 2006: 2).

Finansal davranışın bilgi ile bağlantılı olması nedeniyle bireylerin finansal bilgileri edindikleri kaynaklar da önemlidir. Bireyler çok farklı kaynaklardan bilgi edinebilirler fakat deneyim, arkadaş, aile, medya gibi unsurlar en başta gelen kaynaklar

arasında yer almaktadır. Bu kaynaklardan alınan bilgiler bireysel durumlara göre değerlendirilir ve pratiğe dönüştürülür.

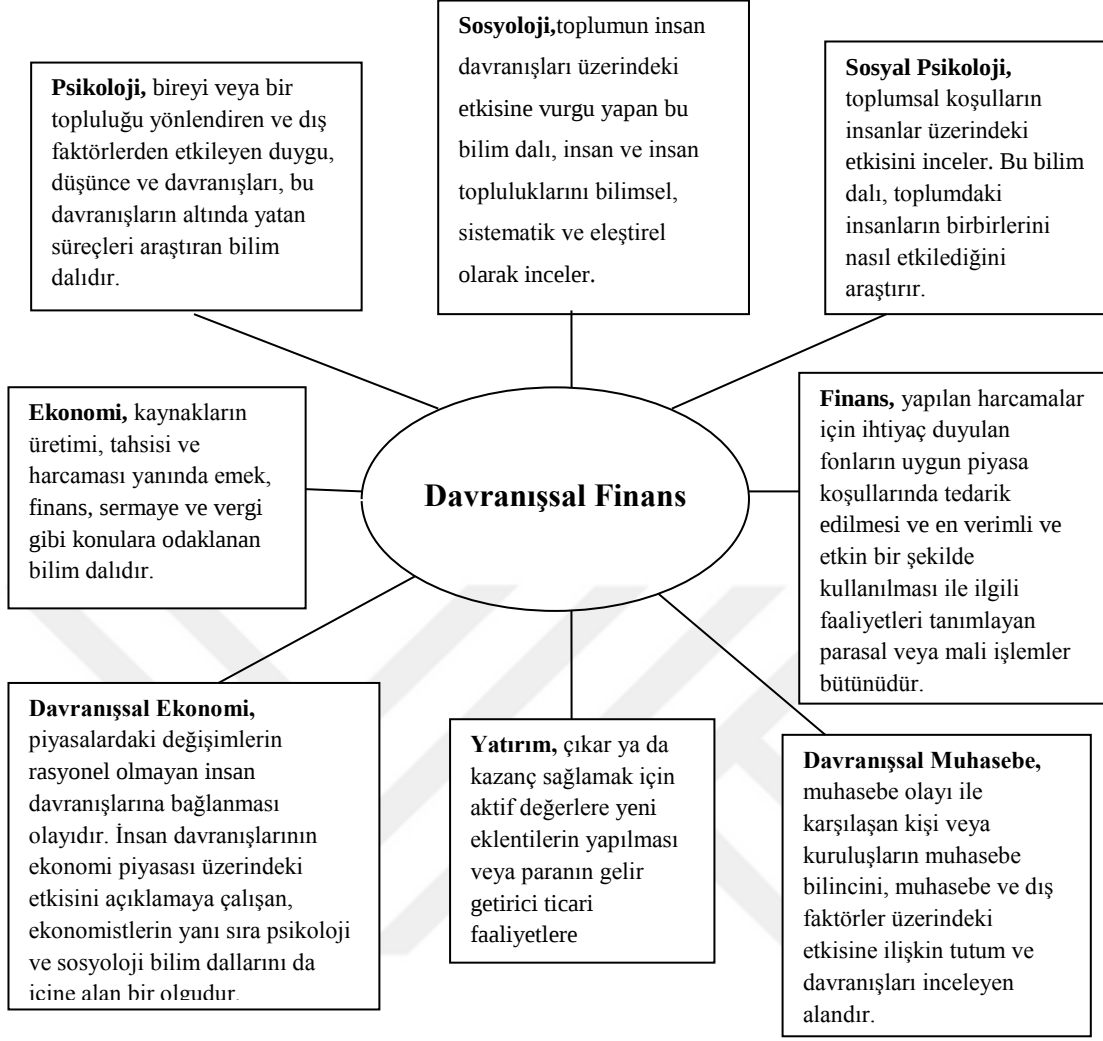
Bireylerin finansal durumlarını yönetme sürecinde deneme yanılma yolu ile geliştirilen finansal davranış paradigması, finansal davranışlarını ve tüketim eğilimlerini sosyal öğrenme teorisine göre çocukluk ve gençlik dönemlerinde ailede kazandıkları ve bunların öğrenilmiş davranışlar olduğu söylenebilmektedir. Çocuklukta ve gençlik döneminde edinilen bu tecrübe ve davranışlar; gelecekteki para yönetimini, tasarrufu, yatırımı, borçlanmayı, kredi altında oluşacak risk paradoksu ve para yönetimi gibi finansal davranışları şekillendirmekte, gençlik ve yetişkinlikteki finansal davranış paradigmasını da belirlemektedir(Gönen ve Özmete,2007:58).

Bireyler, özellikle orta yaş ve üzeri bireyler, geleceğe dönük birikim ve emeklilik planlarında ek bilgi ve desteğe ihtiyaç duymaktadır. Bu durum, finansal eğitim programlarının daha etkili olması gerektiğini, özel olarak belirlenmiş hedef kitlelere dönük yapılandırılmasını ve farklı gereksinim ve tercihlere yanıt verebilmesini gerekli kılmaktadır (Lusardi ve Mitchell, 2008: 4). Her ne kadar eğitim programlarının verimli olup olmadığı tartışmalara konu olsa da hedef kitlelere yönelik finansal eğitim programları oluşturularak, finansal okuryazarlık düzeyinin artırılması gerekmektedir. Daha erken yaşlarda öğrenilen ve uygulanan finansal davranışlar, daha kalıcı olarak yaşamın sonraki aşamalarında bireylerin finansal davranışlarında belirleyici olabilecektir.

1.2. Finansal Davranışın Bilim Dallarıyla İlişkisi

Finansal davranış, birey ve toplum davranışlarını inceleyen psikoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji, antropoloji bilimlerinden türetilmiştir. Ayrıca bireyin davranışlarını açıklayan kuramlardan yararlanarak, finansal piyasaların davranışları da açıklanmaya çalışılmaktadır.

Ricciardi disiplinler arası ilişkiyi çok daha geniş ele almış ve davranışsal finansın psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, ekonomi, davranışsal ekonomi, finans, yatırım ve davranışsal muhasebe disiplinlerinin birleşimiyle oluştuğunu belirtmiştir. Şekil 1’de bu ilişki gösterilmiştir.



Kaynak: Ricciardi, 2005:10

Şekil 1: Davranışsal Finansın Bilim Alanları

1.2.1. Psikoloji

Psikoloji, insan davranışlarının ve zihinsel süreçlerin bilimsel olarak incelenmesi olarak ifade edilebilir. Hareketler, psikolojik değişiklikler ve konuşma gibi gözlemlenebilecek davranışsal olgular, rüyalar ve düşünceler gibi olgular psikolojinin konusunu teşkil etmektedir (Böyükaslan, 2012:31).

Bireylerin finansal kararlarındaki davranış ve tutumları üzerine 10 Aralık 2002 yılında Stokholm’de Nobel Ekonomi Ödülüne layık görülen “Kahneman” rasyonel ekonomi dünyasına psikolojisinin, zihinselliğinin, rastgeleliğin ve belirsizliğin girdiğini dile getirmiştir.

İnsanı anlamaya çalışmanın çerçevesini, bilişsel psikoloji (düşünme ve düşünme süreci) ve bilgilenme süreci oluşturmaktadır. Algı, öğrenme, sorun çözme, hafıza, dikkat, dil ve duygu psikolojinin önemli ilgi alanlarını oluşturmaktadır. Finansal karar, karar alma süreci ve olgular psikoloji biliminin ve davranışsal finansın ilgi alanına girmektedir. Geleneksel finanstaki risk konusunda oluşturulan modellemelerde fiyat ve olasılık üzerinde durulmuş, ancak tercihlere yer verilmemiştir. İşte psikoloji bu konuda devreye girmekte ve tercihleri etkileyen faktörleri incelemektedir. Böylece, finans ve psikoloji disiplinlerinin etkileşimiyle davranışsal finans yaklaşımı ortaya çıkmıştır (Tufan, 2008: 44).

1.2.2.Sosyal Psikoloji

Sosyal psikoloji, toplumsal olayların insan üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin psikolojik temellerini inceleyen bir bilim dalıdır. Sosyal psikolojinin ilgilendiği konular arasında grup yapısı, liderlik, toplumsallık, tutum değişikliği, sosyal uyum, sosyal algı, sevgi, itaat, saldırganlık, ön yargı, ayrımcılık, çevre psikolojisi gibi konular yer almaktadır. Ayrıca davranışsal finansın temelini oluşturan insanların her zaman rasyonel davranmayabilecekleri olgusu sosyal psikoloji tarafından da desteklenmektedir.

Finansal durum karşısında bireyler, piyasada gerçekleşen olayları beyinlerince işleyerek ve hafıza-öğrenme-beklenti ile şekillendirerek duysal olarak bilgiyi almaları, seçmeleri, anlamaları ve yorumlayarak karar vermeleri söz konusudur. Burada, algılama süreci devreye girmektedir. Duyu organlarının fiziksel olarak uyarılmasıyla meydana gelen algı sayesinde bilgi yorumlanıp anlamlı hale getirilir. Önemli olan değişkenin algılanma şeklidir. Şöyle ki birbirinden bağımsız kişiler aynı bilgiyi farklı şekilde algılayıp anlamlandırabilir. Algılardaki bu farklılık, kişilerin geçmiş yaşantıları, istek ve ihtiyaçları, çevresi, içinde yetiştikleri kültürel ortam, bilgileri, tecrübeleri, sezgileri ve hatta fiziksel özellikleri kaynak oluşturmaktadır. Ayrıca bireylerin motivasyonu da karar verme süreçlerinde etkili olabilmekte ve bu motivasyon durumları da alınacak finansal kararı ve de finansal davranışı yakından ilgilendirmektedir(Tufan, 2008: 46-47).

1.2.3.Sosyoloji

Sosyoloji, toplumdaki insanların kaygılarını, düşlerini, acılarını anlamamızı sağlar, empati yeteneğimizi güçlendirir. Diğer toplumlar hakkındaki bilgi düzeyimizi artırır ve ekonomik birimler arasındaki olayların incelenmesini kolaylaştırır. Dolayısıyla uzun bir geçmişi olan bu bilim dalının amacı, toplumun yapısını baz almak, kişinin neden grup içerisinde olduğunu incelemek ve kişinin sosyal yaşantısındaki değişimleri incelemektir (Ateş, 2007: 58).

Weber, toplumsal davranış türlerini dört bölüme ayırmaktadır (Tufan, 2008: 49-50):

- **Amaç doğrultusunda gerçekleşen davranış:** Kişilerin yaşadığı toplumda amaç ve beklentilerini gerçekleştirecek araçları rasyonel kullanması veya amaçları yönünde koşulları rasyonel değerlendirmesidir.
- **Değer ve yargıları temel alan davranış:** Bireyin ahlaki, dini ve toplumsal açıdan kabul görmüş değer ve yargılara uygun davranış sergilemesi ve bu davranışların getireceği sonuçları dikkate alarak davranışını öyle şekillendirmesi durumudur.
- **Hissel davranış:** Duygusal tutum ve heyecanla yapılan anlık davranışlardır. Tanıdık olmayan veya ani bir etkiye karşı bireyin kontrol mekanizmasını yitirmesi sonucu yapmış olduğu tepki olarak da ortaya çıkabilir.
- **Geleneksel davranış:** Bireyin mevcut alışkanlıklara göre davranmasıdır. Toplumsal davranışlar, gelenek ve görenekler burada değerlendirilmelidir.

1.2.4.Antropoloji

Antropoloji, insan bilimidir. Geçmiş ve günümüzde yaşayan tüm insanlara ilişkindir ve insanlığın hem biyolojik hem de kültürel gelişim süreci gibi çeşitli yönlerini inceler. Antropoloji bilim dalı, kültüre verdiği önemle diğer sosyal bilimlerden ayrılır.

Finansal davranış ile antropoloji bilimi arasındaki ilişki, antropolojinin ekonomiyi ve insan yaşamını birleştirdiği ekonomik antropoloji alanında ortaya çıkmaktadır. Ekonomik antropoloji; şekilcilik, gerçekçilik ve kültürelcilik olarak alanlara ayrılmaktadır (Tufan, 2008: 51):

- **Şekilcilik:** Bu alan, neoklasik iktisatla ilişkilidir ve ekonomiyi, kıtlık koşulları altında fayda maksimizasyonu olarak tanımlamaktadır.
- **Gerçekçilik:** Rasyonel karar vermeyi ve kıtlık koşullarını dikkate almaz. Yalnızca insanın gerçek yaşantısıyla ilgilenmektedir. Bir toplumun yaşam stratejisinin çevre koşullarına uyum sağlayabilmesi ve bu sürecin fayda maksimizasyonunu içerebileceği gibi içermeyebileceğini de belirtmektedir.
- **Kültürelcilik:** Bu yaklaşım sadece kültürel alt yapılarıyla değil, insanların satın aldıkları mallara yükledikleri değerlerle de ilgilenmektedir.

1.3. Finansal Davranışın Temel Belirleyicileri

Finansal davranışı belirleyen tüketici davranışları, tasarruf eğilimleri, harcama eğilimleri, tüketicilerin güven duygusu gibi ölçütleri sıralamak mümkündür. Bu etmenleri kısaca açıklamakta yarar olacaktır.

1.3.1. Tüketici Davranışları

İnsanoğlu doğduğu günden öldüğü güne kadar tüketici olarak yaşamaktadır. Bu süreç içerisinde bazen sadece tüketici bazen de hem üretici hem tüketicidir. Tüketim canlı birey için yaşamsal/vazgeçilmez bir etkinlik türüdür(Demirci,2008: 27). Tüketimin hem maddi hem de maddi olmayan bireyin duygusal ve düşünsel ihtiyaçlarıyla da gerçekleştiği aşikar bir durumdur.

Tüketici, ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için bir mal veya hizmeti satın alan, kullanan ve onu tüketen kişidir. Müşteri ise sınırsız ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılamak için satın alma gücüne sahip olarak bir mal veya hizmeti belirli bir ücret veya bedel karşılığında satın alan ve onu kullanan kişidir. Bebekten gencine, gencinden yaşlısına herkes birer tüketicidir fakat herkes birer müşteri değildir. Müşteri olabilmenin en önemli özelliği bireyin, satın alma gücüne sahip olabilmesidir. Son olarak her müşteri bir tüketicidir fakat her tüketici müşteri değildir yargısına varılabilir.

Tüketici davranışları, davranış bilimlerinden alınan pek çok kavram ve kuramlarla açıklanmaya çalışılır. Her duygu ve düşüncenin eyleme dönüşmesiyle gerçekleştiği insan davranışı aslında tüketici davranışlarının da ana yapısını oluşturur. Tüketici davranışı, kişilerin bireysel ihtiyaçlarını neden, nasıl ve ne zaman karşılayacağına ilişkin karar alma sürecine açıklama getirmeye çalışır (Papatya,2005:222).

Tüketici davranışlarının yapısını inceleyecek olursak kısaca şu ifadelerle yer verebiliriz (Penpece, 2006:9):

- Tüketici davranışı bir insan davranışdır. İnsan davranışını etkileyen bütün faktörler, tüketim ile sınırlı olup tüketici davranışlarını da etkiler.
- Tüketici davranışı, bilimsel bir yaklaşımdır. Meydana gelen bir olayın incelenmesi olmayıp bilimsel bir süreci inceler niteliktedir ve uygulamaya yönelik gerçekleştirilir.
- Tüketici davranışı amaç doğrultusunda gerçekleşen bir olgudur. Tüketiciler, ihtiyaçları yönünde finansal bir amacı uygulamak için ürün ve hizmet satın almakta ve bu satın aldıkları ürün ve hizmetler bireylerin mevcut ekonomik amaçlarını oluşturmaktadır. Tüketiciler bu amaçlara ulaşabilmek için bir davranış eğiliminde bulunurlar.
- Tüketici davranışı, satın almayı etkileyen ve satın alınan mal ve hizmeti kullanma özelliklerini etkileyen faktörlerle ilişkilidir. Satın alma kararı süreci ve bu sürecin hangi boyutlarda nasıl ve neden farklı olduğu konusunda incelendiği ve satın alma sonrası ortaya çıkan davranış eğilimleri incelenen konuları içermektedir.

Tüketici davranışı, bireylerin tüketim alışkanlıklarına paralel olarak tüketecekleri mal ve hizmetleri temin etmelerini ve kullanmalarını sağlayan bir metot ve buna ulaşmada etkili olan bir karar sürecidir. Temel olarak tüketimi değil, tüketicinin satın almaya ilişkin kararı yönündeki sergilediği davranışları inceler. Bu açıdan tüketici piyasasını anlayabilmek ve değerlendirebilmek için tüketici davranışlarının incelenmesi gerekir (Tek ve Özgül, 2010: 164).Yapılan bu incelemeler tüketici davranışlarının özelliklerinin belirlenmesinde önem arz etmekte ve üreticilerin faaliyetlerine yön vermektedir. Tüketici davranışlarının özelliklerine kısaca yer verecek olursak şöyle açıklayabiliriz(Odabaşı ve Barış, 2007: 30):

1- Tüketici Davranışı bireyleri yönlendiren bir dürtüdür: Bireyleri bilinçli ve amaçlı olarak davranışlarda bulunmaya yönelten bir dürtüdür. Davranışların sürekliliğini sağlayan ve onlara yön veren bilinçli davranışların dayanağı olarak gösterilen bir gücün kaynağıdır.

2- Tüketici davranışı hareketli bir düşüncedir: Tüketici davranışının, kararı alma sürecinden başlayarak değişik boyutlarla gelişip satın almanın gerçekleşmesi ve sonrasında meydana gelen davranışlarla şekillenmesi söz konusudur. Süreç, birbirini düzenli olarak izleyen oluşumlara bağlıdır. İhtiyacın ortaya çıkması, karar alınması, satın alma faaliyetleri ve satın alma sonrası faaliyetler bu süreci oluşturur.

3- Tüketici davranışı bazı etkinliklerden meydana gelir: Tüketici davranışı planlanmış veya planlanmamış olarak gerçekleşebilir. Tüketici davranışlarında gerçekleşen bazı faaliyet alanları aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 1: Tüketici Davranışlarında Gerçekleşen Bazı Faaliyet Alanları

Satın Alma Öncesi Etkinlikler	Satın Alma Esnasındaki Etkinlikler	Satın Alma Sonrası Etkinlikler
-İhtiyacın ortaya çıkması -Perakende satış noktalarını gözlemlenme -E-ticarete gezinme -Farklılaştırılmış diğer ürün çeşitlerini takip etme -Satış temsilcilerinin görüşlerini alma -Yapılan promosyonları takip etme	-Satın alma niyeti -Başkalarının etkisi -Satın almaya karar verme -Ne tür marka? -Maliyeti? -Hangi çeşit? -Hangi ürün? -Ne miktarda? -Nereden? -Nasıl? -Ne zaman?	-Ödemeyi Gerçekleştirme -Ürünü kullanma -Tecrübe yaşama -Bakım ve onarım -Tatminkarlık -Memnuniyetlik -Hayal kırıklığı -Ürünü elden çıkarma
*Tavsiye alma *Ürün hakkında fikir sahibi olma *Koşulları değerlendirme	*Ödeme planı yapma *Ürün seçimi ve tahsisi *Mekan-Dağıtım-Montaj	*Tavsiyede bulunma *Satıcılara şikayet *Bir sonraki satın almaya hazırlanma

Kaynak: (Odabaşı ve Barış, 2003: 33)

4- Tüketici davranışı kompleksli bir süreci ve değişik zamanlamaları içerir: Toplumun karmaşık yapısı sebebiyle tüketicilerin sınırsız ihtiyaçlarının giderilmesinde karşılaşılan farklı ürün ve hizmetler alınacak kararları da etkilemekte ve çeşitlilik göstermektedir. Kompleksli bir yapı, karar verme sürecinde içerisinde aynı türden pek

çok unsurun birbirine zıt olarak açıklanması güç olan etmenleri ifade ederken tüketici davranışında gerçekleşen satın alma sürecinin her bir aşaması da kendi içerisinde farklı oryantasyonları ve değişen zamanları içermektedir.

5- Tüketici davranışı farklı görevleri bir arada barındırır: Satın alma faaliyetinde tüketicinin alıcı, karar verici, özelleştirici, harekete geçiren, yönlendirici, ve kullanıcı gibi farklı tüketim görevlerini bir arada üstlenmektedir. Mal ve hizmete göre, pek çok görevi tek bir kişi yerine getiriyorken, her bir görevi farklı kişiler de yüklenebilmektedir. Satın alma işleminde karar verme sürecinin bu tür görevleri bünyesinde barındıran bir eğilim gösterdiği farkında olunmalıdır.

6- Tüketici davranışı bireysel faktörlerin yanında dış faktörlere de açık olan bir olgudur: Tüketici davranışının her türlü olay ve etmenlere karşı değişiklik gösterebileceği, esnek oluşu, çevresel unsurlara adaptasyonu bunun dış faktörlere karşı açık oluşunu ve çevresel faktörlerden etkilendiğini göstermektedir.

Tüketici, satın alma kararı verirken etkilendiği faktörleri kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik olarak gruplandırabiliriz. Bu faktörler birbirinden farklı olarak görülse de hiç şüphesiz birbirleriyle ilişki içerisinde.

Tablo 2: Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörler

KÜLTÜREL FAKTÖRLER	SOSYAL FAKTÖRLER	KİŞİSEL FAKTÖRLER	PSİKOLOJİK FAKTÖRLER
-Kültür -Alt Kültür -Sosyal Sınıf	-Referans Grupları -Aile -Rol ve statüler	-Yaş ve yaşam süreci -Meslek -Ekonomik Durum -Yaşam Tarzı -Kişilik ve benlik	-Güdüler -Algılamalar -Öğrenme Süreci -İnançlar -Tutumlar

Kaynak: (Mazlum, 2010: 55)

7- Tüketici davranışı kişilerden kişilere göre esnekliği temsil eder: Bireylerin içinde bulundukları durum olsun, şahsi özellikleri olsun birbirinden farklılık teşkil edeceği için verdikleri tepkileri de değişiklik gösterecektir. Bu farklılıklar tüketici davranışlarına da yön verecektir. Dolayısıyla her çeşit tepkimeye açık olan tüketici davranışlarında insanları anlamının gerekli olduğu, nerede nasıl davranacaklarını kestirebilmenin piyasayı da etkileyeceği düşünülürse önem teşkil eden bir durumdur. Ne

olursa olsun tüketicinin istek ve ihtiyaçları doğru algılanmalı ve bunlara tatmin edici yönde cevap verilebilmelidir.

1.3.2.Bireylerin Tasarruf Eğilimleri

İnsanların bütçelerini yönetmeleri konusu neredeyse herkes için önem arz etmektedir. Bireyler, ihtiyaçlarını karşılamada gelirlerinin bir kısmını ya da tamamını harcayabilmelerinin yanında daha fazlasını da harcayabilir, dolayısıyla borç yükü altına girebilirler. Borçlanma eğilimi yalnızca belirli bir süreyi kapsayacak şekilde olmalıdır. İdame ettirilemez metotlarla ancak kısa süreliğine artırılabilir. Fisher modeline göre, tüketicilerin içinde bulunduğu bütçe yahut borçlanma kısıtı altında verecekleri finansal karar ve tercihlerinde tüketim ile tasarruf yapmaya ilişkin seçimlerine ışık tutacaktır (Mankiw, 2007:517).

Serbest piyasa ekonomisinin yaygınlaşması ve finansal serbestleşmenin yaşanmasıyla, yeni finansal ürün ve hizmetler artış göstermekte, finansal işlemler çeşitlenmektedir. Finansal kredileri elde etmenin kolaylaşması, borçlanma fırsatlarındaki artış, finansal piyasalardaki değişiklikler, teknolojik ilerlemeler, bireyler için finansal fırsatları arttırmasının yanında finansal karar almayı da zorlaştırmıştır. Son yıllarda meydana gelen finansal krizler bireyleri, finans sektörünü ve hükümetleri olumsuz etkilemekte, dolayısıyla doğru finansal kararlar alma konusunda uzmanlar da dahil olmak üzere tüketicilerin zorlandığı kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Bireylerin gelirleriyle harcama, birikim ve yatırımlarıyla tasarruf yapma konularında daha akıllıca kararlar alıp almamaları finansal davranışın önemli bir göstergesi olan finansal okuryazarlık düzeyiyle doğrudan ilişkilidir. Doğru ve yerinde alınacak finansal kararlar mikro düzeyde bireyin ve hane halkının, makro düzeyde ise toplumun refahını arttıracaktır (Barış,2016:15).

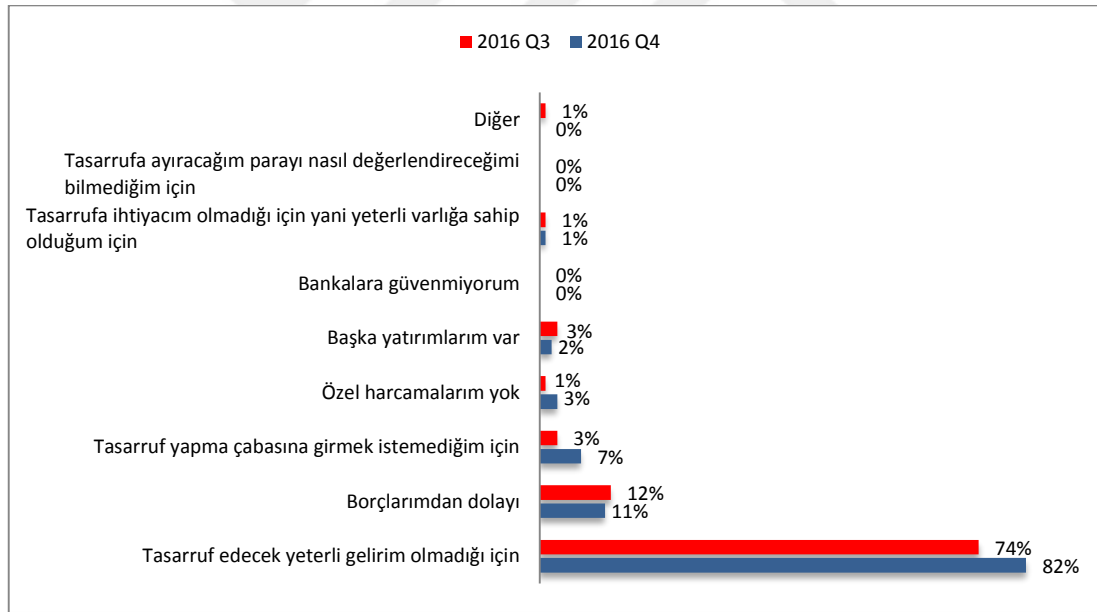
Yaşamın her alanında, her türlü eylem ve faaliyetlerde tasarruf yapılacak alanlar söz konusudur. Bu alanlar enerjide, tüketimde, zamanda, üretim aşamasında olduğu gibi bütün bunların yanında zorlukla kazanılan paranın da tasarrufu büyük önem taşımaktadır. Tasarruf ve bütçe yönetimi, geleceğe güvenle ilerlemenin, istenmeyen borçlardan, iflastan, icralardan kaçınılmanın önemli bir göstergesidir.

Bir ülkede yapılan tasarrufları etkileyen birçok faktörün söz konusudur. Bu faktörler hem toplumların yaşam tarzları ile ilgili değişkenler hem de tasarrufu olumlu etkileyebilecek değişkenler olabileceği söylenebilir. Yapılan bir araştırma sonucunda,

kişisel tasarrufları en iyi ifade edebilecek değişkenin kişi başı tasarruf mevduatı olacağı düşünülmüş olup, bu değişken bir ildeki toplam TL veya YP mevduatının tamamının o ildeki nüfusa bölünmesi ile elde edileceği saptanmıştır. (Kıyılar ve Acar, 2012: 9):

Hane halkı tasarrufları, ülke ekonomisini etkilemesi, ekonomik büyümeyi sağlayan yatırımlar için temel kaynak teşkil etmesi ve tasarrufların finansal piyasalarda değerlendirilmesiyle ekonomik büyümeye sağladığı katkı açısından önemli rol oynamaktadır. Ekonomideki belirsizliğin artması, güven ortamının bozulması hane halkının tedbir kaynaklı tasarruf yapma tercihini etkileyecektir. Bireylerin hangi nedenlerden dolayı tasarruf yapmaları ve neden tasarruf yapamadıkları bizlere tasarruf eğilimleri konusunda değerlendirme yapmamıza olanak sağlayacaktır.

ING Bank tarafından yapılan **Tasarruf Eğilimleri Araştırması** bize neden tasarruf yapamadığımızı, hangi sebeplerden dolayı tasarruf yapmaya istekli olduğumuzu ve tasarruf eğilimlerimiz konusunda pek çok cevabı vermektedir. Elde edilen veriler yapılan araştırmanın bulguları incelenerek değerlendirilecektir.

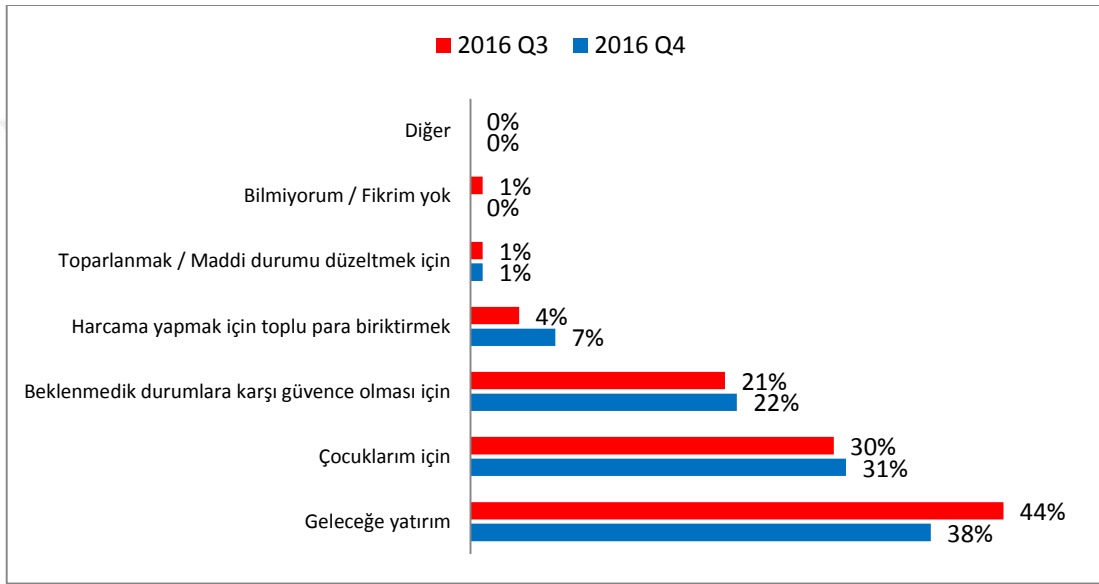


Kaynak:(http://www.tasarrufegilimleri.com/Docs/INGBANK_2016_Rapor_4.pdf)

Şekil 2: Tasarruf Yapamayanların Tasarruf Yapmama Nedenlerinin Yüzde(%) Olarak Değerlendirilmesi

Tasarruf Eğilimleri Araştırmasına göre Türkiye’de tasarruf yapılamıyor olmasının başlıca nedenleri arasında yetersiz gelir, borçlanma ve tasarruf yapma

çabasına girmek istememek yer almaktadır. Sonuçlara göre “Yeterli gelire sahip olmama” en önemli nedeni oluşturmaktadır. 2016 yılının son çeyreğinde “tasarruf edecek yeterli geliri olmadığı için” tasarruf edemediğini belirtenlerin oranı önceki döneme kıyasla anlamlı oranda yükselmiştir (3.çeyrekte %74 iken bu oran 4. çeyrekte %82 olarak artış göstermiştir). “Borçlarından dolayı” tasarruf edemeyenlerin oranı bu dönem de sabit kalırken, “tasarruf yapma çabasına girmek istemediği için” tasarruf edemeyenlerin oranı ise 3. çeyreğe göre anlamlı oranda artmıştır (3.Çeyrek: %3 - 4.Çeyrek: %7).



Kaynak:(http://www.tasarrufegilimleri.com/Docs/INGBANK_2016_Rapor_4.pdf)

Şekil 3: Tasarruf Yapanların Tasarruf Yapma Gerekçelerinin Yüzde(%) Olarak Değerlendirilmesi

Araştırma sonuçlarına göre tasarruf yapmak istemenin başında geleceğe yatırım, çocukları için ve beklenmedik durumlara karşı güvence olması için gibi gerekçeler gelmektedir. Tasarruf yapma gerekçeleri içerisinde genellikle en çok ifade edilen “geleceğe yatırım” gerekçesinin oranı geçen döneme göre gerilemiştir (3.Çeyrek: %44 – 4.Çeyrek: %38). “Çocukları için” (3.Çeyrek: %30 – 4.Çeyrek: %31) ve “beklenmedik durumlara karşı güvence olması için” (3.Çeyrek: %21 – 4.Çeyrek: %22) tasarruf yaptığını belirtenlerin oranı ise önceki dönemle benzer seviyede kalmıştır.

Araştırmaya göre tasarruf sahiplerinin en çok tercih ettikleri tasarruf araçları bireysel emeklilik fonları, yastık altı altın ve nakit olarak yer almaktadır. 2016 boyunca

yükselişte olan “Bireysel Emeklilik Fonları” son çeyrekte %30’a ulaşmış ve en çok tercih edilen olmuştur.

‘Türkiye’nin Tasarruf Eğilimleri’ Araştırmasının 2016 yılı dördüncü çeyrek sonuçlarına göre; kentsel nüfusta tasarruf sahipliği oranı %14,5 olarak gerçekleşmiştir. Araştırmanın başladığı 2011 sonundan itibaren toplanan tüm verilere baktığımızda tasarruf sahipliğinin dalgalı ve düşük bir eğilimle artmaya devam ettiğini ve 2016 yılındaki tasarruf sahipliği trendinin 2015’e kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

1.3.3.Bireylerin Harcama Eğilimleri

Tüketici, elde ettiği gelirle sınırla olmak kaydıyla, sonsuz sayıdaki mal ve hizmetten kendisine en fazla fayda sağlayacak mal ve hizmet bileşenlerini seçmekte özgürdür. Tüketici gelir kısıtı altında, en çok gereksinim duyduğu mala öncelik verip, en az ihtiyaç duyduğu malı da az önemseyip en son satın alarak maksimum fayda sağlama çabası içerisinde. Gelir düzeyi ihtiyaçların önceliğini belirlemede etkili bir unsurken, harcama grupları arasındaki dağılımı da etkilemede önemli bir faktördür(Tarı ve Pehlivanoğlu,2007:193).

Tüketiciler satın alma eğilimi gösterirken çok sayıda etkenin tesiri altında kalmaktadırlar. Bu faktörlerin başlıcaları; gelir, faiz oranı, fiyatlar, beklentiler, deneyimler, enflasyon, bireylerin eğitim durumları, meslekleri ve yaşları, tasarruflar, harcamalar, borçlanmalar, geçmiş tüketim alışkanlıkları, teknoloji ve sosyo-kültürel faktörler olarak sayılabilir.

Tüketim harcamalarını en fazla etkileyen faktör iktisadi faktörlerdir. Bir ülkedeki gelirin ve gelir dağılımının tüketim üzerindeki etkisi kaçınılmazdır. Tüketim harcamalarında ve davranışlarında gelir önemli bir unsurdur. Gelir, bir bireyin veya topluluğun çalışmaları karşılığı belirli bir dönem için elde ettiği satın alma gücünün parasal olarak ifadesidir. Gelir dağılımı ise, milli gelirin bireyler arasında bölüşülmesini ifade eden bir kavramdır. Bireylerin milli gelirden aldıkları paylar ve oluşturuldukları gelir grupları tüketimleri hakkında bilgi vermektedir. Tüketicilerin sahip oldukları gelir dilimleri tüketim miktarlarını ve bileşimlerini etkilemektedir. Bu yüzden tüketim harcamalarını belirlemek için gelir önemli bir unsurdur.

Gelir ve tüketimle ilgili ilk çalışmaları 18. Yüzyılın sonlarına doğru Ernest Engel’in yaptığı çalışmalardır. Engel, gelir ve tüketim arasında sıkı bir ilişki olduğunu

açıklamaya çalışmış, tüketicinin gelirinin sürekli değişmesi halinde herhangi bir maldan satın almak istediği miktarların seyrini ortaya koymuştur. Engel düşük gelirli grupların harcamaları içinde zorunlu harcamaların payının yüksek, yüksek gelirli grupların ise daha düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Gelir ile harcama grupları arasındaki ilişkiyi açıklayan bu sistem Engel Kanunu olarak anılmakta ve literatürde sonuçlar şöyle ifade edilmektedir (Tarı ve Pehlivanoglu,2007:197):

- Tüketicinin geliri arttıkça değişmez giderleri olarak gıda harcamalarına ayrılan bütçedeki payda düşüş görülmektedir.
- Tüketicinin geliri arttıkça yine sabit gider olarak değerlendireceğimiz giyim, konut gibi harcamalarına ayrılacak payın değişmediği söylenebilmektedir.
- Tüketicinin geliri arttıkça değişken giderleri olarak nitelendireceğimiz eğlence, eğitim, kültür gibi sosyal amaçlı yapılan harcamalara ayrılan payda artış görüleceği ifade edilmektedir.

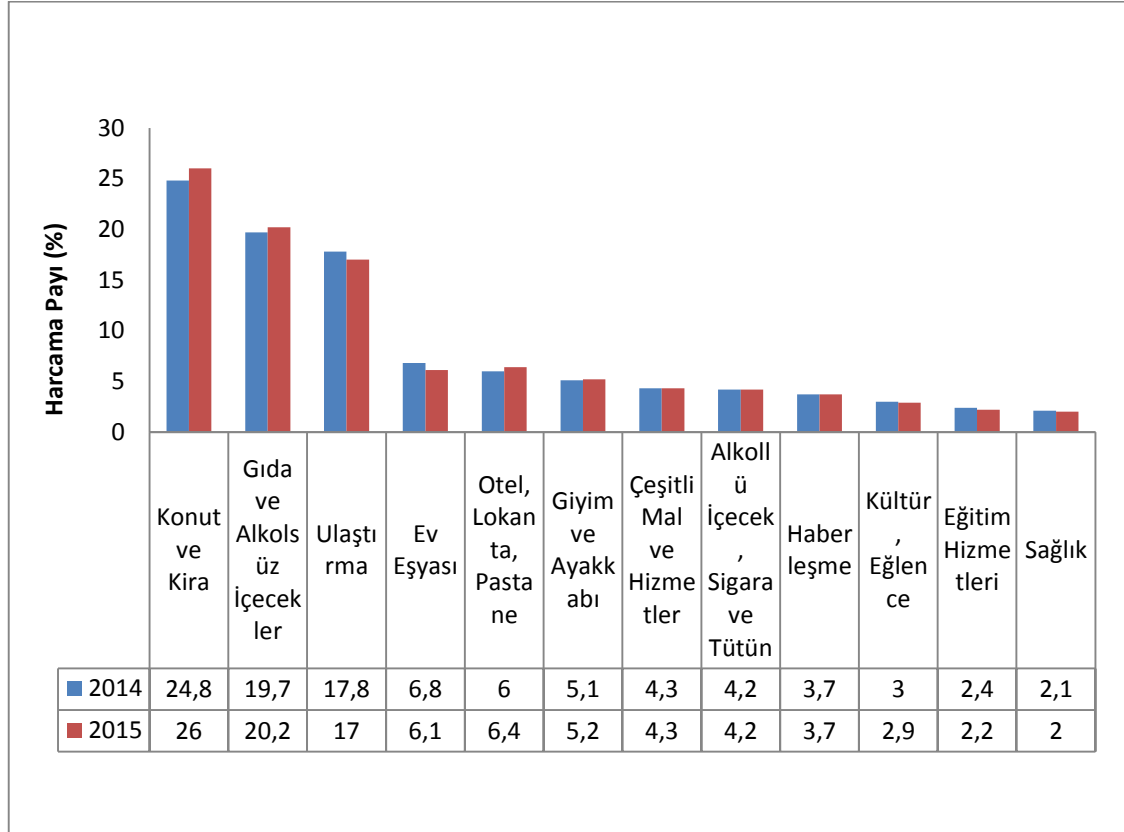
Tüketimi önemli derecede etkileyen bir diğer faktör enflasyondur. Fiyatlar genel seviyesinin sürekli olarak yükselmesi olarak tanımlanan enflasyon, sabit gelirli olanların satın alma gücünü azaltması, küçük bir grubun refahını arttırması ve yüksek gelirli olanların aleyhine işlemesiyle gelir dağılımı üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Gelir dağılımında meydana gelen dengesizlik, sosyal ve siyasal sorunların artmasına, tasarruf hacminin daralmasına, tüketimin ise artmasına neden olmaktadır (Arman,2013:50).

Tüketim harcamalarını etkileyen bir diğer faktör ise demografik unsurlardır. Demografik faktörlerden kasıt, tüketicinin yaşı, medeni durumu, kentte ya da kırsalda yaşaması, eğitim durumu, mesleği gibi unsurlardır. Ülkemizde 1980'den sonra yaşanan hızlı kentleşme süreciyle bir çok şey değişmiştir. Eğitim seviyesi yükselmeye başlamış böylece daha bilinçli bir tüketici kesimi ortaya çıkmıştır. Gerek kırsal kesimden kentsel geçişin hızlanması, gerekse de eğitim seviyesinin her geçen gün iyileşmesiyle bilinçli tüketimin gelişmesi tüketim harcamalarına yön vermiştir. Dolayısıyla tüketim davranışlarında değişiklikler yaşanmaya başlanmıştır.

Ülkemizde tüketim harcamalarına etki eden diğer bir faktörde tüketicilerin davranışsal özellikleridir. Ülkemizde yaşanan ekonomik dalgalanmalar, istikrar ortamının sağlanması ya da sağlanamaması gibi durumlarda tüketici beklentileri ve harcamaları da değişmektedir. Ülkemizde bir kriz alarmı hissedildiğinde tüketim harcamalarının azaldığı ya da kısıtlı yapıldığı dikkat çekmektedir. Bu sebeple ülkemizde

yaşanan ekonomik dalgalanmalara göre hane halklarının tüketim harcamaları da değişim gösterecektir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun yaptığı 2014 ve 2015 yılları “ Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi” sonuçlarına göre hane halklarının tüketim amaçlı yaptıkları harcamalar içinde bütçelerinden en fazla payı ilk sırada konut ve ev kirası harcamaları yerini almıştır.



Kaynak: TÜİK, (http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=24)

Şekil 4: Harcama Türlerine Göre Hane halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı

Hane halkları bütçelerinden en fazla payı konut ve kira harcamasına ayırmıştır. Hane halkı bütçe araştırmasının 2015 yılı sonuçlarına göre; Türkiye genelinde hane halklarının tüketim amaçlı yaptığı harcamalar içinde en yüksek payı %26 ile konut ve kira harcamaları alırken, ikinci sırada %20,2 ile gıda ve alkolsüz içecekler yer almıştır. Alkollü içecek, sigara ve tütün (%4,2), haberleşme (%3,7) ile çeşitli mal ve hizmet (%4,3) harcamalarının payı ise 2014 yılına göre 2015 yılında da değişmediği

saptanmıştır. Toplam tüketim harcamalarında en düşük payı alan gruplar ise %2 ile sağlık ve %2,2 ile eğitim hizmetleri olmuştur.

Türkiye’de 2015 yılı hane halkı başına aylık ortalama tüketim harcaması bir önceki yıla göre %6,8 artarak 3 bin 43 TL olduğu gözlemlenmiştir. Hane halkı başına aylık ortalama tüketim harcaması 2014 yılında 2 bin 848 TL iken 2015 yılında 3 bin 43 TL olarak tahmin edilmiştir.

1.3.4. Tüketici Güveninin Ölçülmesi

Güven, sözlük anlamıyla korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusudur. Bir şeyden beklenen varlığa inanıp ona göre davranma şeklidir. Güven unsuru insan ilişkilerinin temelidir. Aslında güven unsurunun tanımlanması oldukça güç bir kavramdır. Bireyler ve toplumlar arasındaki ilişkilerde, sosyal, ekonomik, siyasi gibi pek çok olguda güven kavramı önemli bir rol oynamaktadır.

Güven, gerek çalışma hayatında gerekse ekonomik hayatta tüm ilişkilerin etkili olarak sürdürülebilmesinde ve verimli sonuçlar elde edilmesinde en önemli faktörlerden birisidir. Geleneksel finans teorilerinde rasyonel birey varsayımı önemli yer teşkil etmesine karşın piyasalarda meydana gelen sapmalar nedeniyle güven gibi bazı psikolojik ve sosyolojik davranışsal özellikler taşıyan olguların finansal açıdan önemi son derece büyüktür. Güven unsurunun yarattığı etki, mikro düzeyde işletmelerin sağladıkları katma değer belirlenmesinde söz konusuysa, makro düzeyde ekonomik büyümeye olanak tanımaktadır (Kıyılar ve Akkaya, 2016:341).

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.

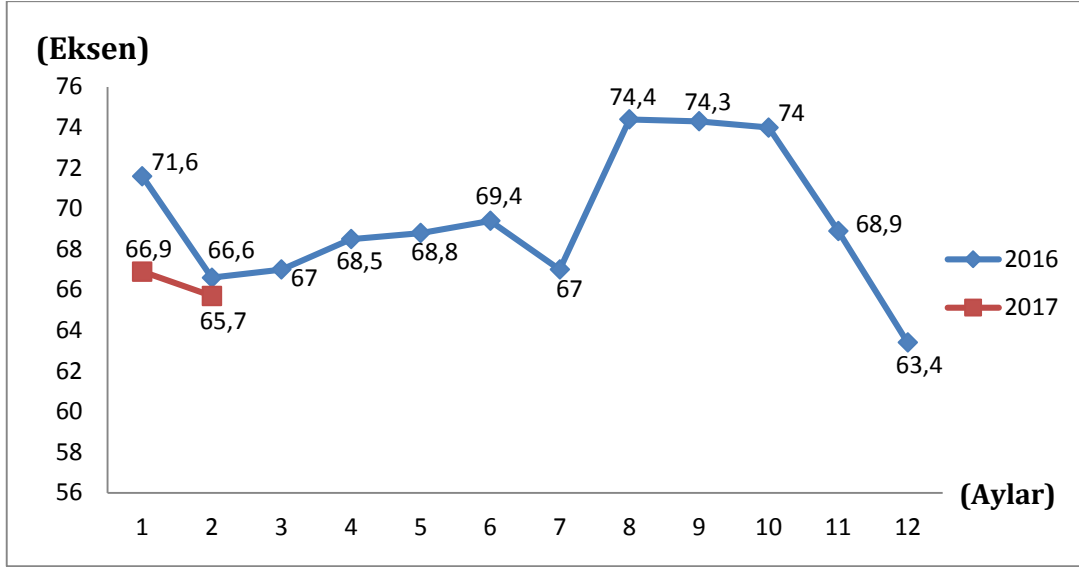
Bilhassa sosyo-kültürel yapının farklılaştığı toplumlarda daha da önemli hale gelen güven olgusu, mal ve hizmet üretim sürecinde işçi ve işveren arasındaki ilişkilerin belirli kurallara dayanmasının yanı sıra büyük ölçüde güvene dayalı olması, kaynakların etkin kullanımını, maliyet kontrollerini kolaylaştırarak, işçi-işveren arasındaki sadakatin, işe olan bağlılığın artırılması sağlanmaktadır (Özsağır, 2007:50).

Ekonominin, toplumun alışkanlıklarından, ahlakından, gelenek-göreneklerinden ve insan gruplarının aralarındaki güven unsurundan soyutlanamayacağı sayın filozof ve ekonomist Adam Smith’in ekonomi dünyası sosyal yaşamın bünyesinde gizli olduğu

görüşü ile doğrulanmaktadır. Bir milletin farklılık gösteren toplum yapısında güven düzeyi azaldıkça o ulusun fiziksel sermayesinin yanı sıra sosyal sermayesi de azalacak hatta tükenecektir. Yazar ve araştırmacı Arif Özsağır'ın "Bir ekonomide yeri doldurulamaz tek sermaye, ekonomik ajanlar arasındaki güvendir. " sözü de bu düşünceyi desteklemektedir.

Tüketici güveni, tüketicilerin finansal kararlarını şekillendiren ekonominin nasıl işlediği ve işleyeceğine ilişkin beklentilerin bir ölçütü olarak tanımlanabilir. Ekonomide tüketici davranışları, hem karar alıcılar hem de gelecek planlayıcılar için oldukça önemli bir yere sahiptir. Güven göstergeleri kısa vadede ekonomik gelişmeleri değerlendirmede anahtar niteliğinde olup finansal karar vericisi olan tüketicilerin niyetleri, davranışları ve gelecekteki beklentileri hakkında önemli bilgiler sağlamaktadır. Tüketici güvenindeki iyimserlik, daha fazla harcama yapma ve borçlanma arzusunu yükseltebilecekken kötümserlik ise, kısıtlı olarak daha az harcama yapılması, mali durumların takip edilmesi ve dikkate alınmasına neden olabilecektir.

Tüketici güveninin oluşumunda birden çok faktör etkili olmaktadır. Bu unsurlar doğrultusunda oluşacak güvenin derecesini ölçmek pek mümkün olmamaktadır. Şöyle ki tüketicilerin güven boyutunu değerlendirmek için tüketici güven endeksleri oluşturulmaktadır. Söz konusu endekslerden **Tüketici Güven Endeksi**, tüketicilerin kişisel mali ve ekonominin genel durumunu değerlendirmeleri ve ekonomiye ilişkin beklentileri ile harcama ve tasarruf eğilimlerini değerlendirmeyi amaçlayan bir göstergedir. Bu endeks, Türkiye İstatistik Kurumu ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası işbirliğiyle gerçekleştirilen Tüketici Eğilim Anketi'ne göre belirlenmektedir. Genel tanımlamalara göre endeks 0 ile 200 aralığında değer almaktadır. Endeksin 100'den büyük olması tüketici güveninde iyimser durumu, 100'den küçük olması tüketici güveninde kötümser durumu, 100 olması ise ne iyimser ne de kötümser bir durum olduğunu göstermektedir. Aşağıdaki şekilde Ocak 2016- Şubat 2017 dönemine ait TUIK Tüketici Güven Endeksi Grafiğinde yıllara göre tüketici güveninin değişimi gösterilmiştir.



	Endeks		Bir önceki aya göre değişim oranı (%)	
	01/2017	02/2017	01/2017	02/2017
Tüketici güven endeksi	66,9	65,7	5,6	-1,8
Hanenin maddi durum beklentisi	87,9	85,9	2,9	-2,2
Genel ekonomik durum beklentisi	88,6	88,0	3,0	-0,7
İşsiz sayısı beklentisi ⁽¹⁾	68,9	67,9	5,4	-1,4
Tasarruf etme ihtimali	22,4	21,0	34,0	-5,9

Sorgulamalar gelecek 12 aylık dönem için yapılmıştır.

(1) İşsiz sayısı beklentisi endeksinin artması işsiz sayısı beklentisinde azalışı, azalması ise işsiz sayısı beklentisinde artışı göstermektedir.

Kaynak: TÜİK, (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24906>)

Şekil 5: Tüketici Güven Endeksi, Alt Endeksler ve Değişim Oranları

TÜİK ve merkez bankası yönetiminde yapılan tüketici eğilim anketi sonuçlarından elde edilen tüketici güven endeksi, 2017 yılı Şubat ayında bir önceki aya göre %1,8 oranında azalmış; Ocak ayında 66,9 olan endeks değeri Şubat ayında 65,7 olmuştur.

Hanenin maddi durum beklentisi endeksi bir önceki aya göre %2,2 oranında azalarak Şubat ayında 85,9 olmuştur. Bu azalış, gelecek 12 aylık dönemde hanenin maddi durumunun daha iyi olacağını bekleyenlerin oranının düşmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Genel ekonomik durum beklentisi endeksi Ocak ayında 88,6 iken, Şubat ayında %0,7 oranında azalarak 88 olmuştur. Bu azalış, gelecek 12 aylık dönemde genel ekonomik durumun daha iyi olacağı yönünde beklentisi olan tüketicilerin sayısının bir önceki aya göre azaldığını göstermektedir.

İşsiz sayısı beklentisi endeksi bir önceki aya göre %1,4 oranında azalarak Şubat ayında 67,9 olmuştur. Bu azalış, gelecek 12 aylık dönemde işsiz sayısında düşüş bekleyenlerin azalmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tasarruf etme ihtimali endeksi %5,9 oranında azalmıştır. Ocak ayında 22,4 olan endeks, Şubat ayında 21 değerine düşmüştür. Bu azalış, tüketicilerin gelecek 12 aylık dönemde tasarruf etme ihtimallerinin bir önceki aya göre azaldığını göstermektedir.

1.4. Finansal Davranış Yaklaşımının Dinamikleri

Finans teori ve modellemelerine kıyasla insan doğası ve davranışları daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Bireylerin önyargıları, beklentileri veya yetiştirilme tarzları ve pek çok çevresel faktörler zihinsel yapılarını da etkilemektedir. Finansal kararlar alırken de aynı durum söz konusudur. Çok değişkenli ve belirsizlik altında yer alan çağdaş toplumsal yapısı, tam bilgi sahibi olma, rasyonel karar alıcı özelliklerini geçersiz kılmaktadır. Bazı durumlarda finansal kararlar, daha çok kişisel faktörlerin etkisinde kalınarak rasyonel olmaktan çıkmakta, sezgi ve hislere dayalı olarak alınmaktadır. İşte bu olguyu savunan finansal davranış yaklaşımını gerekli kılan dinamikleri kısaca açıklamakta yarar olacaktır.

1.4.1.Rasyonelliğin Davranışsal Olarak Ele Alınması

Kararın rasyonellik boyutu, karar verme ve harekete geçme evrelerinde oluşabilecek her türlü maliyetin varsayılan düzeyde gerçekleşmesi olarak düşünülebilir. Her kararın maddi veya manevi olarak bir maliyet yaratması söz konusudur. Karar alıcı bu maliyeti öngörebilmeli ve ona göre muhasebesini yapabilmelidir. Rasyonel davranış, verilen her kararın bir maliyetinin olduğunu kestirebilme ve bunun farkındalığına varabilmedir.

İnsanlar rasyonel davranırken geçmişteki tecrübelerinden, kültürel, sosyal, demografik, çevresel faktörlerden etkilenmektedir. Birey karar noktasında her zaman akılcı davranmayıp duygularını da eyleme karıştırabilmektedir. Lo ve Repin gerçek hayatta karar vericilerin riskle karşılaştıklarında verdikleri tepkilerin anlamlı bir şekilde

duygusal olduğunu iddia etmektedirler. Profesyonel karar vericiler piyasada işlem yaparken psikolojik özelliklerini gerçek fiyat hareketleriyle birlikte aynı anda ölçmüşler ve duyguların karar vermede önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla karar verici ne kadar rasyonel olursa olsun duygularından bağımsız hareket edemeyecektir(Kıyılar ve Akkaya, 2016: 130).

Karar vericilerin doğru karar alabilmesi; birden fazla farklı değişkeni aynı anda açıklayabilmesi, her türlü bilgiyi hem geçmiş tecrübeleriyle hem de geleceğe dair tahminlerle dikkate alması ile mümkün olabilecektir. Dolayısıyla kapsamlı analizleri gerektiren finansal kararlar, sağlıklı finansal davranış gösterebilmek adına finansal okuryazarlık seviyesinin yüksek olması ile sağlanabilmektedir. Finansal bilgi seviyesi yüksek olan bireyler, kararlarında piyasadaki diğer bireylerden daha fazla getiri elde etme imkanına sahip olmaktadır. Bu sebepten dolayı karar vericilerin, piyasada oluşan önyargı ve yanlış algılardan, bireysel zaaflarından arındırılarak kendisini ve finans araçlarını iyi ve kötü yönleri ile tanımaları, finansal davranışlarının risk ve getirileri hakkında tam ve doğru bir bilgi sahip olmaları, bilinçlendirilmeleri ve eğitilmeleri önem arz etmekte olup, finansal kararlarının rasyonelliğe dayandırılması ve o yönde şekillendirilmesi en sağlıklı finansal davranış şekli olacaktır (Sansar,2016:148).

1.4.2.Rasyonel Davranışta Getiri Sınırlılığı ve Yüksek Kazanç İsteği

Bireylerin rasyonel davranarak yüksek kazanç elde edebileceği beklentisi karşısında yüksek risk ve zararı da göze aldıkları kaçınılmaz bir olgudur. Yapılan çalışmalarda, insanların kazanç durumunda riskten kaçındıkları, kayıp durumunda ise risk aldıkları gözlemlenmiştir.

Bazı karar vericiler yanlış değerlendirme işlemlerini, bir para kazanma fırsatı olarak değerlendirmekte, dolayısıyla değerinin altındaki fiyatlara sahip finansal varlıkları satın alarak, kazanç sağlamayı amaçlamakta veya gelecekte değerinin düşeceği tahmininde bulunarak bugünden satım gerçekleştirmekte, yani arbitraj yapmakta ve uzun vadede fiyatlar dengeye gelmektedir(Taner ve Akkaya,2005:50). Ancak yapılan çalışmalarla arbitrajın sınırlı olduğu, bireylerin rasyonel olmayan tercihler yapabileceğini ve arbitraj sınırları içerisinde kazanç sağlayabilecekleri kanıtlanmıştır.

1.4.3.Bireylerde Risk ve Yüksek Kazanç Duygusu

Yapılan çalışmalarda bazı karar vericilerin daha fazla getiri elde etmek için daha fazla riski göze aldıkları görülmüştür. Bireylerin daha fazla kazanç arzusuyla daha fazla riske katlanmaları, onları rasyonel davranmaktan uzaklaştırabilmektedir. Karar vericilerin böyle eğilim göstermeleri, piyasanın da rasyonel davranıştan sapmasına ve piyasada Ocak ayı etkisi, haftanın günleri etkisi, tatil etkisi gibi anomalilere sebebiyet teşkil etmektedir(Kıyılar ve Akkaya,2016:130).

1.4.4.Homojen Davranış ve Heterojen Sonuçlar

Karar vericilerin risk ve beklentilerinin homojen olması, finans teorilerinin önemli varsayımlarından birisi olup, finans teorilerinde homojen davranışlar önemli bir yere sahiptir.

Piyasalarda oluşan, gerçek değerlerinden çok fazla fiyat değişimi gösteren malların ticaretinin yapılmasıyla nitelendirilen, finansal balonlar karşısında karar vericilerde, balonun birgün mutlaka patlayacağı düşüncesi olmasına rağmen onlar işlem yapmaya devam etmektedir. Bu homojen davranış sonucunda balon patladığında birçoğunun zarara uğramasıyla diğer taraf kazanmaktadır. Dolayısıyla bu durum bireylere heterojen olarak yansımaktadır(Tufan,2008:38-41).

1.4.5.Kararların Davranışları Şekillendirme Etkisi

İnsan davranışları, bireyin kendine atfettiği değer ve yargılarla şekillenmekte ve alınan kararları etkilemektedir. Karardan söz edebilmek için davranış özgürlüğünün olması gerekmektedir. Kararlar davranışlara, davranışlarda kültür, eğitim, cinsiyet, yaş gibi birtakım olgulara bağlıdır. İnsanlar çevreden gelen birtakım etkilerle harekete geçerler ve belirli bir amaca yönelik olarak tepki gösterirler. Bireyler karar alma sürecinde sadece çevresel faktörlerden değil aynı zamanda kişisel, duygusal, psikolojik ve sosyolojik pek çok faktörden etkilenmekte ve her türlü ekonomik koşullarda (belirlilik-belirsizlik-risk ortamı) kararlarını bu etki-tepki çerçevesinde davranışlarına yansıtmaktadırlar.

1.4.6.Farklı Spekülatif Anomiler ve Etkileri

Finansal piyasalarda, gözlemlenebilir olmanın ötesine geçerek spekülatif ataklar yaşanabilmektedir. Karar vericiler, bazen piyasadaki diğerk tarafların kendilerinin sahip olduğundan daha fazla bilgiye sahip olduklarını düşünmekte ve birlikte harekete geçme davranışı gösterme eğilimi olarak bilinen sürü psikolojisinin etkisi altına girerek, rasyonel hareket etmelerini engelleyen bir olguyla karşı karşıya kalabilmektedirler (Kıyılar ve Akkaya,2016:131). İşte bu etki finansal karar verecek olan bireylerin davranışlarını yönlendirmede önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

2.ÖDEME SİSTEMLERİ VE KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLA İLİŞKİSİ

2.1.Ödeme Araçları ve Ödeme Sistemleri

Bu başlık altında ödeme sistemlerine ve ödeme araçlarına yer verilecek olup Türkiye’de hizmet gören başlıca ödeme araçları ve ödeme yöntemleri ele alınacaktır.

2.1.1.Ödeme Araçları

Ödemeler sisteminde kullanılan ödeme araçları nakit ödemeler ve nakit dışı ödemeler olarak iki grubu içermektedir. En yaygın olarak kullanılan nakit dışı ödemeler; kağıda dayalı olan çekler ve senetler, kredi ve banka kartları, alacak transferi, doğrudan borçlandırma ve elektronik para olarak sayılabilir.

Gelişen teknoloji ile dünya genelinde ödeme araçlarının kullanım yoğunluğuna bakıldığında nakit dışı ödeme araçlarının daha yoğun olarak kullanıldığı, bunlar arasında da kartlı ödeme araçlarının daha yaygın kullanıldığı görülmektedir. Genel olarak değerlendirilecek olunursa Tablo 3’te ülkelerin nakit dışı ödeme araçlarının toplam işlem miktarları yüzde olarak gösterilmiştir.

Tablo 3: Nakit Dışı Ödeme Araçlarının Toplam İşlem Miktarı Yüzdesi

Ülkeler	Çek		Kredi/Banka Kartı		Alacak Transferi		Doğrudan Borçlandırma		Kart Tabanlı E-Para	
	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015	2011	2015
Avustralya	3.8	1.5	62.6	68.2	23.3	20.1	10.4	10.2	-	-
Belçika	0.3	0.3	46.1	48.0	41.0	38.8	10.6	12.7	2.0	0.2
Brezilya	7.3	3.5	34.3	41.8	39.0	35.9	19.1	18.7	0.2	0.1
Kanada	8.9	5.4	73.6	77.0	10.6	11.0	6.9	6.6	-	-
Çin	10.0	1.2	76.1	81.1	13.9	17.7	-	-	-	-
Fransa	17.0	11.4	45.4	51.9	17.1	17.0	20.3	19.5	0.3	0.2
Almanya	0.2	0.1	16.6	18.6	34.2	30.5	48.8	50.6	0.2	0.2
Hong Kong	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hindistan	17.5	8.1	74.8	74.4	5.2	10.3	2.1	1.7	0.4	5.5
İtalya	7.5	4.2	40.5	45.3	32.6	29.4	15.5	13.6	3.9	7.5
Japonya	0.8	-	61.3	-	14.4	-	-	-	23.4	-
Kore	4.5	1.2	62.0	71.6	21.6	19.0	11.1	8.1	0.8	0.2
Meksika	15.2	8.1	47.1	60.3	35.7	29.6	2.0	2.1	-	-
Hollanda	va	0.0	43.6	51.4	29.4	29.3	23.9	19.3	3.1	0.0
Rusya	0.0	0.0	36.4	71.4	58.7	20.2	2.6	0.6	2.3	7.8
Suudi Arabistan	0.5	0.3	99.1	99.1	0.3	0.5	0.1	0.1	-	-
Singapur	2.3	1.6	6.8	15.2	1.1	1.5	1.7	1.4	88.1	80.2
Güney Afrika	2.3	0.4	47.5	59.5	23.8	19.4	26.4	20.6	-	-
İsveç	0.0	0.0	63.9	67.7	26.8	25.6	9.3	6.7	-	0.1
İsviçre	0.0	-	42.2	47.7	53.7	48.3	3.3	2.9	0.8	1.1
Türkiye	0.7	0.4	99.3	92.0	-	7.6	-	-	-	-
İngiltere	5.5	2.4	55.6	63.2	20.2	17.5	18.7	16.9	-	-
A.B.D	17.9	9.1	64.4	72.1	7.0	7.4	10.7	11.4	-	-
CPMI*	11.1	5.1	55.9	63.8	17.0	16.1	13.8	12.2	2.2	2.8

*The Committee on Payments and Market Infrastructures (CPMI): Ödeme ve Pazar Altyapıları Komitesine üye, veri alınamayan ülkelerin yaklaşık değerleri.

Kaynak: Bank for International Settlements (BIS), Red Book, December 2016, s. 457-458, (<http://www.bis.org/cpmi/publ/d155a.pdf>)

Yukarıdaki verilere göre ülkelerin nakit dışındaki ödeme araçları içerisinde kredi ve banka kartı kullanım oranının diğer araçlara göre daha yüksek olduğu ve bu oranın yıllar itibari ile değiştiği görülmektedir. Özellikle Türkiye’de de kartlı ödeme aracı olan

kredi ve debit kart kullanım oranı diğer ödeme araçları arasında en yüksek orana sahip olmuştur.

En yaygın kullanılan ödeme araçları olan; nakit, çek, kredi ve debit kartlar, alacak transferi, doğrudan borçlandırma ve elektronik para detaylı olarak anlatılacaktır.

2.1.1.1.Nakit

Nakit, elde tutulan ve ödemelerde anında kullanılabilen peşin ödeme aracıdır. Nakit kavramı ile daha çok kağıt ve metal paralar kastedilmektedir. Nakit özellikle sürekli yapılabilen günlük, küçük miktarlı ödemelere konu olabilecek mal ve hizmet alım satımlarında diğer ödeme araçlarına göre işlem miktarı bakımından en yaygın kullanılan ödeme aracıdır. Kolay taşınabilir ve pratik bir yöntem olması nedeniyle günlük işlemlerde en çok tercih edilen sistem olmuştur. Günümüzde elektronik ödemelerin kullanımının yaygınlaşmasına rağmen halen birçok ülkede küçük tutarlı alışverişlerde nakit kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. İşlemlerin tutarı büyüdükçe nakit olmayan ödeme araçları daha çok tercih edilmektedir.

Nakit ödeme araçları, TCMB tarafından basılan banknot ve madeni para vasıtasıyla elde edilmektedir. Bu paralar yasalardan aldıkları kurallarla yasal ödeme aracı olma niteliğini kazanmaktadırlar. Banknot ve madeni paraların basımı konusunda, merkez bankalarının üstlendikleri görevler ülkeden ülkeye göre değişse de genel olarak aynı düzende gerçekleşmektedir.

2.1.1.2.Çek

Kağıda dayalı nakit dışı ödeme aracıdır. Çek, yazan kişi tarafından ödeme yapılacak kişiye bankadaki hesabından ödeme yapılmasını emreden kağıt tabanlı bir ödeme aracıdır. Bankalararası işlemlerde ve ticari faaliyetlerde kullanılan çekler, yazılı emir niteliğindedir. Nakit ödemeler gibi çekler de geleneksel ödeme araçları içerisinde yer almaktadır. Bir kıymetli evrak niteliğine sahip olan çek yalnızca bağlı bulunduğu bankaya ibraz edilir. Bankalar dışında herhangi bir kişi üzerine çekin keşide edilmesinin havale niteliğinde olması çekin yasallığını kısıtlamakta ve kuralların uygulanmamasına sebep olmaktadır.

Değişim aracı olan çekin taşıma kolaylığı, kullanıma hazır hale gelmesi, ödeme kolaylığı gibi nakit ödemelere kıyasla avantajlı taraflarının olması yanında karşılıksız çıkma gibi dezavantajlarının da olduğu söylenebilmektedir. Bununla birlikte son

yıllarda çek kullanımı, teknolojiyle birlikte gelişen ve çeşitlenen yeni ödeme araçlarının ortaya çıkmasıyla giderek azalma göstermektedir.

5941 Sayılı Çek Kanunu gereğince çek, borç ödeme aracı olarak ticari faaliyet gösteren tacirler arasında gerçekleşmektedir. Türkiye'de çek, "ileri vadeli çek uygulaması" nedeniyle fiilen bir "ödeme aracı" olmaktan çıkmış, bono gibi kullanılan bir kıymetli evrak haline gelmiştir. Türkiye'de çekin karşılığının olmaması halinde cumhuriyet savcılıkları tarafından birtakım cezai yaptırımlar uygulanmaktadır. Kanunda getirilen son değişikliklere göre karşılıksız çek keşide etmenin cezai sorumluluğu olan hapis cezası yürürlükten kaldırılmıştır.

2.1.1.3.Kredi Kartı ve Banka Kartı(Debit Kart)

19. yüzyılda ABD’de kullanılmaya başlanmış olan kredi kartı, finansman kuruluşların müşterilerine anlaşmalı iş yerlerinde bulunan POS cihazı aracılığıyla yapılan harcamaların ilgili bankalara taksitler şeklinde veya tek seferde ödemelerini gerçekleştirmek için ve aynı zamanda banka ATM'leri ile nakit avans çekmek için verdiği bir kartlı ödeme aracıdır.

Kredi kartı; kart çıkaran kuruluşlar tarafından müşterilere nakit kullanmalarına gerek kalmadan her türlü mal ve hizmetlerden faydalanabilmeleri, gerektiğinde nakite ihtiyaç duyduklarında nakit avans çekebilmeleri için belirli limitler çerçevesinde açtıkları ve tahsis ettikleri kartlı ödeme aracıdır. Mevcut hesaplarda hiç para olmaksızın alışveriş yapılabilmesine imkan tanınmaktadır. Banka tarafından müşteri adına ortalama bir ay boyunca yapılan harcamalara karşılık ödemeyi tahsis edilir. Müşteri adına her ay düzenli olarak hesap bildirim cetveli düzenlenir. Hesap bildirim cetvelindeki bedelin yasada kabul gören asgari ödeme tutarı ödendikten sonra geri kalan bölümü belli bir faiz oranıyla kredilendirilebilmekte yada tamamı son ödeme tarihine kadar ödenebilmektedir (Kaya,2009:1). Alışverişlerin kredi kartıyla yapılması, nakit paranın piyasadaki akışını kısmen de olsa sınırlayarak, harcamaları kaydi para şekline dönüştürdüğünden, ülke ekonomisi açısından kullanılabilir tasarrufun bankalarca sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.

5464 sayılı yasada Banka kartı, “Mevduat hesabı veya özel carî hesapların kullanımı dahil olmak üzere bankacılık hizmetlerinden yararlanmayı sağlayan kart,” şeklinde tanımlanmıştır.

Banka kartları aynı zamanda bankaların müşterilerine mevduat hesabına bağlı olarak çıkartan, bu hesaptan elektronik fon transferi şeklinde veya ATM cihazlarıyla her türlü yer ve zamanda para alışverişi, havale, EFT, fatura gibi çeşitli ödeme ve işlem yapabilmelerine imkan tanıyan kartlardır(Sungur,2013:81). Banka kartı mevduat hesabına bağlı olarak sahibine nakit çekme imkanı sağlayan bir ödeme aracıdır. Banka kartları, ödeme sistemleri içerisinde bankalara münhasır bir üründür. Kredi kartlarını diğer kuruluşlar da çıkarabildikleri halde banka kartları için bu mümkün değildir. Banka kartı yalnızca fon toplama yetkisine sahip bankalar veya katılım bankaları çıkarabilmektedir. Görüldüğü gibi en basit ürün olarak görünen banka kartları, gerçekte bankaların tekelinde olan en önemli bankacılık ürünleri arasındadır.

Banka kartı, kart hamilinin hesabında mevcut olan para kadar sahibine harcama yapma olanağı tanıyarak finansman durumunu gözden geçirmesine, yönetmesine destek olmaktadır. Banka kartını çıkartan bankalar müşterilerden sağlanan nakitleri bünyelerinde barındırarak parayı fonlama olanağına ulaşırken, kart ile işlem yapılan işyerleri, naktin elden sağlanmasında karşılaşılabilecek zaman kaybı, risk ve çeşitli sorunlardan kurtulmuş olmaktadır(Öz,2011:16).

2.1.1.4.Alacak Transferi

Alacak transferi, ödeme yapan tarafın kendi hesabından belirli bir miktar parayı alıcının hesabına göndermesine imkan sağlayan ödeme aracıdır. Alacak transferi veya diğer adıyla ciro(GIRO) özellikle Avrupa’da yaygın olarak kullanılan,kağıt ve elektronik formatta gerçekleştirilen geleneksel bir ödeme aracıdır.

Alacak transferi haftalık, aylık gibi tekrarlayan ödemelerin yapılması amacıyla da kullanılabilir. Bu ödemeler yapmak isteyen müşteriler bankaları ile bir ödeme emri sözleşmesi yaparak belirli bir miktarda, belirli bir kişiye ve belirli bir tarihte alacak transferinin başlatılması için bankalarına talimat verirler. Bu tarz ödeme emirlerine kira ödemesi, elektrik faturası, sigorta ödemeleri gibi ödemeler örnek olarak verilebilir. Alacak transferinin önemli bir avantajı alıcının ödeyenin güvenilirliği konusunda endişe duymamasıdır. Çünkü alacak transferi ödeyen kimsenin bankasının onayı ve ödeyenin hesabının kesin olarak borçlandırılması söz konusu olmadan gönderilemez. Alıcıya alacak transferi yapıldığında ödeyenin hesabı bir gün önceden borçlandırıldığı için çekte görülebilen karşılıksız çıkma olayları yaşanmaz(Sheppard,1996:17).

2.1.1.5.Doğrudan Borçlandırma

Doğrudan borçlandırma, alıcı ve satıcı (alacaklı-borçlu) arasında alıcılara yapılacak mal ve hizmet satışı karşısında tahsilatların, hesabı oldukları banka üzerinden otomatik olarak yapılmasını sağlayan bir ödeme aracıdır. Doğrudan borçlandırma çerçevesinde firmanın alacaklarının tahsisini sağlıklı olarak yapabilmesi için, alacaklıların ödemek zorunda oldukları fatura tutarı alacaklı hesabından alınarak veya limit çerçevesinde kredilendirme yapılarak firmanın hesabına aktarılmaktadır.

Bu ödeme aracı genel olarak düzenli ödemeler olan fatura, sigorta, vergi, maaş, kredi kartı ödemeleri vb. ödemelerin kolaylaştırılması için kullanılmaktadır. Bu ödeme yöntemi ile firmalar, operasyonel iş gücünün ortadan kalkmasıyla zaman ve kaynak tasarrufu sağlayarak nakit akışını kolayca yönetebilmeleri imkanı sağlanmaktadır.

2.1.1.6.Elektronik Para

Elektronik para, tüketicinin sahibi olduğu dijital alete yüklenilmiş, tüketicinin adına bir fon hesabı bulunan, hesaba önceden tahsis edilmiş değer ürünleri olarak tanımlanan bir ödeme aracıdır(BIS,2004:2).

Elektronik parayı kullanabilmek için ilk olarak e-para hizmetini sunan şirketler tarafından hazırlanan özel yazılımlardan birinin kullanıcının bilgisayarına yüklenmesi ve hem kullanıcının hem de satıcının aynı bankada e-para hesabının olması gerekmektedir. Banka e-paranın kullanılabilmesi için parayı yönetmeye ve transfer etmeye yarayan bir yazılım vermekte ve böylece kullanıcılar hesaplarındaki parayı e-paraya transfer edebilmektedir. Hesaptaki tutar, kullanıcı alışveriş yaptıkça alışverişin tutarı kadar azalmaktadır(ARMA, <http://www.armaweb.com.tr/elektronikpara.htm>).

Elektronik para, internette alışveriş yapabilmek için kredi kartının sebep olduğu aksaklıkları engellemek, kredi kartı ya da banka hesabı olmayanların da kullanımına açık olan, geniş anlamda kartsız ödemelerin yapılabilmesine ve parasal değerlerin dijital ortamda bulundurulabilmesine imkan tanıyan sanal bir ödeme aracıdır(Tabak,2002:18).

Elektronik para kullanımının hem firmalara hem de tüketicilere sağlayacağı muhtemel yararları ve oluşabilecek sorunları aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz (Öz,2011:19-20):

- Çok çeşitli ödeme imkanları sağlamakta, ödemelerin yüzyüze yapılması zorunluluğu ortadan kalkmakta ve böylece tüketicilerin daha fazla alımla daha çeşitli alışveriş yaparak ödemelerini zamanında yapabilmelerini sağlamaktadır.

- Firmalar alıcıların ödemelerini zamanında yapmaları nedeniyle alacaklarını daha kolay ve hızlı tahsil etme imkanı elde ederler. Ayrıca gerekli altyapının oluşturulması durumunda firmalar vergi, sigorta ve diğer yasal yükümlülüklerini zamanında ve kolaylıkla yapma imkanı elde ederler.
- Daha az nakit taşınması, finansal gizlilik, şifreleme sayesinde hırsızlığa karşı korunma, elektronik ticaretten daha çok pay alınması, bireysel bankacılık hizmetlerinden ve araçlarından daha fazla yararlanılması, ödemelerin anlık yapılabilmesi ve ticarete önemli iki kısıt olan zaman ve uzaklık faktörlerinin ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır.
- Alışverişin yüzyüze yapılamamasından dolayı özellikle vergi kaçırmak kolaylaşmaktadır.
- Ülkelerin farklı gümrük uygulamalarına sahip olmaları ve bir ülkede uygulanan ödeme aracının diğer ülkede bulunmaması gibi durumlar elektronik paranın yaygınlaşmasını önleyebilmektedir.
- Elektrik kesintisi, hat yetersizliği ve kullanılan sistemin çökmesi gibi şu anda kullanılan bazı ödeme araçlarında da karşılaşılan sorunlarda söz konusu olabilir.

2.1.1.7. Türkiye’de Faaliyet Alanı Olan Ödeme Araçları ve Yöntemleri

Türkiye’de kullanılan ödeme araçları içerisinde yer alan nakit, halen yaygın olarak kullanılmaya devam etse de gelişen teknolojiye bağlantılı olarak piyasada hüküm süren yeni ödeme araçlarının daha yaygın kullanıldığı görülmektedir. Nakit dışı ödeme araçları daha çok ticari hayatta çek olarak karşımıza çıkarken, Türkiye’de nakit dışı ödeme araçları arasında en yaygın olarak kullanılanı kartlı ödeme araçlarıdır. Gelişen teknolojik yöntemler sayesinde mobil ödeme ve elektronik para gibi kolaylığı ve güvenliği üst sıralarda olan diğer araçlar da yaygın kullanılmaya başlanmıştır.

Nakit dışı ödeme araçları arasında Türkiye’de en yaygın kullanılan ödeme aracı ödeme kartlarıdır. Banka kartları ve kredi kartlarından oluşan ödeme kartları arasında en yaygın olarak kullanılanlar ise kredi kartlarıdır.

İyi bir telekomünikasyon altyapısına ve bankacılık uygulamalarına sahip olan Türkiye, bu konuda avantajlı olup, gelişen çağ ve teknolojiyle birlikte içinde bulunduğu Türk tüketicisinin kullanmış olduğu ödeme araçlarında önemli değişiklikler yaşamıştır. Tüketiciler düşük tutarlı harcamalarda nakit para kullanmayı tercih ederken, beyaz eşya, mobilya, gıda, konfeksiyon gibi büyük ve özel ürün ve hizmetlerin temininde yaygın

olarak kredi kartlarını kullanmayı tercih etmektedirler. Bu gelişim ve değişimin nedeni olarak tüketicilerin geçmişten günümüze kadar etkisinde kaldığı enflasyondan korunma düşüncesi, harcama yaparken zamandan tasarruf yapabilme, kredi kartlarının sunduğu özellikle taksitlendirme hizmeti ve yanında pek çok fırsatı sağlayabilmesi düşünülebilir (Yılmaz,2006:13).

2.1.2.Ödeme Sistemleri

Ödeme sistemleri, kurumsal ve örgütsel çatıyı, ekonomik birimler arasında mal ve hizmet alışverişinin kolayca yapılmasını sağlayan ödeme araçlarını, iletişim sürecini ve haberleşme ağını barındıran bir yapıdır(Erdoğdu,2004:80).

Genel kabul görmüş tanıma göre ödeme sistemi, üç veya daha fazla katılımcı arasındaki transfer emirlerinden kaynaklanan fon aktarımlarının gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla yapılan takas veya mutabakat işlemleri için gerekli altyapıyı sunan ve ortak kuralları olan yapı şeklinde tanımlanabilir.

Ödeme sistemleri, iki veya daha fazla finansal kuruluş ve onların müşterileri arasında para transferi için sağlanan kuralları, prosedürleri ve mekanizmayı oluşturur. Ödeme sistemlerindeki ana mekanizmayı ödeme araçları, üyeler ve sistem sağlayıcılar arasındaki iletişim için yapılan ağ yapısı düzenlemeleri ve sistem sağlayıcı tarafından hesaplaşma ve takas için sağlanan imkanlar oluşturmaktadır(World Bank,2005:290).

Ödeme sistemleri;

1. Üyeler arasında ödeme mesajlarının iletilmesinde üzerinde anlaşılmış teknik standart ve metotları,
2. Üyeler arasında alacakların mutabakatına yönelik anlaşmayı, normal olarak bir mutabakat değerini, bazen de merkez bankası parasını,
3. Ortak işlem prosedür ve kurallar dizisini (katılım, ödeme yapma vb. durumlarda), gerektirmektedir(Bank of England,2000:4).

Finansal piyasalarda her türlü mali işlemlerde belirli bir ödeme olayı baş göstermekte ve gerçekleştirilecek yeni işlemler için daha önceki ödemelerin zamanında yapılması gerekmektedir. Ekonominin ve piyasaların düzenli olarak faaliyet göstermesi ödeme sistemlerinin güvenli, verimli ve etkin işlemesine imkan sağlayacaktır. Yapılan işlemler ödeme sistemleriyle, uygun zamanda ve güven ortamında sonlandırılır.

Firmalar, sektörler, tacirler, bankalar, üye iş yerleri, kuruluşlar, bireysel müşteriler ve hükümetler her türlü para akımında ödeme sistemlerini kullanmaktadırlar.

2.1.2.1.Ödeme Sistemlerinin Sınıflandırılması

Ödeme sistemleri ödeme tipi temel işlem özelliklerine göre **toptan ödeme (büyük tutarlı)** ve **perakende ödeme (küçük tutarlı)** olarak ikiye ayrılabilir. Toptan ödeme sistemleri; önemli, acil ve genellikle büyük tutarlı ödemeler için kullanılan sistemlerdir. Perakende ödeme sistemleri ise, çoğunlukla müşteri ödemeleri, çek, kredi kartı, doğrudan borçlandırma ve kredi transferi işlemleri için küçük tutarlı olarak kullanılan ve finansal istikrarı göreceli olarak daha az etkileyen sistemlerdir.

Ödeme sistemlerinin seçimi konusunda en önemli etken, işlem tutarının büyüklüğüdür. Maliyet ile risk arasındaki ödünleşim sistem tercihi konusunda önemli bir etkidir. Çünkü 100 birimlik bir tutar ile 1.000.000. birimlik bir tutar arasındaki maliyet-risk ödünleşimi aynı değildir. Bu nedenledir ki ödeme sistemleri konusunda büyük ve küçük tutarlı ödeme sistemleri olarak ayırma gidilmiş ve hemen hemen bütün büyük tutarlı ödeme sistemlerinin mutabakatı merkez bankalarındaki bulunan hesaplar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Büyük tutarlı ödeme sistemleri ekonomide önemli bir yere sahip olduğu için Merkez bankaları doğrudan veya dolaylı olarak her zaman söz konusu ödeme sistemlerinde gerçekleşen işlemlere karışmaktadır (Fry, 1999:79).

Büyük tutarlı ödeme sistemlerini kapsayan **toptan ödeme sistemleri**(Big Value Payment Systems, BVPS), ülkenin ekonomisi bakımından hayati öneme sahiptir. Ülke ekonomisinin istikrarı bu sistemlerin etkin ve güvenli bir şekilde çalışmasıyla bağlantılıdır. Ayrıca uluslararası piyasaların verimli çalışması, ticaretin gerçekleştirildiği ulusal ödeme sistemlerinin iyi çalışmasına bağlıdır. Böylece büyük tutarlı ödeme sistemlerinin tasarlanmasında, yönetilmesinde ve işleme koyulmasında merkez bankaları başta olmak üzere finans piyasasındaki birimler ve aktörler önemli rol oynamaktadırlar(Kirdaban,2011:9).

Küçük tutarlı işlemlerin gerçekleştirildiği **perakende ödeme sistemleri**(Retail Payment Systems,RPS), olağan ve olağandışı olarak çeşitli ödeme işlemlerinin yapılmasını sağlamaktadır. Olağan ödemeler; su faturası, sigortası ödemesi, şirketlerin ücret ödemelerini kapsarken, olağandışı ödemeler ise miktarı ödemededen ödemeye değişen, sadece bir kereliğine yapılan ve özellikle mal ya da hizmet alımında söz konusu olan ödemeler olarak düşünülebilir. Küçük tutarlı ödeme sistemleri, ticari

kuruluşların ve işletmelerin sunduğu hizmetlerin tüketicilerinin küçük tutarlı toplu ödemelerinin hayata geçirilmesini sağlamaktadır.

Bir başka sınıflandırma ise mutabakat tekniği açısından yapılmaktadır. Bu ayırım; gerçek zamanlı bire bir mutabakat (RTGS) olarak da adlandırılan toptan mutabakat ve ertelenmiş net mutabakat (DNS) olarak adlandırılan net mutabakattır.

RTGS olarak adlandırılan **toptan mutabakat sistemlerinde** her ödeme birbirinden bağımsız olarak gerçekleştirilerek tamamlanmaktadır. Bu sisteminin en önemli özelliği hesapta yeterli fonun bulunması şartıyla ödeme emrinin alınır alınmaz mutabakatın anında ve kesin olarak sağlanmasıdır. Gerçek zamanlı mutabakat sistemine göre çalışan ödeme sistemlerinde mutabakat; ödeme işleminin kesinleştirilerek sonuçlandırılması esasına bağlı olarak gönderici hesabının borçlandırılması, alıcı hesabının da alacaklandırılması işlemidir. Yapılan mutabakat işlemi artık geri dönülemez ve kesindir. Gerçek zamanlı mutabakat sisteminde ödeme yapılması için yeterli bakiyenin o an için bulunmaması halinde bile yapılabilen sistemlerdir. İşlemin gerçek zamanlı olması ise ödeme emrinin anında işleme alındığını ifade etmektedir. İşlemin nihai olarak anında gerçekleşmesinden dolayı kredi riski taşımamaktadır. Ayrıca bu sistemlerde mutabakat işlem bazlı olup, çalışma saatleri içinde likiditeye olan ihtiyaç göreceli olarak daha yüksek olmaktadır.

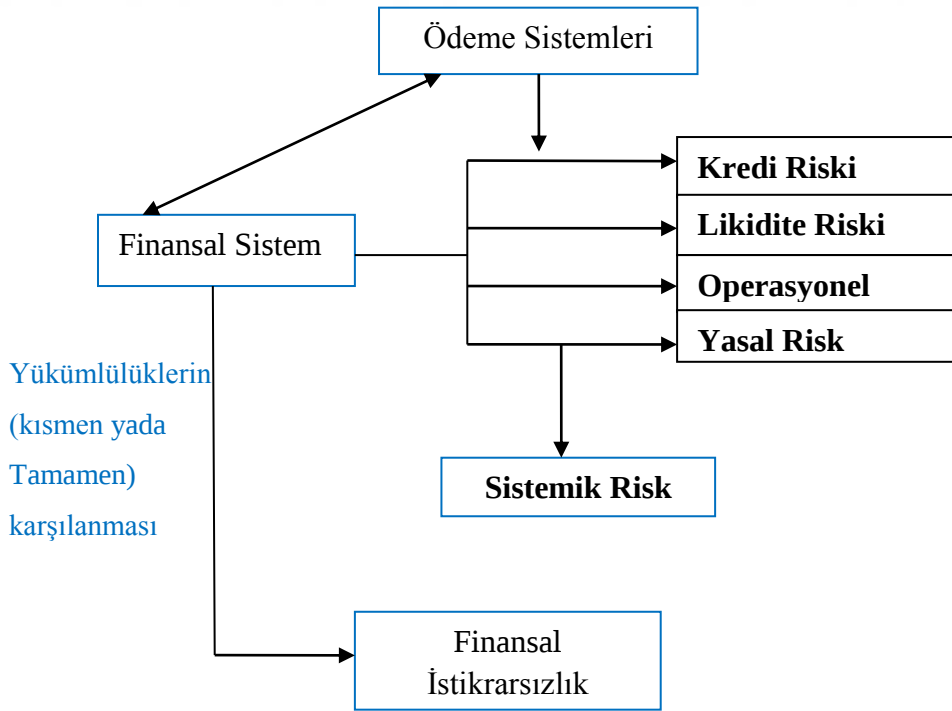
DNS olarak adlandırılan **ertelenmiş mutabakat sistemlerinde** ödemelerin, hesaplarda yeterli bakiyenin bulunması halinde hayata geçirildiği sistemlerdir. Katılımcıların göndermiş oldukları ödemeler ve alacaklar biriktirilmekte ve işlem bazında değil gün içinde belirlenmiş olan bir zamanda netleştirilmektedir. Bu işlem sonucunda net borçlu olan katılımcının borcunu mutabakat zamanında ödemesiyle işlem kapanmaktadır. Katılımcılar, gün içerisinde anlık olarak ödeme yapmamakta ve dolayısıyla büyük tutarlarda likiditeyi hazır bulundurmamakta ve biriken işlemlerin net sonucuna göre borçlu olmaları durumunda mutabakat zamanı geldiğinde ödeme yapmaktadırlar. Mutabakat zamanları arasında kalan ödemeler nihai olmayıp kesinleşinceye kadar şarta bağlı olarak kalmaktadır.

Gecikmeli net mutabakat sisteminde likitide ihtiyacını en aza indirmesiyle en avantajlı yönü olarak likite tasarrufunun yaşanıldığı söylenilebilmektedir. İşlem sırasında katılımcıların yaşayabilecekleri likitide sorunları veya ödeme güçlüğü nedeniyle işlemin sonuçlandırılmama riski ise bu sistemin dezavantajı olup diğer katılımcıları etkileyebilecektir.

Türkiye’deki ödeme sistemlerinden TCMB tarafından işletilen Elektronik Fon Transfer (EFT) sistemi ve Elektronik Menkul Kıymet Transfer (EMKT) sistemi RTGS usulüne göre çalışan sistemler olup, “Netleştirme” usulüne göre faaliyet gösteren ödeme sistemleri İstanbul Takas ve Saklama Bankası A.Ş. (Takasbank), Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ve Bankalararası Takas Odaları Merkezi (BTOM) tarafından işletilen sistemlerdir(TCMB,2014:3).

2.1.2.2.Ödeme Sistemlerinde Risk

Ekonomiye önemli bir katkı sağlayan ödeme sistemlerinin güvenli ve verimli işleyişinin, para politikalarının uygulanmasında, finansal istikrarın oluşturulmasında ve halkın para birimine olan güveninin sağlanmasında önem etkin bir araç olmasının yanında iyi tasarlanmamış, iyi işletilmeyen ödeme sistemleri, ekonominin ve mali sistemin bir bölümünü etkileyen sorunların oluşumunda da bir risk unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Sistemik risk, finansal sistemi tehdit ederek istikrarsız hale getirmesiyle kredi, likidite, yasal ve operasyonel risklerin ödeme sistemine dahil olması ve diğer katılımcıları etkilemesi yoluyla oluşmaktadır. Söz konusu durum aşağıdaki şekilde gerçekleşmektedir (Kirbadan,2011:20-21).



Kaynak: (Kirbadan,2011:21)

Şekil 6: Ödeme Sistemlerinden Kaynaklanan Riskler ve Finansal İstikrar

Ödeme sistemlerinde ortaya çıkabilecek temel riskler olan likidite, kredi, operasyonel, yasal ve sistemik riskleri kısaca açıklamakta fayda olacaktır.

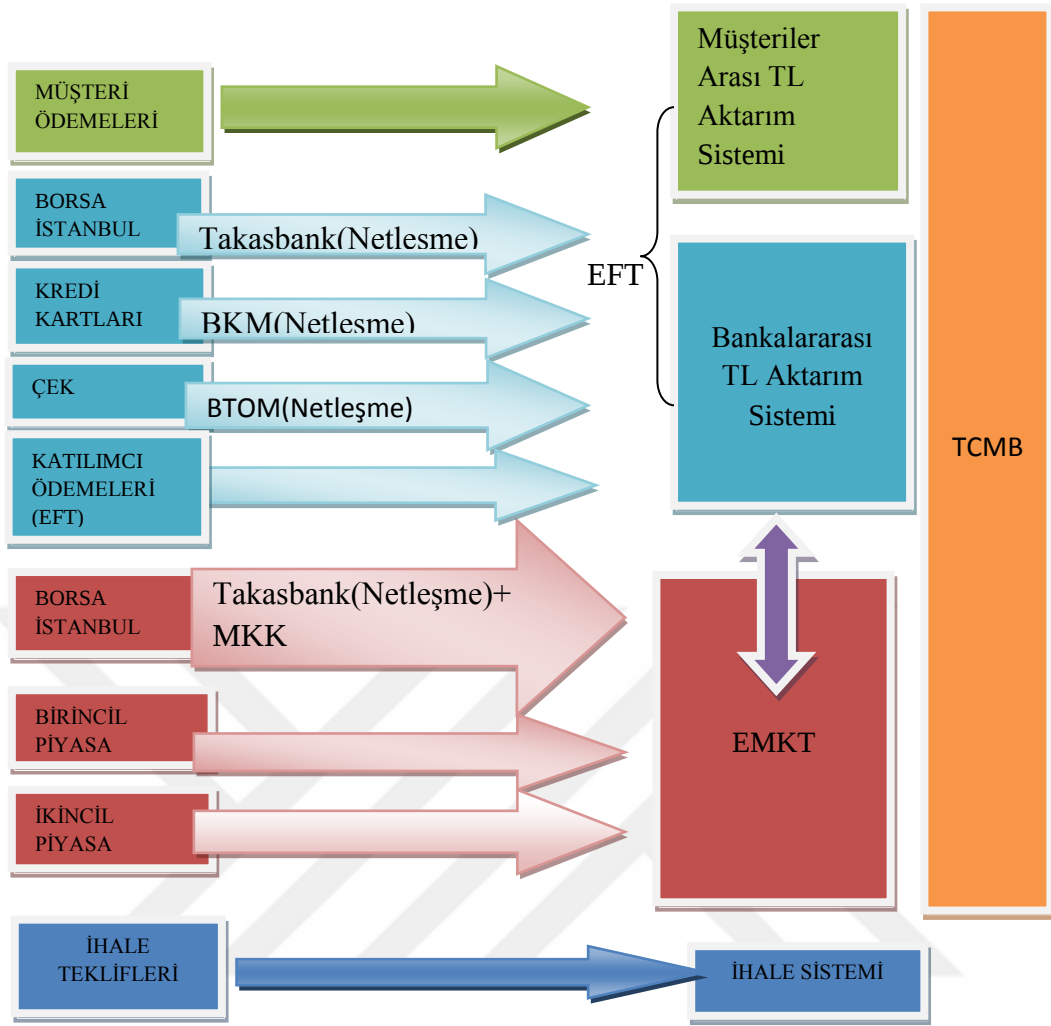
- ✓ **Likidite riski;** ödeme sisteminde, sisteme dahil olan tarafların herhangi birinin ödeme yükümlülüğünü yeterli fona sahip olmaması nedeniyle vadesinde yerine getirememesi durumunda oluşacak risktir.
- ✓ **Kredi riski;** Ödeme sisteminde, sisteme dahil olan katılımcılardan herhangi birinin yükümlülüklerini vadesinde veya daha ileri bir tarihte tamamen karşılayamaması halinde oluşacak risktir.

Ödeme sistemleri içerisinde oluşacak kredi ile likidite riski arasındaki en büyük fark kredi riskinin kalıcı, likidite riskinin geçici nitelikteki sorunları içeriyor olmasıdır(TCMB,2014:4).

- ✓ **Operasyonel risk;** donanımsal veya yazılımsal problemler gibi teknik nedenlerden kaynaklanan arızalar veya insan hatası nedeniyle sistemin likidite veya kredi riskine yol açacak şekilde bozulmasına neden olabilecek risk türüdür.
- ✓ **Yasal risk;** kanunda yer alan kural ve düzenlemelerin beklenmedik şekilde yanlış yorumlanarak uygulanması ve uygulamadaki belirsizlikler sonucu ödeme sistemi taraflarının finansal kayıp yaşayabilme riskidir.
- ✓ **Sistemik risk;** bir veya birkaç katılımcının ödeme yükümlülüklerini karşılayamaması ve böylece diğer tarafları da etkileyerek ödemelerini gerçekleştirememelerine sebep olabilme neticesinde ortaya çıkan kredi ya da likidite problemlerinin ekonomi piyasası istikrarını bozabilme ihtimalini taşıyan risk grubudur(BIS,2001:5).

2.1.2.3.Türkiye’de Kullanılan Ödeme Sistemleri

Türkiye’deki ödeme sistemleri Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası bünyesinde işletilen (EFT) ve(EMKT) sistemi ile(BTOM), (BKM), (TAKASBANK) ve (MKK) tarafından işletilen sistemlerdir. Şekil 7’de Türkiye’de faaliyet gösteren ödeme sistemlerinin işleyişi sunulmaktadır.



Kaynak: TCMB,2014:6 (<http://tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a28ff0bd-1e9a-42be-8f7d-3249a1b3cf1c/OdemeSistemleri.pdf?MOD=AJPERES>)

Şekil 7: Türkiye’de Kullanılan Ödeme Sistemleri

2.1.2.3.1. Elektronik Fon Transfer Sistemi

TCMB’nin sahibi ve işleticisi olduğu EFT sistemi,1992 yılında uygulanmaya geçilen bir sistemdir. Bu sistemle TL üzerinden bankalar arasında para transferi dijital elektronik bir ortamda gerçekleştirilmektedir. 2000 yılında sistem yeniden revizyona sokulmuş ve yeni nesil EFT sistemi oluşmuştur. EFT sisteminde yapılan işlemlere ilişkin herhangi bir limit bulunmaması, küçük tutarlı ödemelerin daha yüksek olmasıyla büyük tutarlı ve acil ödemelerin yapılamaması gibi bünyesinde risk faktörlerini barındırması 2012 yılında daha fonksiyonel hale getirilmesine sebep olmuştur. Böylece sistem yalnızca bankalar arası değil aynı zamanda müşteriler arası para akım sistemi

haline gelmiştir. Merkez bankası bünyesinde gerçekleşen bu sistem daha da geliştirilerek 2013 yılından beri üçüncü boyut kuşağına uygulanması sağlanmıştır (TCMB,2014:7).

2.1.2.3.2. Elektronik Menkul Kıymet Transfer Sistemi

TCMB tarafından 2000 yılında kurulan EMKT sistemi, bankalar arasında menkul kıymet aktarımının elektronik ortamda yapılmasını sağlayan sistemdir. 2013 yılında sistem yeniden revize edilip geliştirilerek ikinci boyut kuşak için hizmete sunulmuştur. EMKT sisteminde devlet iç borçlanma senetleri (DİBS), likidite senetleri ile Özelleştirme İdaresi ve Kamu Ortaklığı Fonu gibi bazı kamu kuruluşları tarafından ihraç edilen senetlere ilişkin işlemler yapılmaktadır(TCMB,2014:8).

2.1.2.3.3. Bankalararası Takas Odaları Merkezi

BTOM, 3 Ekim 1985 tarihine kadar takas işlemleri 1969 yılında tek tip hale getirilen ve takas odalarına üye bankalarca da imzalanan ana sözleşme esasları çerçevesinde yürütülmüştür. Bu tarihten itibaren çek takası faaliyetleri BTOM tarafından yürütülmektedir. Çeklerin fiziki olarak değişimine dayanılarak yapılan takas işlemleri artan işlem maliyetleri nedeniyle klasik takasla birlikte 1993’de İstanbul’da, 1998’de Ankara’da elektronik ortamda çek bilgileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. 2002 ile 2003 yılından itibaren Ankara ve İstanbul dışındaki takas odaları diğer odalar hizmete kapatılmıştır(BTOM, <http://www.btom.org.tr>).

2.1.2.3.4. Bankalararası Kart Merkezi

1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığıyla kurulan BKM’nin ödeme sistemleri içerisinde, nakit kullanımı gerekmeksizin her türlü ödemeyi veya para akımını sağlayan sistemi oluşturma, programını ve altyapıyı dizayn etme, işletme ve geliştirme gibi faaliyetleri söz konusudur. BKM’nin ana faaliyetleri olarak; kartlı ödeme sistemlerinin uygulanmasında bankalararasında yapılacak yol ve yöntemleri geliştirerek takası ve hesaplaşmayı yürütmek, standardartlaşmayı sağlamaya yönelik çalışmalar yaparak kararlar almak, ülkede hizmet sunduğu uygulamalar ile yurt içi kuralları oluşturmak, yurt dışı kuruluş ve komisyonlarla işbirliği ve ilişki içerisine girerek üyelerini bu kuruluşlarda temsil etmek, her banka tarafından gerçekleştirilen işlemleri

daha güvenli, süratli ve daha az maliyetli tek bir merkezden yürütmek gibi etkinlikleri saymak mümkündür (BKM, <http://bkm.com.tr>).

2.1.2.3.5. İstanbul Takas ve Saklama Bankası

TAKASBANK, Türkiye’de 1986-1988 yılları arasında yalnızca tarafları arasında menkul değer alım ve satımı için gerçekleştirilen değiş-tokuş işlemlerini içermektedir. 1988-1992 sürecinde bu işlemler İMKB bünyesinde bir müdürlük tarafınca yönetilmektedir. Bu hizmetlerin iyileştirilerek daha uygun bir ortamda gerçekleşmesi için 1992 yılından itibaren en büyük payı olan İMKB’nin ve üyelerinin bulunduğu bir işbirliği platformuyla İMKB Takas ve Saklama A.Ş. kurulmuştur. İMKB adının BİAŞ olarak değişmesiyle Takasbank unvanı da 2013 yılından itibaren günümüze kadar “İstanbul Takas ve Saklama Bankası A.Ş.” olarak değiştirilmiştir. Sözleşmesi gereği bankanın temel hedefleri arasında ilgili takas ve saklama hizmetlerini sunmak, ülkenin finansal rekabetini arttırarak ekonomik ve finansal her türlü faaliyetlere imkan tanımaktır. Bankaya yasal olarak verilen yetkiler sayesinde bu amacını gerçekleştirebilme olanağı tanınmıştır. Böylece piyasadaki aktif üye ve taraflara hem takas işlemlerini hem de bankacılık hizmetlerini vermektedir. Düşük maliyetli olarak para akımı görevini yüklenerek para ve sermaye piyasaları arasında ivedilik ve güven ortamında bir köprü hizmeti görmektedir. Borsa İstanbul kuruluşunun yönetiminde olan banka, para ve menkul kıymet takas işlemlerini tamamlandırmak üzere var olan piyasalarda her türlü finansal işlemlerin gerçekleştirilmesi için merkezi bir sistemden faaliyet gösteren bir kurumdur. Banka’nın varoluş hedeflerinden bir diğeri de, piyasalarda oluşan risk yapısının iyileştirilip maliyetlerin muhtemel minimuma indirilmesine yardımcı olarak etkin ve verimli bir merkezi ve risk yönetim sistemini yönlendirerek geliştirmektir(TAKASBANK,<http://www.takasbank.com.tr>).

2.1.2.3.6. Merkezi Kayıt Kuruluşu

MKK, Sermaye piyasası araçlarının kayıt altına alınması, dijital ortamda üye ve taraflarca hem bu kaydedilen araçların hem de bu araçlara kanunen verilen hakların izlenmesi ve saklanması üzere faaliyet göstermektedir. MKK tarafından kayden izlenen söz konusu sermaye piyasası araçlarının aynı zamanda Borsa İstanbul tarafından da işlem görmesi bütün bir sistemin oluşmasını sağlamakta ve bu sistem, konu olan

araçların takas ve sonlandırma işlemlerinde MKK ile TAKASBANK'ı bir araya getirmektedir (TCMB,2014:15).

2.2.Kartlı Ödeme Sistemleri

Bu başlık adı altında kartlı ödeme sistemlerinin doğuşu, gelişimi, işleyişi, tarafları, kuruluşları, sınıflandırılması, yarar ve sakıncaları, kart kullanımında rasyonellik boyutu, kartlı ödeme sistemlerinin kullanımını etkileyen faktörleri, kartlı ödeme sistemlerinde talebi belirleyen unsurlar ve tüketici davranışları, kartlı ödeme sistemlerinin hukuksal ve ekonomik boyutu açıklanmaya çalışılacaktır.

2.2.1. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tarihsel Gelişim Süreci

Konunun bugününü anlamlandırarak geleceğine yön verebilmek adına kartlı ödeme sistemlerinin geçmişine değinmekte yarar olacaktır. Öncelikle Avrupa'da kullanılmaya başlanan ve tüm dünyaya yayılan kartlı sistemlerin ortaya çıkışına ve günümüze kadar olan gelişimine göz atalım.

2.2.1.1.Dünyada Kartlı Ödeme Sistemlerinin Doğuşu ve Gelişimi

Bu sistemin geçmişten günümüze kadar yapılan araştırmalarına dayanarak, kişilerin yanlarında nakit taşımalarına gerek kalmaksızın alışverişlerinde ödeme yapabilmeleri ve böylece kullandıkları mal ve hizmetlerin bedellerinin ödenmesini bir süre geciktirebilmeleri fikri kısaca kartlı ödeme fikri tarihte ilk kez yazar Edward Bellamy'nin 1888'de yayımlanan "Looking Backward 2000-1887" isimli romanında ortaya çıkmıştır.

Nakit para ödemeksizin mal ve hizmet satın alma olanağı sağlayan kredi kartlarının ilk uygulaması 19. Yüzyılda ABD'de başlatılmıştır. İlk gelişmelerin başladığı yer olan ABD'de **kredi kartı ilk kez** 1894'te "Hotel Credit Letter Company" tarafından çıkarılmıştır. Turizm sektöründe sınırlı bir önem arz eden bu ilk uygulamadan sonra 1914'te "şimdi al sonra öde" sloganı ile Western Union Bank kredi kullanma imkanı veren bir kredi kartı ihraç etmiştir.

1924 yılında genel bir petrol şirketi personellerine ve güzide müşterilerinebenzin almaları koşulunda kredi kartını kullanabilmeleri imkanı tanınmıştır.Bu uygulamayı giderek yaygınlaştırarak herkese kullandırmayı sağlayan benzin şirketini Mobil ve Shell takip ederek uygulamaya hayat kazandırmıştır. Kredi kartlarının kullanımının

yavaşlamasına sebep olan 1929 yılında ABD’de “Büyük Bunalım” baş göstermiştir. Müşteri sadakatini oluşturmaya ve sürdürmeyi amaçlayan bir telefon şirketi 1930 yılında ünvanını tamamlayan kredi kartına yönelik bir alet çıkartmış ve hizmete sunmuştur. Demiryolu ve havayolu şirketleri de bu uygulamanın akabinde benzer kartlar piyasaya sürmüşlerdir (Özkan,2015:28).

Kredi kart uygulamasının ilk çıktığı dönemlerde kısıtlı bir işlem ve faaliyet sahasına sebep olması daha geniş ve yaygın kullanılabilirlik ortamının araştırılmasını gerektirmiştir. Dolayısıyla ticari ve büyük iş adamlarının ülkeler arası yapmak zorunda oldukları yolculuklar, kredi kartlarının kullanımının daha geniş alanlara yayılarak tahsis edilmesini gerekli kılmıştır. Bu nedenle ABD’de faaliyet gösteren bir benzin şirketi ile diğer ülkelerdeki benzin şirketlerinin işbirliğiyle kullanımı onaylanan kartlar piyasaya sürmüşlerdir. Böylece “üç taraflı sistem” ünvanıyla uygulama hayata geçirilmiş ve bu sistemin geliştirilmesi için adım atılmıştır (Yetim,1997:3).

1928 yılında, müşterilere alışverişlerde yapılan harcamalarda kullanabilecekleri harcama kartı (charge cards) sunulmaya başlanarak New York’ta bir banka tarafından ilk bireysel kredi kartı ünitesi oluşturulmuştur. Böylelikle çalışanlar dışında daha geniş bir kitle olan müşteri kesimine de ulaştırılmıştır. ABD’de gerçekleşen büyük dünya bunalımı ve İkinci Dünya savaşı gibi kriz dönemleri kredi kartı piyasasını da vurarak talebi azaltmış ve kullanımını sınırlandırmıştır. 1931 yılında bir hava şirketi müşterileri için kredi kartına ilişkin kampanya ve kupon hizmeti vermeye başlamıştır. 1939 yılında Bir yağ şirketi yeni kartlar tasarlayarak **ilk kez kredi kartı pazarlamasını** ortaya çıkarmıştır. 1948 yılında New York’ta faaliyet gösteren büyük çaplı mağazalar harcama kartı (chargeplates) işlemleri için kar amacı gütmeyen kurumlar inşa etmişlerdir. (Çırpan,2000:14-15).

ABD’nin her yerinde kullanıma açık, uygulama alanı daha da genişleyerek farklı alanlarda faaliyet gösteren işyerlerinde para yerine ödeme aracı olarak kullanılabilen ilk kredi kartı 1950’de **Diners Club** tarafından çıkarılmıştır. Bu kartın sloganı “ye ve imzala” olup, Diners kelimesinin de buradan geldiği anlaşılmaktadır. Üç taraflı sistemin ilk örneği olan Diners’in çıkarılmasıyla genel kabul gören kredi kartı uygulaması tüm dünyada giderek yayılmaya başlamıştır.

1951 yılında New York’taki bir bankadan çıkarılan kartlar gerçek anlamda ilk kredi kartını oluşturmaktadır. 1956 yılında piyasaya kart çıkaran banka sayısında artış

gözlenmiş ve kartlı ödeme sistemlerine bir aylık faizsiz dönem ilkesi getirilmiştir (Çırpan,2000:15).

Kredi kartlarının uygulanmaya başladığı ilk zamanlarda, işçi, personel, işyeri giderleri yüksek maliyetli olmasından dolayı sistemi uygulamak zor bir hal almıştır. Bu zor şartlara rağmen 1958 yılından itibaren pek çok bankayla gerçekleştirilen ödeme sistemlerinin varlığı ve özellikle Americard'ın piyasaya sunulması kredi kartı için ekonomik hayatın vazgeçilmez bir parçası halini almasına olanak sağlamıştır (Teoman,1989:16).

1959 yılında kredi kartını ihraç eden bankalar tarafından, kart hamillerince vade sonu ödemesi geciktirilen kart borçlarına ilk kez faiz işletildiği görülmüştür. Havayolu şirketleri 1964 yılında müşterilerine seyahat ve eğlence (T&E) kartı kullandırmaya başlamıştır (Kaya,2009:12).

1958 yılında American Expriess Bank tarafından çıkarılan “**American Express Card**” adındaki kart uygulaması kartlı ödeme sahasındaki Diners'ten sonra ikinci büyük gelişmeyi yaratmıştır.

1959 yılında Bank of America tarafınca çıkartılan “**Amerc card**” adıyla ilk etkin ve yaygın anlamda ödeme kartı uygulaması hizmete girmiştir. Bu kart uygulaması ilk yıllarda sadece Kaliforniya'da geçerli olmuştur. Bu karta, müşterilere sınırsız mağaza ve ürünle geniş mağazalarda kredi kartıyla alışveriş yapabilme imkanının tanınması ve lisanslı olarak çıkartan bankaya ait olması gibi özellikler atfedilerek ilk banka ve kredi kartı olma niteliği taşımaktadır(Alponat, 2006:23).

Amerc card'ın çıkışı ve artan kullanımının ardından, Colifornia bankalarınca kredi kartı çıkarma konusunda rekabet başlamış ve böylece diğer tüm ülkelerde yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Uluslar arası alanda kullanımına onay verilen Americard'ın isminde revizyona gidilerek 1977 yılında **VISA** ünvanını almıştır. Farklı ülkelerde farklı türlerde çıkartılan kartlar arasında adaptasyonu sağlamak için kartı piyasaya ihraç eden bankalar işbirliğine giderek “Master Charge” ortak bir unvan adı altında anlaşmaya gidilmiştir.Daha sonra bu kartın ünvanı değişime uğrayarak **Mastercard** adı altında yerini almıştır.

Joint Credit Bank Compony Limited Şirketi, kredi kartı uygulamalarının diğer bir eyalet olan İngiliz bankalarını da tetiklemesi sonucu kredi kartı hizmeti sunabilmek içinüç bankanın bir araya gelerek kurdukları bir şirkettir. 1972 yılında bu şirketi kuran birimler tarafından Access” adı altında kart sistemini oluşturmuşlardır. 1975 yılında

Master Card ile yapılan anlaşma ile bu kart sistemi uluslar arası boyut kazanmıştır. (Yetim,1997:4).

1984 yılında ABD’de 1984 yılında kredi kartı pazarı büyümüş, bireylerin yaklaşık %70’i kart sahipliğine ulaşmış, kart kullanımı işlerliğini artırmış ve en doruk noktasını yaşamıştır. 1985 yılında Visa ve Master Card tarafından ilk Affinity tipi kartlar çıkartılmıştır (Çırpan,2000:18).

Visa 1989 yılında Visa Phone’u tasarlayarak ilk defa kredili telefon(mobil) hizmetini piyasaya sunmuştur. Günümüz teknolojinin bir evresini oluşturan akıllı kartların gelişimine başlanmasıyla kartların da gelişimi sağlanmaya çalışılmış ve bu gelişim 1995 yılından itibaren baş göstermiştir. İlk akıllı kart uygulaması 1996 yılında New York’ta gerçekleştirilmiştir..1997 yılında şeker ve tahıldan oluşan dünyanın ilk çevreci kredi kartı, Greenpeace kuruluşu ile bir İngiliz bankası ortaklığında ortaya çıkarılmıştır (Kaya,2009:14).

ABD bünyesinde çalışan kredi kartı organizasyon birliklerinin İngiltere’de gerçekleştirdikleri agresif pazarlama kararları, o ülkelerde yaşayan müşterilerin kredi kartı kullanımına ilişkin gönülsüz tavır sergilemelerinde etkili olmuştur. Bu pazarlama kararlarında yapılan müşteriye tatmin edici istek ve ihtiyaçların karşılanmasında esnek faiz uygulaması gibi düzenlemelerle kartı diğer ödeme araçlarına kıyasla önemli ilerlemeler kaydetmiştir.

Avrupa’da, Amerikan kredi kartı sisteminin tamamlayıcısı olan “Eurocard”adı verilen bir sistem geliştirilmiştir. Eurocard hamilleri işbirliği sonucunda, Access ve Master Card’ın da üyesi olmakta, dolayısıyla bu ağ sayesinde bazı Japon kredi kartı kurumları ile de bağlantı kurulabilmektedir. Bugün gelişen ve artık yerleşen kredi kartı sisteminde, Eurocard, Visa, Amerikan Express, Dinners Club, Master Card ve bazı Japon kredi kurumlarının kartları kabul görmektedir.

Dünyanın globalleşmenin etkisi altına girmesi sonucunda tehdit ortamını paylaşması, 2007 yılında bankalarınçevreye duyarlı kartları piyasaya sunmalarına zemin hazırlamıştır. Bankacılık işlemleri ve hizmetlerinin ardından dünyada ilk kez Mobil imza, kredi kartıyla yapılacak alışverişlerde kullanılmaya başlanmıştır.

2.2.1.2.Türkiye’de Kartlı Ödeme Sistemlerinin Gelişimi

Kredi kartlarının Türkiye’deki gelişimi Avrupa’dakine göre tam tersi bir söz konusu olmuştur. Avrupa’da öncelikle tüketici kredileri kullanılmaya başlanmış daha

sonra kredi kart uygulamasına geçilmiştir. Türkiye’de ise ilk önce kredi kartı uygulamasına geçilip daha sonra tüketici kredileri hizmeti vermeye başlanmıştır.

Türkiye’de 1968 yılında ilk kredi kartı olan Diners Club müşterilerin hizmetine çıkartılmıştır. Kart birimini temsil eden Koç Grubu bünyesinde “Servis Turistik AŞ” kuruluşuna yurt içi kart çıkartma yetkisi verilmiştir. Diners Club’un ardından Türk Ekspres Havacılık ve Turizm Limitet Şirketi “Amerikan Express” adındaki kartla finans piyasasına katılmıştır. 1975 yılına kadar bu iki kart monopol bir ortamda başka bir rakip olmaksızın hüküm sürdürmüşlerdir.

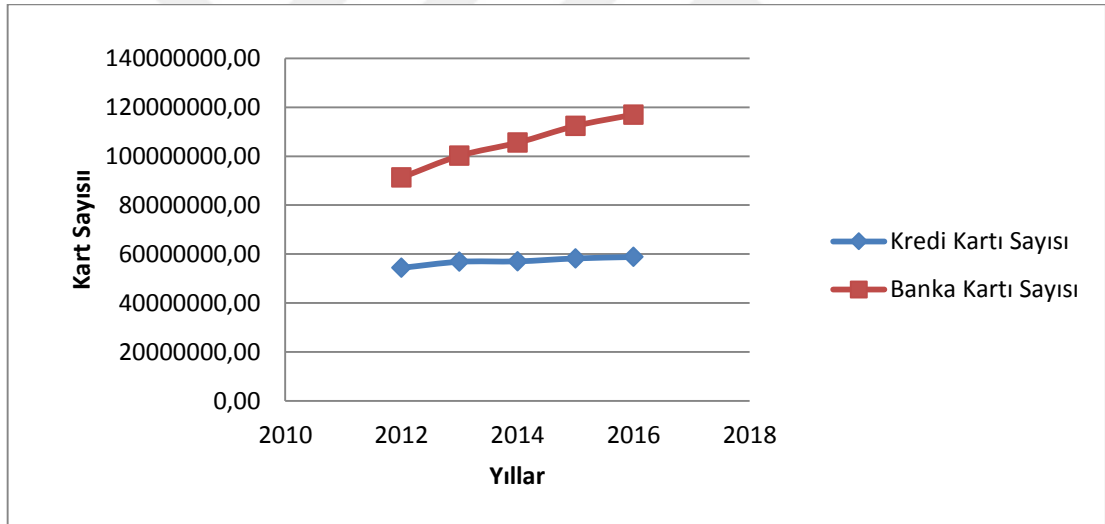
1975 yılı itibariyle Eurocard, Mastercard ve Access’in piyasaya girmesiyle birlikte kredi kartlarının kullanıcı kitlesi özelleştirilmiş olup kullanım sınırlandırılmıştır. 1983 yılında Visa kartlarının da piyasaya katılmasıyla daha geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşılmıştır. Nakit ödeme aracı 1990’lı yıllara kadar en çok tercih edilen sistem olmuştur. Ancak 1990’lı yılların ortalarına doğru nakit paranın yerine alışverişlerde kullanılabilecek kredi kartı kullanımı yaygın hale getirilmiştir.

1987 yılında ilk ATM hizmete girmiştir. 1987 yılında “prestij card” adındaki kartlar Pamuk bank tarafınca piyasaya sürülmüştür. 1989 yılında, Türkiye’de yapılan harcamaların belirli dönemlerde taksitler halinde ödenebilmesi olanağı tanıyan “Shell Card” adındaki ilk petrol kartı piyasaya sunulmuştur. 1990 yılında, özel ve kamu bankaların işbirliğiyle kart piyasasında anahtar görevi görerek gişe işlemlerinin yürütülmesi amacıyla Bankalararası Kart Merkezi (BKM) kurulmuştur. 1990’lı yıllarda ülkemizde kredi kartıyla yapılan harcamalarla puan birikimi ve kazanımı imkanı tanınmış puanlar üzerinden indirimli alışveriş kampanyaları süreci başlatılmıştır. Türkiye’de 1991 yılında Yapı Kredi bankası bünyesinde kullanıma kazandırılan satış noktaları istasyonu olan ilk elektronik dijital POS terminali sayesinde kredi kartı kullanımı daha da yaygınlaştırılma olanağı bulmuş ve büyük bir kullanıcı kitlesi kazanmıştır. 1992 yılında dünyada ilk kez gerçekleştirilen ve ilk defa Türkiye’de hizmete açılan fotoğraflı kredi kartı sistemi devreye girmiştir. 1994 yılında teknoloji dünyasının gerektirdiği ilk çipli(akıllı) kart uygulaması geçilmiştir. Yine bu yıllarda dünyada ilk kez olup Türkiye’de hizmet alanı bulan çok ortaklı kart uygulaması başlatılmıştır. 1998 yılında müşteriler taksitli ödemelerle para puan toplama faaliyetleri ile tanışmışlardır. Fransa ve İngiltere’nin arkasından Türkiye’de 2006 yılında Avrupa’nın ilk defa pos terminalinden geçirmeden ve şifre girmeksizin otomatik olarak bir cihaza dokundurulmasıyla hızlı alışveriş yapma imkanı tanıyan chip-pin kullanımı

hayat bulmuştur. 2007 yılında internetten yapılacak alışverişlerde kullanıcı ve site güvenliği sağlayıcısı BKM 3D Secure platformu BKM tarafından oluşturulmuştur. 2008 yılında BKM ile Turkcell arasında yapılan işbirliğiyle dünyada ilk kez olan 3D Secure ve Turkcell'in birleşimiyle mobil imza entegrasyonu meydana gelmiştir. Böylece bankacılık hizmetlerinin yanında kredi kartı ile yapılacak alışverişlerde de mobil imza kullanımı aktif hale getirilmiştir(Ak,2015:22-23).

Türk Kartlı Ödeme Sektörü günümüzde son teknolojiyle yüz milyonu aşkın banka ve kredi kartı sayısı ve kullanım oranıyla gelişmiş alt yapısı “dünyada ilk” özelliğini taşıyan taksitli ödemelerden nakit puan toplama fırsatlarına kadar uzanan birçok yenilikçi ürünleri ve chip&PIN uygulamasıyla Avrupa'nın en büyük pazarlarından biri haline gelmiştir(Ayden ve Demir,2010:37).

2012 yılından 2016 yılına kadar Türkiye’de kredi kartı ve banka kartlarının sayısında meydana gelen gelişme Şekil 8’de gösterilmektedir.



Kaynak:(BKM,www. bkm.com.tr)

Şekil 8: Türkiye’de Banka Kartı Ve Kredi Kartı Sayılarının Gelişimi

Bankalararası Kart Merkezi(BKM) verilerine göre 2012’de banka kartı sayısı 91.263.042 iken 2016’da bu sayı yaklaşık 26 milyon artış göstererek 117.011.685’e ulaşmıştır. 2012’de kredi kartı sayısı 54.342.148 iken 2016’da yaklaşık 4 milyon artış göstererek 58.795.476’a ulaşmıştır.

Tablo 4'te ise 2012 yılından itibaren kredi ve banka kartı işlem adet ve tutarları(kredi kartı cirosu), alışveriş ve nakit avans işlem-tutarları olarak ayrı ayrı sunulmaktadır.

Tablo 4: Yerli Kredi ve Banka Kartlarının Yurt İçi ve Yurt Dışı Kullanımı (İşlem Adedi ve Tutarı)

Kartlı Sistemler	DÖNEM	İŞLEM ADEDİ			İŞLEM TUTARI(Milyon TL)		
Kredi Kartı		Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam	Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam
	2012	215.142.004	7.587.513	222.729.517	30.340,98	3.024,85	33.365,83
	2013	226.114.111	6.310.163	232.424.274	35.003,00	3.377,08	38.380,08
	2014	241.378.869	7.377.758	248.756.627	39.732,85	4.455,52	44.188,36
	2015	258.251.380	7.579.162	265.830.542	44.873,63	5.294,70	50.168,33
	2016	271.129.245	7.827.139	278.956.384	47.703,38	5.838,38	53.541,76
Banka Kartı		Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam	Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam
	2012	43.528.723	76.658.188	120.186.911	1.585,32	26.424,19	28.009,52
	2013	52.631.584	82.245.722	134.877.306	2.124,88	30.376,56	32.501,44
	2014	65.400.042	89.835.770	155.235.812	2.599,95	34.441,29	37.041,24
	2015	81.042.173	96.746.305	177.788.478	3.565,45	40.246,21	43.811,66
	2016	101.479.456	99.956.875	201.436.331	4.876,47	45.735,47	50.611,94

Kaynak: (BKM,www. bkm.com.tr)

Bankalar arası Kart Merkezi verilerine göre, yurtiçi ve yurtdışında kredi kartları ile yapılan alışveriş ve nakit avans işlemlerin toplamı 2016 yılında 53 milyon 541 bin civarı olarak gerçekleşmiştir. İşlem hacmi diğer yıllara nazaran 2015 yılına göre daha az bir artış göstererek yaklaşık 3 milyon tutarında arttığı gözlemlenmiştir. Bu dönemde, yurt içi ve yurt dışında gerçekleştirilen işlemlerin adedi ise 278 milyon 956 bin civarında adet olarak gerçekleşmiştir. Diğer taraftan yurtiçi ve yurtdışında banka kartları ile yapılan alışveriş ve nakit avans işlemlerin toplamı 2016 yılında 50 milyon 611 bin civarı olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde, yurt içi ve yurt dışında gerçekleştirilen işlemlerin adedi ise 201 milyon 436 bin civarında olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 5: Sektörel Bazda Kartlı Ödeme Tutarı (Milyar TL) Gelişimi

Sektörel Kartlı Ödeme Tutarı (Milyar TL)	2015 MART	2016 MART	DEĞİŞİM	Toplam İçindeki Payı
Market	8,44	9,74	%15	%20,1
Benzin ve Yakıt İstasyonları	3,81	3,87	%2	%8,0
Giyim ve Aksesuar	3,31	3,58	%8	%7,4
Çeşitli Gıda	2,90	3,26	%12	%6,7
Elektronik/Bilgisayar	2,96	3,05	%3	%6,3
Sigorta	1,90	2,53	%34	%5,2

Kaynak: (BKM, <http://bkm.com.tr>)

Kartlı ödemelerin sektör detayında dağılımı incelendiğinde en fazla payın %20,1 ile geçen yılın aynı dönemine göre %15’lik artış gösteren market sektöründe olduğu görülmektedir. 2015 yılının Mart ayı ile kıyaslandığında kartlı ödeme tutarı artışında %34 ile en fazla artış görülen sigorta sektörü ön plana çıkmaktadır.

Türkiye’de kartlı ödeme sistemlerinde merkezi ve tek ağ işleticisi konumunda olan BKM, kart sahiplerinin yaptıkları alışveriş sonucunda alacaklı ve boçluların bankalar arası takasını gerçekleştirmektedir. Ödeme kartları sektöründe bulunan bankalararası faaliyet ve uygulamaları geliştirmek de BKM’nin ana hizmetleri arasında yer almaktadır.

2.2.2.Kartlı Ödeme Sistemlerinin İşleyişi

Kredi kartı sisteminde bankalar ya da finansal kuruluşlar kredi kartı ihraç etmek ya da kredi kartı kabul etmek şeklinde iki farklı rol üstlenebilmektedir. Bankalar, Visa ve Master Card, gibi uluslararası ödeme sistemleri kuruluşları ile üyelik sözleşmeleri imzalayarak bu kuruluşların lisansına sahip kredi kartlarını ihraç etmekte ya da kredi kartlarını kabul etmektedirler.

Şekil 9’da kartlı ödeme sistemlerinin işleyişi gösterilmektedir.

kurallara uymak zorundadır. Genel prosedürler dışında kartın işleyişi bankadan bankaya değişiklik gösterebilmektedir.

Kart çıkartma yetkisi alan banka, yasalara uygun olarak dizayn edip kartları kullanıma hazırlayarak sistemi işlemeye geçmeden lisans veren kuruluştan denetimini yaptırmak mecburiyetindedir. Bu denetimde başarı ile geçen bankaya kartlarda kullanmaları için bankaya özel ve bankayı tanımlayan 6 haneli rakamlı BIN numarası lisans veren kart kuruluşu tarafınca tahsis edilir. Kart çıkaran banka kartlara plastik şekli verip testten geçirmesi ve basması sonucu artık kart çıkartmaya hazırdır. Piyasaya sürülen kartlar gerek yurt içinde gerekse yurt dışında diğer bankaların ATM ve POS cihazlarından da işlem yapacağı için ilgili bankanın BKM ve KKM ile “Üyelik ve Hizmet Sözleşmesi” imzalaması gerekmektedir. İmzalanan bu sözleşme ile kredi kartları diğer bankaların ATM ve POS terminallerinde de geçerlilik kazanarak takas işlemleri yapabileceklerdir(Yılmaz,2000:95-96).

İhraç edilecek olan kredi kartlarının limiti, 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun 9. maddesinde belirtilen sınırlılıklar dâhilinde, kartı ihraç eden banka tarafından kart hamilinin gelir düzeyi ve ödeme gücüne göre belirlenmektedir. Kart çıkaran kuruluşlar, kart hamilleri talep etmedikçe kart limitlerini artıramazlar. Bankalar, kart hamillerinin harcamalarıyla kart limitlerini aşmaları halinde, aşılan miktara, işlem tarihi ile ödeme tarihi arasındaki süre için, akdi faizden başka herhangi bir ücret talep edemezler. Ayrıca Kart hamilinin talebi üzerine üçüncü kişiler adına asıl karta bağlı ve asıl kart limitini aşmamak kaydı ile ek kredi kartı düzenlenebilir(RG, 1 Mart 2006/26095, mad.9).

Kredi kartlarının arkasında yer alan manyetik şeridin çok kolay kopyalanması sonucu sahtekârlık işlemlerinin artması bankaların yakın zamana kadar yüksek hacimli finansal kayıplarına neden olmaktaydı. Bu bağlamda 1994 yılında uluslararası ödeme kuruluşlarından, Europay, Master Card ve Visa kredi kart plastiklerini daha güvenli ve akıllı hale getirmek üzere bir akıllı çip yerleştirmeye karar vermeleri üzerine bu akıllı kart (çipli) teknolojisinin her yerde kullanımına olanak sağlanmış olup, bu üç kuruluşun baş harflerinin adını alan EMV(Chip & PIN) Uygulaması geliştirilmiştir. Çip’li işlemlerde kredi kartı pos terminaline takıldığında kredi kartı çipi öncelikle POS terminaline PIN’i sormakta ve pos terminali üzerinden girilen PIN doğru ise kredi kartı işleminin devamına izin verilmekte aksi taktirde kartın kullanılması engellenmektedir. Böylelikle bu uygulamaya geçişle kart sahtekarlıkları minimuma düşürülmüş,

kopyalanma riskinin azalmasının yanında kayıp çalıntı durumunda da PIN bilinmediği için kayıpların önüne geçilmiştir.

Kredi kartıyla bir işlem gerçekleştirilmek istendiğinde POS terminali aracılığı ile önce iş yeri bankası (POS cihazını veren banka) kayıtlarına ulaşarak iş yeri bankasının bağlantısı aracılığı ile kart ihraç eden banka (kart hamilinin bankası) ile iletişim kurulur. Kart hamilinin harcama limiti müsait ise kart ihraç eden banka üye iş yerinin bankasına otorizasyon verir. Kredi kartı bankası tarafından onay verilip işlem gerçekleşir. POS cihazı, onay numarasını da içeren iki suret makbuz (Slip) üreterek, biri üye işyerinde kalmak üzere diğer nüshası müşteriye verilmektedir.

İş yerleri, anlaşmalı bankalar ve kartı çıkaran bankalar arasındaki para transferini sağlayan takas ve hesaplama, Türkiye’de TCMB aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. BKM, Yurtiçi Takas ve Hesaplama Modülü ve Takas Merkezi aracılığı ile üyesi olan tüm banka veya finansal kuruluşlara kredi kartı işlemlerinden doğan borç ve alacak tutarlarını TCMB gözetimindeki BKM hesabına aktarmak suretiyle hizmet vermektedir (Budak,2011:34).

2.2.3.Kartlı Ödeme Sisteminin Tarafları

Kartlı ödeme sistemlerinin taraflarına bakacak olursak kredi kartını piyasaya süren kuruluş, kredi kartını kabul eden kuruluş, kart hamili, kartı kabul eden üye işyerleri, kurumlar arasında prosedürleri ve işlemleri bir merkezden yürüten Bankalararası Kart Merkezi ve bireysel kredilerin kayıt ve kontrolünden sorumlu Kredi Kayıt Bürosu faaliyet göstermektedir. Sistemin taraflar arasındaki gelişimi genel bir bakış açısıyla ele alınmıştır.

2.2.3.1.Kredi Kartı İhraç Eden Kuruluş

Uluslararası ödeme kuruluşlarından almış oldukları yetkiye dayalı olarak müşterilerine kredi kartı hizmeti sunan banka veya diğer kuruluşlara kredi kartı ihraç eden kuruluş “İssuer kuruluş” olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca bu kuruluş, kredi kartı sistemini yapılandırıp organizasyonu sağlayan bir kredi kartı şirketi olabileceği gibi bir finans kuruluşu veya bir banka da olabilmektedir.

Kartlı sistemi kurma, kart ihraç etme, üye işyerleri ile anlaşma yapma, bilgi alışverişi, takas ve mahsuplaşma faaliyetinde bulunmak yalnızca bankalar tarafından değil, banka dışındaki kanunda sayılan koşulları yerine getiren diğer kuruluşların da

lisans hakkını elde ederek gerekli merciilerden izin almak şartıyla kart ihraç yetkisi bulunmaktadır.

2.2.3.2.Kredi Kartı Kabul Eden Kuruluş

İhraç edilen kredi kartlarını kabul etmek üzere işyerleriyle üye işyeri anlaşması yapan bankalar ve diğer kuruluşlar için kredi kartı kabul eden kuruluş “Acquire kuruluş” denmektedir. ATM işleten kuruluşlar da kredi kartı kabul eden kuruluşlar arasındadır. Kart kabul eden bankalar, kartın kabul edilmesini sağlamak için teknolojik yatırımlar gerçekleştirerek, işyerlerinde bu işlemin gerçekleşmesi için POS makinesi bulundurmak zorundadırlar.

Kart kabul eden işyerleri ile kart sahipleri arasındaki ödemenin yapılmasına aracılık etmektedirler. Gerçekleştirdikleri temel hizmetleri şöyle sıralayabiliriz (Alponat,2006:30):

- Kartlı ödeme sistemine üye işyerlerini karıştırarak sistemde rol almalarını sağlarlar.
- İşlemin gerçekleşmesini sağlayarak ilgili malumatı üyesi oldukları kart çıkaran bankaya havale ederler.
- Yapılan harcama miktarlarını kart çıkaran bankadan kabul ederek üye işyerine alışverişle ilgili ödemeyi tahsil eder ve ödeme akımı gerçekleşmiş olur.
- Üye işyerinden herhangi bir ödemenin gerçekleşmemesi halinde kart çıkaran bankaya karşı sorumludurlar.

2.2.3.3.Kart Sahibi

Banka veya kart çıkartmaya yetkili finans kuruluşları tarafından, sözleşmeler ve bilgiler kapsamında, yasal düzenlemelere uygun limitli olarak kendisine kart veya kredi kartı tahsis edilen kişidir.

Kart sahibi, kartı kabul eden işyerine aldığı hizmet karşılığında bedeli ödemeyi kabul eder, kart bilgileri sistem üzerinden kontrol edilir ve işlem doğrulanır. Kredi kartı sahibi, sözleşme sebebiyle kendisi lehine bir talep hakkı kazanmaktadır.

2.2.3.4.Üye İşyerleri

Belirli bir alt yapı veya hizmeti kullanmak için, bu alt yapı veya hizmeti sunan kuruluş ile bu doğrultuda sözleşme imzalamış firmalara verilen isimdir. Örneğin ödeme sistemi hizmeti sunan firmalar ile anlaşmalı olan kurumlar, bu firmaların **üye işyerleri** olarak adlandırılmaktadırlar.

Kanunda geçen tanıma göre üye iş yeri, üye işyeri anlaşması yapan kuruluşlar ile yapılan sözleşme çerçevesinde kart hamiline mal ve hizmet satmayı veya nakit temin etmeyi kabul eden gerçek veya tüzel kişidir. Kanuna göre anlaşma yapılacak üye işyerlerinin kapsamını ve işlem türlerini sınırlandırılmasına ilişkin yetki BDDK'ya verilmiştir. Bu işletmelerin büyüklükleri, gerçek veya tüzel kişi olmaları hatta bir ticaret şirketi olarak kurulmuş olmaları önem arz etmeyip, yasalara uygun bir ticaret şirketi olan esnafların da olabileceği hükmü yer almaktadır.

2.2.3.5.Bankalararası Kart Merkezi (BKM)

Kartlı ödeme sistemi içerisinde ortak sorunlara çözüm bulmak, Türkiye'deki bankaların ve kredi kartlarının kural ve standartlarını geliştirmek amacıyla 1990 yılında **13 kamu ve özel Türk bankasının** ortaklığıyla kurulan **Bankalararası Kart Merkezi**'nin (BKM) faaliyetleri, ödeme sistemleri içerisinde; nakit kullanımı gerekmeksizin her türlü ödemeyi veya para transferini sağlayan veya destekleyen sistem, platform ve altyapıları oluşturmak, işletmek ve geliştirmektir. BKM' in üye banka ve kuruluşlara verdiği ana hizmetleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (BKM, <http://www.bkm.com.tr>):

- Kart uygulamaları dahilinde bulunan bankalar arasında uygulanacak yöntem ve faaliyetleri iyileştirmek ve geliştirmek,
- İşlemleri belirli bir ölçüye uyarlayarak sağlamaya yönelik çalışmalar yapmak ve o doğrultuda kararlar almak,
- Gerçekleştirilecek uygulamaları organize edip yurt içi kurallar dahilinde yürütmek,
- Bankalar arasındaki para akımını yönetmek,
- Türkiye'deki üyelerini yurt dışı kuruluşla kurduğu ilişkilerde gerektiğinde temsil etmek,
- Kart kullanımına ilişkin eğitim hizmetlerini koordine etmek,

- Reklam gibi kredi kartı kullanımını artırıcı ve teşvik edici etkinliklerde bulunmak.
- Kuruludan hizmet gören tüzel veya gerçek kişiler ile kuruluşun ortakları arasındaki ilişkileri yönetmekten sorumlu ve yetkili olmak.
- Merkezi bir sistemden her bankanın sürdürdüğü tüm işlemlerin kesiştiği bir yer olarak daha güvenli, süratli ve daha az maliyetli takip edilmesinde ve yürütülmesinde rol oynayan bir kurumdur.

Bankalararası Kart Merkezi'nin vizyonu, nakitsiz ödemelerde geleceğin deneyimini yaşatmak, ilke edindiği misyonu ise Türkiye'ye değer katarak ödemeleri kolaylaştıran sağlıklı çözümler yaratmaktır. Verimli operasyonları ve yüksek işlem hacmi ile dünyada, alanında örnek gösterilen BKM, güçlü teknik donanımı, altyapısı ve insan kaynaklarıyla, üyelerine, perakende sektörüne, kamuya ve bireylere ödeme sistemleri konusunda en iyi hizmeti sunmak üzere çalışmalarına devam etmektedir (BKM, <http://www.bkm.com.tr>).

2.2.3.6.Kredi Kayıt Bürosu (KKB)

1990'lı yılların başından itibaren giderek önem kazanan ve hızla gelişen bireysel kredi pazarlama faaliyetleri beraberinde çağdaş kavramları da piyasaya kazandırmıştır. Özellikle, finansal karar aşamasında kredi riskinin doğru ölçümlendirilebilmesine ilişkin prosedürlere verilecek önemin kredi kartı kullanım hacminin daha da artmasına olanak tanıyacaktır. Bunun için gerekli olan en önemli olgunun bilgi olduğu gerçeği yadsınamaz bir durumdur. kurumlar arasında kredi müşteri bilgilerinin paylaşımıyla ilgili kanun engelinin, 1993 yılında Bankalar Kanunu'na eklenen bir hükümle kredilerin takibi ve kontrolü sağlanmış ve kuruluşlar arasında müşterilere ilişkin kredi bilgi paylaşımı ortamı mümkün hale getirilmiştir(KKB, www.kkb.com.tr).

1995 yılında 11 mali kurum olan bankaların ortaklığıyla kurulan Kredi Kayıt Bürosu Anonim Şirketi ile, bireysel kredilerin kontrol altına alınarak kaydi şekilde izlenmesini sağlamak üzere bilgi paylaşımı platformu oluşturulmuştur. Kredi Kayıt Bürosu'nun faaliyet konusu olarak; Bankacılık Kanununda öngörülen maddeye göre kredi kuruluşları ile finansal kuruluşlar arasında faaliyetlerde bulunmak, kanunda yer alan faaliyetlerden en az birini yürütmek koşuluyla faaliyette olan kurumların hizmet verdikleri müşterilerin krediye olan risk durumlarının izlenmesi, incelenmesi ve

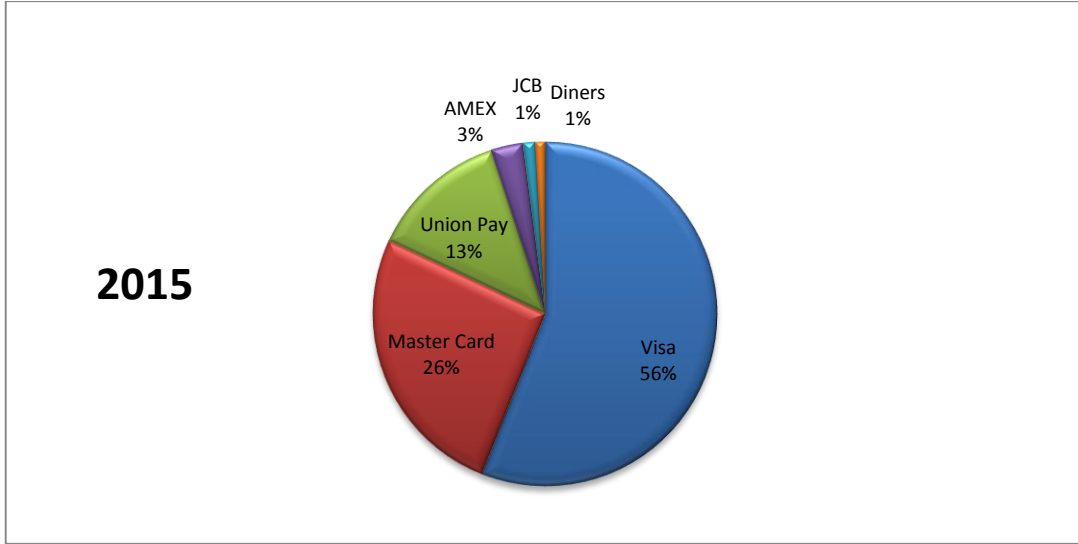
değerlendirilip kontrol edilmesiyle müşteriler için gerekli bilgi ve belge alışverişini sağlayarak hizmet sunmaktır. Üye olan kuruluşlar birbirleriyle kanunun maddesi gereği hizmet verdikleri müşterilerinin kredi bilgilerini karşılıklı olarak paylaşmak durumundadırlar (KKB, www.kkb.com.tr)

Kredi Kayıt Bürosu, kuruluş amacı doğrultusunda gerçekleştirdiği, üyesi olan kurumlar arasında, bireysel kredi müşterilerine ait detaylı bilginin, kredi verme aşamasında risk faktörünün belirlenmesine ve dolayısıyla da riskin enküçüklenmesine olanak sağlayan bir bilgi paylaşım sistemi olarak adlandırılan **Kredi Referans Sistemini (KRS)** Nisan 1999'da finans sektörünün hizmetine sunmuş olup dokuz kurucu üyesi ile birlikte sistem, otuz sekiz üye kuruma hizmet vermektedir. Bünyesinde oluşturduğu Kredi Referans Sisteminde paylaşıma sunulan tüketici bilgileri kapasitesi, sektör hacminin yaklaşık yüzde 97'lik bölümünü içermektedir.

2.2.4. Türkiye'de Hizmet Sunan Başlıca Ödeme Sistemleri

Düzenlenen lisans anlaşmalarıyla üye banka ve kuruluşlara kart ihraç etme ya da kart kabul etme yetkisi veren dünyaca kabul görmüş bağımsız kuruluşlara uluslararası kredi kartı kuruluşları adı verilmektedir. Kurulan geniş bir ağ ve yüksek bilgi teknolojileriyle sisteme dâhil tüm üyelerine takas, hesaplama, otorizasyon, raporlama, reklam ve tanıtım hizmetleri vermektedirler(Ak,2015:38).

2015 yılına ait markalara göre uluslar arası kart kuruluşlarının pazar payları Şekil 10'da belirtilmiş olup, en yüksek Pazar payı %56'lık oranla Visa'nın olmuştur. Visa'yı % 26'lık oranla Mastercard izlemektedir. Visa ve Mastercard'ın toplam Pazar payının %82 olduğu görülmektedir.



Kaynak: (Nilson Report, Nisan 2016)

Şekil 10: Markalara Göre Uluslar Arası Kart Kuruluşlarının Pazar Payları

Türkiye’de kabul gören, yaygın ağ yapısına sahip beş büyük ve önemli kartlı ödeme sistemi faaliyetini sürdürmektedir. Bunlar; Visa, Dinners Club, American Express, JCB ve Master Card olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.4.1.MasterCard

MasterCard, tüm dünyada geçerliliği olan çok yaygın bir ödeme sistemi kuruluşudur. Aralarında MasterCard kredi kartları, Maestro banka kartları ve Cirrus ATM nakit erişim kartlarının bulunduğu ödeme sistemleri, MasterCard çatısı altında bulunmaktadır. Son teknolojileri ve tüketici ihtiyaçlarını sürekli olarak takip eden MasterCard, kartlı ödeme sistemlerinde güvenliği her zaman ön planda tutmuş, aynı zamanda da birçok yeniliğin öncüsü olmuştur.

Kalite ve yeniliğe büyük önem veren MasterCard'ın ödeme sistemlerindeki rolü; ödeme kartlarını kullananlar, bu kartları kabul eden iş yerleri ve bu bağlantıyı kuran üye finans kuruluşları arasındaki işlemleri kolaylaştırmak, bu işlemleri yüzde yüz başarıyla sonuçlandıracak altyapıyı sağlamaktır. MasterCard, işlemlerin küresel ölçekte kabul görmesi için bir takım standartlar ve yöntemler oluşturmakta, üyelerinin kendi içlerindeki elektronik bilgi ve fon akışına yardımcı olacak küresel iletişim ağı sunmaktadır. Üye iş yerlerinin iş süreçlerini ve satışlarını geliştirmelerinin sağlarken, aynı zamanda marka bilinirliğini arttıracak pazarlama programları hazırlayıp üyelerine destek olmaya da önem vermektedir(Kaya,2009:54).

2.2.4.2.VISA

Kartlı ödeme sistemleri içerisinde yaygın ağ yapısına sahip en büyük kuruluş olan Visa; tüketiciler, işletmeler, bankalar ve ülke otoriteleri arasında iletişim sağlayan, nakit ve çek yerine dijital para ile ödeme imkanı sunan küresel bir ödeme ağı kuruluşudur. Visa'nın faaliyet alanları, kartlı ödeme işlemlerinde yetkilendirme ve takas için ağ kurmak ve yönetmek, sistemin kurallarını oluşturmak, üyelik şartlarını ve üye kuruluşların faaliyetlerini düzenlemektir(Budak,2011:39).

Visa; özel sektörün rekabet gücü ve yenilikleri ile ölçek ekonomisini birleştirmekte, paylaşılan teknoloji ve altyapı ile gerçekleştirilen uygulamaların işlemlerini sağlamakta, sistem için denetleme görevi üstlenmekte ve verimli ağ yapısı ile yurtiçi ve yurtdışı ticarete olanak sağlamaktadır. Türkiye'de ödeme sistemleri içerisinde öncü kuruluşlardan olan Visa markası, Visa Europe dahilinde faaliyet gösteren Visa Türkiye tarafından yürütülmektedir. Visa Europe organizasyonu bünyesinde yer alan Visa Türkiye, kart sayıları açısından Avrupa'nın üçüncü büyük pazarı konumundadır.

2.2.4.3. Diners Club

İlk kez 1950'de Amerika'da Frank Mc Namara tarafından kurulmuş olan ve ilk çıkarıldığında sadece New York ve çevresindeki belirli bazı otel ve restoranlarda geçerli olan Diners Club, dünyanın ilk kredi kartı olma özelliğine sahiptir.

Diners Club, dünyada ilk faaliyet gösteren kart olma özelliği taşımaktadır. Bu özelliğine rağmen seyahat, eğlence ve dinlenme kartı olarak yalnızca sosyal ihtiyaçlar için çıkartıldığı ve kullanımı sınırlı kaldığından işlem hacmi daralmıştır. Türkiye'de 1968 yılında faaliyet alanı bulan bu kart günümüzde yalnızca Koçbank tarafından çıkartıldığı gözlemlenmiştir.

2.2.4.4. American Express (AMEX)

American Express, 1850'li yıllarda nakit dolaşımını sağlamak ve önemli finansal evrakları taşımak amacıyla piyasaya konulmuştur. Şirket finansal işlemler konusunda yıllarca pek çok yeniliğe imza atmıştır. Aynı zamanda seyahat hizmetleri sektöründe de önemli gelişmelere öncü olmuştur. American Express kart piyasasına 1958 yılında ilk ödeme kartı olan "American Express Kart"ı ile girmiştir. 1960 yıllarında üst gelir düzeyindeki müşterileri hedef alarak 1965'te "American Express Gold Kart"ın çıkarılması için, 1980'lerde ise en üst gelirli müşterilere yönelik ilk "Platinum Kart"ı

piyasaya sunmak için kararlar almış ve gerçekleştirmiştir.1990'larda kredi kartlarını ürün değerlerine katarak dünyanın ilk şeffaf tasarımlı kredi kartı olan "Blue from American Express" kartının tanıtımını lansmanını gerçekleştirmiştir. 2000'li yıllarda ise üstün ve benzersiz hizmetler sunan dünyanın en prestijli kartı olan "Black Card" adı ile ünlenmiş "Centurion Kart"ı çıkarmıştır (<http://bankakredikartlari.blogspot.com/>).

American Express, 75 ülkede 78 ortağı ile faaliyet gösteren uluslararası bir finans kuruluşudur. Kart pazarında özellikle seyahat ve eğlence alanında müşterilerine benzersiz hizmetler sunmaktadır. Ülkemizde Garanti Bankası'nın anlaşmalı olduğu ve kartlarını çıkardığı AMEX, ülkemizde de prestiji en yüksek kartlardan biridir.

2.2.4.5.Japan Credit Bureau (JCB)

1961 yılında Japonya'da yerel işlemler amacı ile kurulmuş bir kartlı ödeme sistemi olan JCB, 1985 yılından itibaren uluslararası bir ödeme sistemi olarak faaliyetlerine devam etmektedir.

1961 yılında Sanwa Bank tarafından Japan Credit Bureau (JCB) olarak kurulan bu kart kuruluşuna 1968 yılında bazı büyük Japon bankaları da ortak olmuşlardır. Bu ortaklığın nedeni Japonya'daki bankaların kredi kartı operasyonlarını kendi kendilerine yapmalarının yasaklanmasıdır. JCB'nin ana hissedarları Sanwa, Sakura, Asahi, Daiwa ve Hokkaido Takushoku bankalarıdır. CB, Japonya dahilinde en çok kullanılan ve kabul gören karttır. Türkiye'de de bazı işyerlerinde JCB kart kabul edilmektedir (JCB, <http://bankakredikartlari.blogspot.com/>).

2.2.5. Kredi Kartlarının Sınıflandırılması

Kredi kartlarını özelliklerine göre, sisteme katılan taraflara göre, sahiplik kriterlerine göre ve kartların fonksiyonlarına göre incelemek mümkündür. Bu unsurlar sırasıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.5.1.Kartların Özelliklerine Göre sınıflandırılması

Bankalar tarafından piyasadaki müşterilerin çeşitli özelliklerine göre geliştirilen kredi kartı programları çerçevesinde tüketiciye gelir düzeyi ile orantılı şekilde sunulan kredi kartları iki düzeyde incelenebilir.

"Klasik Düzey" kredi kartları orta seviyeli ve düşük gelir grubunda bulunan tüketicilere yöneliktir. **"Premium"** düzeyindeki kredi kartları ise üst gelir düzeyindeki tüketicilere yönelik olarak harcama eğilimi yüksek olan müşterilere sunulan ve ücretsiz sigorta imkanlar doğrultusunda hizmetler sunmak amacıyla tasarlanan bu kartlarkendi içerisinde **"gold"** ve **"platinum(premier)"** olarak ayrılmakta ve bu kartlar klasik kartların sunduğu tüm işlevleri içermektedir. Klasik ve premium sınıflandırması altında tüketiciye sunulan kredi kartları, kart ihraç eden bankaya göre farklı isimler alabilmekte, kredi kartına ödenen üyelik ücretleri ile kredi kartı ile sunulan avantajlar değişebilmektedir.

2.2.5.2.Kartların Sisteme Katılan taraflara Göre Sınıflandırılması

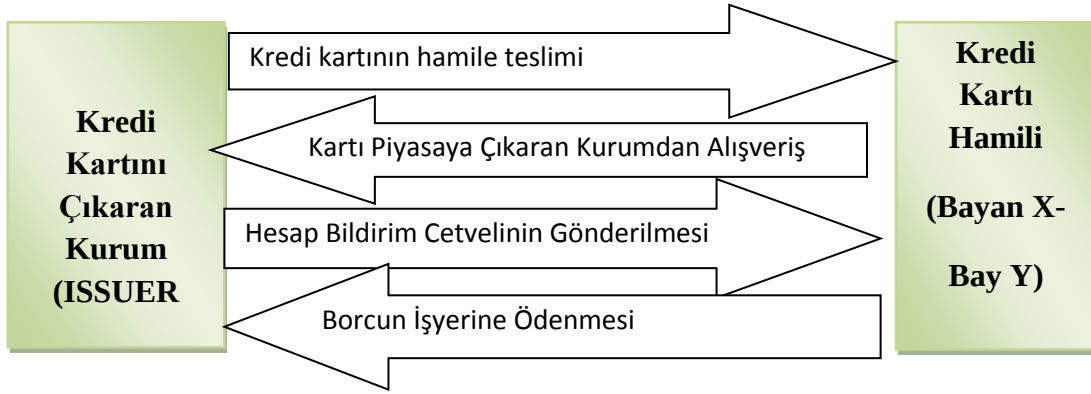
Kredi kartları tarafları açısından sınıflandırılacak olursa iki taraflı, üç taraflı ve bunların karması olarak genişletilmiş üç taraflı sistem açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.5.2.1.İki Taraflı Sistem

Mal ve hizmet sunmak amacıyla müşterilerine kredili alışveriş yapma imkanı sağlayan bir ticari işletme(kuruluş) ile bu kartların hamili olan müşteriler arasındaki kredi ilişkisini içeren kredi kartı sistemi olarak tanımlanabilmektedir. İki taraflı sistemde, kredi kartını çıkaran kuruluş ile mal ve hizmet sunan kuruluş aynı kuruluştur. Dolayısıyla işletmenin müşterilerine sağladığı bu kart, yalnızca kartı veren kuruluşun iş yerlerinde nakit ödeme yapmasına gerek olmadan ürün veya hizmet alabilme imkânı sunmaktadır. Böylece iki taraflı bu sistemde, işletmelerin tüketicilere sağladıkları kredili alışveriş, indirim, taksitlendirme, hediye puan gibi imkanlarla daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşarak müşteri sadakatini ve satış cirolarını arttırmaları amaçlanmaktadır.

İki taraflı sistemde, işletmeye özgü kart olarak nitelendirilen bu kartın (Basit kart, tacir kartı, satıcı kredi kartı-seller credit card) gerçek anlamda bir kredi kartı sistemi oluşturmadığı düşünülmektedir. Çünkü kart hamiline ek bir kredi imkanının sağlanmaması, kart kullanımının yalnızca kartı çıkaran işletme ve onun şubeleriyle sınırlı olması, ayrıca işletme bu kartı çıkartmadan da müşterilerine indirim yapabilmesi veya taksitle mal ve hizmet satabilmesinin mümkün olabileceği neden teşkil edebilmektedir.

İki taraflı kredi kartı sisteminin işleyişi aşağıdaki Şekil 11’de sunulmuştur.



Kaynak: Kaya,2008:26

Şekil 11: İki Taraflı Kredi Kartı Sisteminin İşleyişi

Şekil 11’de de görüldüğü gibi sistemde kredi kartını çıkaran ve sunan işletme ile kart hamili arasında geçerek iki tarafı oluşturmaktadır. Müşteri, belirli bir süre boyunca kartı sağlayan kuruluştan yaptığı alışverişlerin bedelini, yine kart sağlayan kuruluşun dönem sonunda kendisine göndereceği hesap bildirim cetveline göre öder. “Bu ödemeler, sözleşmede öngörüldüğü şekilde, toplu olarak veya belli bir faiz karşılığında taksitle yapılabilir” (Yılmaz, 2000:18).

2.2.5.2.2.Üç Taraflı Sistem

Bu sistem ilk kez 1950 yılında New York’ta Diners Club tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Üç taraflı kredi kartı sistemi; kart hamili, kart çıkaran kurum (issuer) ve üye işyeri olmak üzere üç taraftan oluşmaktadır. Bu sistemin iki taraflı sistemden farkı, kartı çıkaran kurumun mal veya hizmet sunan bir işletme yerine, aracı bir finansal kuruluş yada banka olmasıdır. Bu çıkarılan kart ile sisteme üye olan ve bu sistemin amblemini taşıyan tüm iş yerlerinden kart hamilleri alışveriş yapabilmekte ve ATM’lerden nakit para çekebilmektedirler. Üç taraflı sistemde, müşteri tarafından yapılan harcama bedellerini ödeme riskini üye işyeri değil, kartı çıkaran kuruluş üstlenmektedir.

Şekil 12’de üç taraflı sistemin işleyişi sunulmaktadır.



Kaynak: (Kaya,2008:28)

Şekil 12: Üç Taraflı Sistemin İşleyişi

Şekil 12’de görüldüğü gibi bu sistemde tüketiciler ve işyerleri arasındaki kart kuruluşu (banka), işyerlerinden işlem başına sabit ve/veya işlem tutarlarının bir oranı şeklinde komisyon ücretleri alırken; tüketicilerden sabit dönemlik kart ücretleri ve/veya işlem tutarlarının bir oranı şeklinde ücret almak suretiyle ödeme işlemlerine aracılık etmektedir (Yereli ve Koç, 2010:4). Ayrıca aracı kurum, kart sahiplerinden ve üye işyerlerinden alınacak olan ücret ve komisyonları tek taraflı olarak belirlemektedir.

2.2.5.2.3. Genişletilmiş Üçlü Sistem (Karma Sistem)

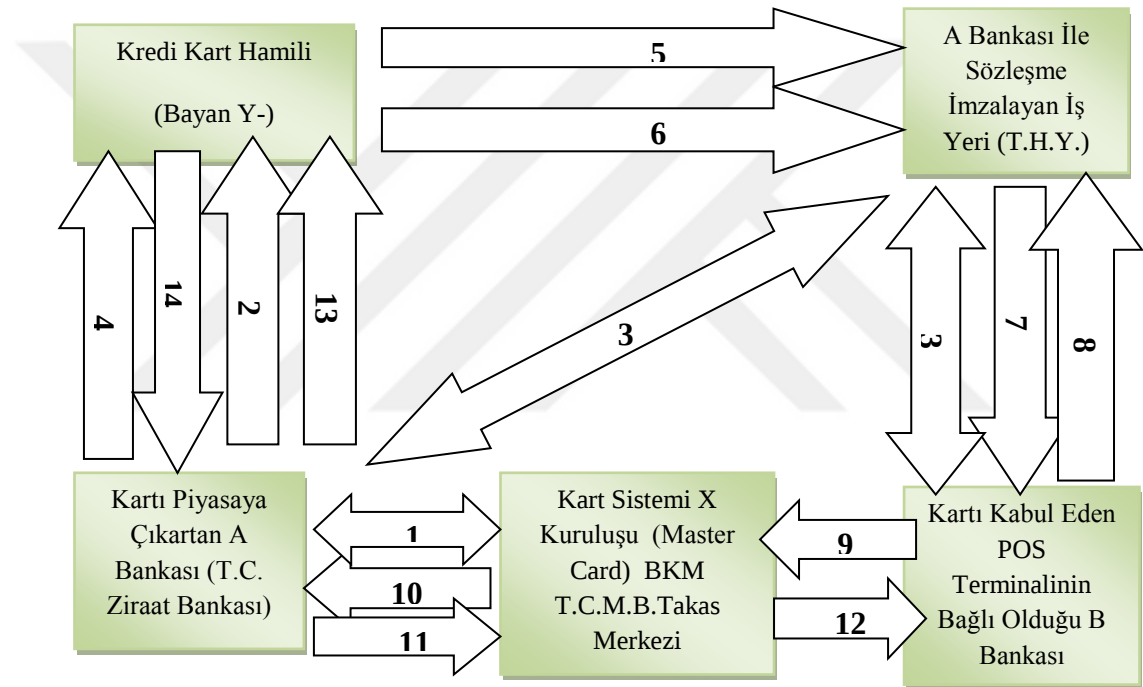
1970’li yıllardan itibaren kredi kartı piyasasının teknolojik gelişmeler ve küreselleşmeyle şekillenmesi, kredi kartı sisteminde yer alan birimlerin sayısı artmış ve sistemin yapısı karmaşık bir hale gelmiştir. Sistemde yer alan taraf sayısının artması kredi kartı sisteminin, temelde katılımcılar arasında sözleşmelere dayanan ikili ilişkileri kapsayan üç, dört ya da daha fazla katılımcıdan oluşan ağ ilişkilerine dönüşmesine neden olmuştur (Budak,2011:25).

Üç taraflı sisteme, dördüncü bir tarafın dahil olması durumunda oluşan sisteme genişletilmiş üç taraflı sistem denilmektedir. Bankalar bizzat kredi kartı çıkartmak yerine, uluslararası kredi kartı şirketlerinin piyasaya arz ettikleri kredi kartlarını

müşterilerine sunmaktadırlar. Türkiye’de kredi kartı piyasaya süren bankalar, bağımsız olarak kredi kartı çıkartmak yerine, uluslararası kabul gören Visa, MasterCard gibi şirketlerin lisans verdiği kartları piyasaya sunmaktadır.

Bu sistemde, kredi kartı, iki taraflı sistemde olduğu gibi anlaşmalı üye işyerinde kullanıldığında çeşitli avantajları (indirim, taksit, vb.) beraberinde getirmekte, ancak başka bir işletmede kullanılması durumunda ise üç taraflı sistemde olduğu gibi, yalnızca nakit ödemeksizin mal ve hizmet alımını sağlayan bir ödeme aracı görevini görmektedir(Buhur,2004:25).

Şekil 13’te genişletilmiş üçlü sistemin işleyişi sunulmaktadır.



Kaynak: Kaya,2008:30

Şekil 13: Genişletilmiş Üçlü Taraflı Sistemin İşleyişi

Şekil 13’te görülen bu sistemin işleyişi aşağıdaki biçimde örneklendirilebilir.

1- A bankası, uluslararası X kuruluşu ile lisans sözleşmesi imzalayarak kredi kartı çıkartma yetkisini alır,

2- A bankası, kredi kartı sahibi olmak isteyen müşterisi ile sözleşme akdi düzenler,

3- Bankalar (Ziraat bankası, Vakıf bankası vb.), kart sistemine üye olmak isteyen iş yerleri ile kredi kartı kabul edilmesine ilişkin üyelik sözleşmesi imzalar ve bu iş yerine banka POS terminali bağlantısı kurar,

4- A bankası kart hamiline kredi kartını teslim eder,

5- Kredi kartı hamili (Bayan Y) T.H.Y.(İşyeri)'den uçak bileti alır,

6- Bayan Y bu alışverişin ödemesini A Bankanın (Master Card logolu) kendi adına bastırılmış olduğu kredi kartı ile yapmak istediğini kartı ibraz ederek bildirir,

7- B Bankası'na bağlı POS terminali üzerinden şifre girilerek onaylanan harcama belgesine banka tarafından yetkilendirme verilir,

8- Otorizasyon verilen harcama belgesinin tutarı üye iş yeri (THY) hesaplarına banka tarafından alacak kaydedilir,

9- Yapılan harcama belgesi tutarı B Bankası tarafından BKM takas merkezi kayıtlarına işlenir,

10- BKM takas merkezi bu harcama tutarını kart hamilinin bankasına bildirir,

11- A Bankası tarafından takas merkezine ödeme yapılır,

12- Takas merkezi söz konusu harcama bedelini iş yerinin bankasına (Vakıfbank) öder,

13- Kartı piyasaya çıkaran A Bankası, kart hamiline dönem sonunda hesap bildirim cetveli gönderir.

14- Kart hamili (Bayan Y) hesap bildirim cetveli bakiyesinin en az % 20'sini son ödeme tarihine kadar A Bankasına öder, ödenmeyen kısım için bankanın 1 ay önceden açıkladığı faiz oranı uygulanır.

2.2.5.3.Kartların Sahiplik Kriterlerine Göre Sınıflandırılması

Kredi kartlarının mülkiyet esaslarına göre sınıflandırılacak olursa bireysel ve şirket kartları olarak ele almak mümkündür. Bunlar da kısaca açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.5.3.1. Bireysel Kartlar

Bireysel kartlar şahsi kartlardır. Kredi kartı sözleşmesi gereği, gerçek kişi adına düzenlenen ve tüm harcamalardan bireysel olarak kart sahibinin sorumlu olduğu kartlardır. Kredi kartlarının en yaygın olarak kullanılan türüdür. Bu kartları sadece adına kart düzenlenen gerçek kişiler kullanabilir. Kartın yalnızca gerçek kişi adına tahsis edilmesi, kart üzerine yapılan tüm harcamalardan kart sahibinin sorumlu olduğunu ve

bu kartı birden fazla kişi tarafından kullanılmasının mümkün olmadığını açıklar niteliktedir.

2.2.5.3.2. Şirket Kartları

Kredi kartının bir tüzel kişilik adına ya da bu tüzel kişiliği temsil eden kişi adına tahsis edilmiş şekline şirket kartları denilmektedir.

Şirket adına düzenlenmiş bulunan ve şirkette görevli yetkili kişilerin kullanabileceği bu kartlarla yapılan tüm harcamalardan tek başına tüzel kişilik (şirket) sorumludur. Bu kredi kartını şirket adına kullanmış yetkili gerçek kişiler, ödemelerden kartı çıkaran kuruluşa karşı sorumlu değildirler. Şirket yetkilisi bu kartı, kendi kişisel ihtiyaçları için ya da şirketin ihtiyaçları dışındaki bir amaç için kullanılmış olsa dahi, kartı çıkaran kuruluşa karşı sorumlu değildir. Onun sorumluluğu şirket içindeki ilişkilerde çalıştığı iş yerine karşıdır(Kaya,2008:45). Kural gereği, şirket kartlarıyla bireysel harcamalar yapılamaz ancak bireysel harcama yapılırsa da harcamalardan tüzel kişilik sorumludur.

2.2.5.4.Kartların Fonksiyonlarına Göre Sınıflandırılması

Kredi kartlarını işlevlerine göre sınıflandıracak olursak klasik ve premium kartlar, ortak kredi kartı, akıllı kartlar, sanal kartlar ve kartsız kredi kartlar ele almak mümkündür. Bu kartlar da kısaca açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.5.4.1. Klasik Kart Ve Premium Kartlar

Bankalar tarafından piyasadaki müşterilerin çeşitli özelliklerine göre geliştirilen kredi kartı programları çerçevesinde talep doğrultusunda tüketiciye gelir düzeyi ile orantılı şekilde sunulan kartlardır.

Klasik kartlar, orta ve düşük seviyeli gelir düzeyine sahip müşterilere tahsis edilen düşük limitli kartlardır.

Premium kartlar ise gold, platin ve signia kartlar olmak üzere kendi arasında segmentlere ayrılmaktadır. Premium serisindeki kartlar, hem yurt içinde hem de yurt dışında geçerliliği olan kartlardır. **Gold kart**; Daha yüksek limitli olarak, yüksek gelir seviyesine mensup müşterilere sunulan ve çeşitli ücretsiz sigorta hizmeti imkanı veren kartlardır. **Platin kart**; Limiti daha da yüksek olup, sık seyahat eden ve harcama eğilimi

yüksek olan müşteri grubuna sunulan kartlardır. **Signia kart** ise çok yüksek limitli ve prestijli olarak sigorta hizmetleri de verilen üst düzey müşterilere sunulan kartlardır.

2.2.5.4.2. Ortak Kredi Kartları

Ortak kartlar, mal ve hizmet sunan işletmelerin bankalarla ortaklaşa çıkarttıkları, kart hamiline ek birtakım avantajlar sağlayan ve diğer kredi kartlarının taşıdığı tüm özelliklere sahip kart çeşididir.

Genellikle kartın üzerinde uluslararası kartlı ödeme kuruluşunun logosunun yanında banka ve ortaklık yapılan ticari işletmenin logosu da yer almaktadır.

Ortak kart uygulaması; kredi kartı ve banka kartı ihraç eden finansal kuruluşlar ile ticari işletmeler arasında oluşturulan ortaklıklar çerçevesinde, bu kuruluşların karşılıklı olarak marka bilinirliğini, pazar paylarını, müşteri potansiyellerini ve ticari karlarını arttırarak rekabet avantajı sağlamak amaçlı geliştirilen bir yöntemdir (Budak,2011:47).

Ortak kartlardan Co-branded kredi kartları, değerli bir markaya sahip olan ticari kuruluş ile kart ihraç eden bir bankanın işbirliğinden doğan kartlar olup, Affinity kart ise kart ihraç eden banka ile kar amacı gütmeyen kulüpler, dernekler, vakıf kuruluşları gibi sosyal kurumlar arasındaki işbirliği ile çıkarılan kartlardır.

Ortak kartları diğer mağaza kartlarından ayıran en önemli özellik; yalnızca ticari işletmenin şube ya da mağazalarında geçerli olmayıp dünyada kartlı ödeme yapılabilen her yerde geçerli ve yaygın kullanım özelliğine sahip olmasıdır.

2.2.5.4.3. Akıllı Kartlar (Smart Cards)

Kredi kartlarının arkasında yer alan manyetik şeridin çok kolay kopyalanması sonucu sahtekârlık işlemlerinin çok yükselmesi bankaların yüksek hacimli finansal kayıplarına neden olmaktaydı. Ayrıca bu manyetik alanın çok küçük kapasiteye sahip olması, kolay kopyalanabilir olması, güvenlik açısından engel teşkil etmekteydi.

Zamanla kredi kartları kullanımının büyük boyutlara ulaşması teknolojik gelişmelere paralel olarak kart kullanımında güvenlik, işlem hızı ve işlem çeşitliliği konularında önemli gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, "ilk kez 1980'li yıllarda Fransa'da uygulamaya konulmuş olan "Akıllı Kart" uygulaması, sağladığı yüksek güvenlik imkânları, sunduğu yüksek işlem hızı ve işlevselliği sayesinde dünya genelinde yaygın hale gelmiştir (Budak,2011:48).

Europay, Master Card ve Visa tarafından kredi kart plastiklerini daha güvenli ve akıllı hale getirmek üzere bir akıllı çip yerleştirilerek, akıllı kart (çip) teknolojisinin her yerde kullanımına olanak sağlayan ve bu üç kuruluşun baş harflerinden adını alan EMV standartları geliştirilmiştir. Geliştirilen bu akıllı çip kart aracılığıyla, çip kart kabul eden terminallerde işlem yapılabilmesini olanaklı kılarak, kart sahteciliği büyük ölçüde azaltılmış ve internet üzerinden güvenli alışveriş, hızlı ve esnek işlem olanağı sağlanmıştır.

2.2.5.4.4. Sanal (Virtual) Kartlar

Sanal kart, internet ortamında yapılan alışverişlerde kullanılmak üzere geçerli olan, üzerinde kartı çıkaran bankanın ve sistem sağlayıcı kuruluşun logosu bulunan, kredi kartına bağlı olarak açılan, kartın fiziki olarak bulunmadığı bir kart numarası-güvenlik kodu-şifre niteliğinde olup, tüm alışverişlerde (mail order, telephone order, key-in vb.) kullanılabilen ve ana kredi kart özelliklerini taşıyan bir kredi kartı çeşididir.

Bu kartlar, hamillerin internet üzerinden güvenli olarak mal ve hizmet satın alabilmelerine olanak sağlamak amacıyla çıkartılmaktadır. Ana karta bağlı olarak çalışır ve başlangıç limiti 0 TL'dir. Limiti, kart hamili belirleyebilir, böylece kartta limit aşımı riski de yaşanmaz. Diğer kredi kartlarından bağımsız olup, kart hamilinin yapacağı alışverişte istediği kadar (tahsis edilen limit çerçevesinde) kullanılabilir limit tahsis edebilir ya da kullanılabilir limiti sıfırlayarak sanal kartı kullanıma kapatabilmektedir. Sanal Kart için yıllık kart ücreti ödenmez. Sanal Kartla internet üzerinden yapılacak tüm alışverişler üzerinden Puan/Bonus kazandırılmakta ve ayrıca üye iş yerlerinde taksit imkanı, özel indirimler gibi avantajlar sağlanmaktadır (<https://www.garanti.com.tr:19.04.2017>).

2.2.5.4.5. Kartsız Kredi Kartları

Akıllı kart teknolojisinin her yerde güvenli, hızlı ve esnek bir şekilde kullanılmasına olanak sağlayan EVM standartları ile kredi kartlarına yerleştirilen bir anten vasıtasıyla kart üzerindeki çip ile ilişkilendirilmiş ve kartların POS cihazına fiziki olarak okutulmadan uzaktan temassız olarak işlem yapılabilmesi imkânı getirilmiştir.

Gelişen teknolojiyle birlikte mobil telefonlarının yaygınlaşması ve bu telefonlarda NFC (Near Field Communication - Yakın Alan İletişimi) özelliğinin

bulunması kart plastikleri olmadan da bu kart plastiğinde bulunan çip üzerindeki bilgilerin mobil telefonlardaki çiplere yüklenebilmesiyle birlikte telefonların temassız kredi kartı işlemi yapabilmesine olanak sağlamıştır. Bu tip işlemlerde telefon üreticileri, mobil operatörler ve bankaların ortaklaşa işlem yapmak zorunda olmaları, kartsız kredi kartlarının yaygınlaşmasını önlemektedir. Ancak çok yakın bir zamanda özellikle 2014 yılının üçüncü çeyreğinden itibaren HCE (Host Card Emulation) adı verilen ancak Türkçe olarak henüz adlandırılmayan bir bulut teknolojisi hayatımıza girmiş bulunmaktadır(Ak,2015:38).

Bugünün teknolojisinde, mobil operatörlere ihtiyaç duyulmadan geliştirilebilecek daha güvenli bir mobil cüzdan uygulaması ile bankanın bulutunda tutulan kart bilgileri vasıtasıyla işlem yapılabilir. Kısacası mobil telefonlar plastik kartların yerini almaktadır. Tercih edilen mobil operatörü aracılığı ile telefona bir program yüklenmekte, bu yüklenen programla cep telefonu ile alışveriş yapılabilir. Bu sayede telefona ödeme aracı niteliği kazandırılmakta ve limiti de hamilinin (telefon sahibinin) isteğine göre belirlenebilmektedir.

2.2.6.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Yarar Ve Sakıncaları

Bu başlık altında kartlı ödeme sistemlerinin tarafları açısından hem yararları hem de sakıncaları ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

2.2.6.1.Kart Hamili Açısından Yarar Ve Sakıncaları

Kartlı ödeme sistemlerinin kullanıcısı kart sahibi açısından ortaya çıkan yarar ve sakıncaları aşağıdaki gibi açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.6.1.1.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tüketiciye Sağladığı Yararlar

Taşıması son derece kolay ve güvenilir olan kartlı ödeme sistemleri, kart hamilini nakit taşıma zorunluluğundan ve bu zorunluluğun yol açabileceği risklerden kurtarmaktadır.

Günün her saatinde, her türlü ihtiyaçta limit dahilinde yurtiçi ve yurtdışı ATM'lerden nakit ihtiyacı giderilebilmektedir.

Kart hamilleri, hesap bildirim cetvelinde belirtilen ödenmesi gereken asgari tutarı ödemeleri koşuluyla borçlarını aylık taksitler halinde ödeyerek kredilendirme fırsatından yararlanabilmektedirler.

Yapılan alışverişlerde faizli yada faizsiz olarak taksit imkanının sunulmasıyla; Kart hamiline nakit kullanmadan ürün veya hizmet alabilme, üye iş yerine satışlarını arttırabilme fırsatları sunabilme, bankaya ise yeni kredi kartı müşterisi edinebilme ve kredi kartları portföylerinin işlem hacimlerini arttırabilme fırsatı sunmaktadır.

Gelişen teknolojiyle birlikte evden çıkmadan dünyanın her yerinden telefon ve internet sayesinde sadece birkaç kart bilgisi verilerek sanal kartlarla alışveriş yapılabilmekte ve e-ticaret imkanı sağlamış olmaktadır. Özellikle son yıllarda mobil sistemlerin artışıyla birlikte her yerden her türlü ürün ve hizmeti mobil telefonlarımız ve kart bilgilerimizle satın almak mümkün hale gelmiştir.

Asıl kart hamiline tanınan azami kredi limiti dahilinde, mal ve hizmet alımı ile nakit çekmede ve kendilerine tanınan diğer tasarruflarda kullanılmasıyla birlikte kart hamillerinin dilediği kişi veya kişiler için çıkartabileceği ek kart imkanı da sağlanmaktadır.

Kart hamillerinin; telefon, su, elektrik, doğalgaz, internet gibi hizmetlerin fatura ödemelerinde, vakit kaybetmeden otomatik ödeme talimatlarıyla ve internet şubeleri vasıtasıyla kolayca ödemeleri sağlanmaktadır.

Bankaların yapmış oldukları tutundurma kampanyaları ve promosyonlar çerçevesinde kart hamillerinin alışveriş bakiyesini daha uzun vadeye yayarak ödeyebilmelerini kolaylaştıran çok çeşitli alternatifler sunmakta ve çekilişler düzenleyerek anlaşmalı üye iş yerlerinden yapılacak alışverişlerde puan kazanabilme olanakları sağlamaktadır.

Kredi kartları ile birlikte sunulan sigorta hizmetleriyle kart hamilinin, kartın çalınması, kaybolması, kart sahteciliği gibi konularda korunmasına hizmet edilmektedir.

Pek çok hizmetten yararlanma konusunda kart hamiline bir öncelik ve saygınlık kazandırmanın yanı sıra, güven unsuru da oluşturmaktadır.

2.2.6.1.2. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tüketici Açısından Sakıncaları

Kredi kartı, kişilerin harcama eğilimini arttırmaktadır. Kart hamilinin gelirinin çok üzerinde harcama yapmasına sebep olmakta, gereksiz masraflar yapmasına ya da ihtiyaç duyduğu bir malın en pahalısını satın almasına neden olabilmektedir.

Kredi kartı ile ödeme gücünün üstünde bilinçsiz olarak yapılan harcamaların zamanında ödenemeyen borçlardan dolayı çok sayıda kart sahibine adli ve idari takip yapılmaktadır. Bu konuda daha önce TCMB tarafından yapılan istatistik, 2013 yılından

itibaren Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi tarafından yapılmaya başlanmış olup, Türkiye’de 2009-2016 yılları arası dönemde TBBRM(Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi) verilerine göre, kredi kartı borçlarını ödemeyenlerin sayısı değişiklik göstermekte, 2016’da ödemeyen kişi sayısı 975.015 olarak saptanmıştır.

Tablo 6: TBB Risk Merkezi Üyeleri Tarafından Bildirimi Yapılan, Borcunu Ödemeyen Bireysel Kredi ve Bireysel Kredi Kartı Borçluların Sayısı (Yıllık)

Yıllar	Bireysel Kredi Borcunu Ödememiş Gerçek Kişi Sayısı ⁽¹⁾	Bireysel Kredi Kartı Borcunu Ödememiş Gerçek Kişi Sayısı ⁽¹⁾	Bireysel Kredi veya Bireysel Kredi Kartı Borcunu Ödememiş Gerçek Kişi Sayısı ⁽²⁾
2009	686.479	1.246.462	1.555.998
2010	504.685	824.235	1.121.660
2011	417.634	671.417	910.117
2012	684.951	907.298	1.257.397
2013	644.920	915.691	1.209.119
2014	669.383	1.018.576	1.297.132
2015	725.278	1.002.518	1.331.305
2016	727.268	975.015	1.321.053

(1) İlgili yıllar bazında bireysel kredi ve kredi kartından dolayı yasal takibe intikal etmiş tekil kişi sayısını göstermektedir.

(2) İlgili yıllar bazında, sadece bireysel kredi, sadece kredi kartı ve hem bireysel kredi hem kredi kartı dolayısıyla, yasal takibe intikal etmiş tekil kişi sayısını göstermektedir.

Kaynak:(Türkiye bankalar Birliği Risk Merkezi,<https://www.riskmerkezi.org>)

Kredi kartıyla harcama ve nakit kullanımı sonucunda efektif talepte bir artış olacağından, kredi kartı sisteminin enflasyonist etkileri kişileri olumsuz etkileyebilmektedir.

Kredi kartı kurumlarının iş yerlerinden kesmiş oldukları komisyonları mal ve hizmetlerin fiyatlarına yansıtması neticesinde fiyatların artması sebebiyle tüketicilerin daha fazla bedel ödemesine yol açabilmektedir.

Kredi kartıyla yapılan harcama ve nakit kullanım sonucunda efektif talep artışına yol açacağı için; kredi kartı sisteminin enflasyonist etkileri nedeniyle bireyleri olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Hesap bildirim cetvelindeki harcama tutarı ödemesinin zamanında gerçekleşmemesi durumunda kart hamilinin yüksek faiz oranı ödemesine yol açabilmektedir. Bunun yanında nakit avans çekimi gerçekleşirse çok yüksek oranlarda faiz ödeme durumuna düşülmektedir.

Kredi kartı hamilinin kartını kaybetmesi durumunda riske karşı 24 saat içinde kartı piyasaya süren kuruluşa bildirmesi kanun gereği zorunluluk arz etmektedir. Aksi taktirde kart sahibinin iradesi dışında kullanımdan doğan risk kart hamiline aittir.

Çeşitli faaliyetlerin ve hizmetlerin bedeli olarak kart hamiline üyelik kart aidatı bedeli yansıtılmaktadır.

2.2.6.2.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Üyesi İş Yeri Açısından Yarar ve Sakıncaları

Kartlı ödeme sistemlerinin kart kabul eden üye işyerleri açısından ortaya çıkan yarar ve sakıncaları aşağıdaki gibi açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.6.2.1. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Üyesi İş Yeri Açısından Yararları

İş yerleri, müşteri sayısında oluşacak artışın satış hacmini arttıracacağı düşüncesiyle yüksek maliyetlere katlanmayı göze alabilmektedirler. Bu beklentinin altında yatan sebebin ise kredi kartlarının harcama eğilimini arttırmasıdır.

Kredi kartı; envanter, muhasebe ve takip işlemlerinde de büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Böylelikle üye iş yeri alışveriş sırasında yaşanan bir hesap hatasını, kredi kartını çıkaran banka aracılığı ile tespit ederek, düzeltebilme imkânı bulabilmektedir.

Kredi kartı kabulü, bankanın kart hamilinin yapacağı tüm alışveriş tutarlarının ödenmesi bakımından garantör rolü üstlenmesi ile işyerinin alacaklarının da garanti altına alınmasını sağlamaktadır (Kırçova, 2007:22).

Vadeli satışları büyük ölçüde ortadan kaldırması sayesinde kredi kartları, işyerlerinin şüpheli alacak oranının düşmesine neden olmakta ve borcunu ödemeyen müşterinin takibi için katlanılması gereken maliyetleri ortadan kaldırmaktadır (Kaya,2008:67).

Kartlı ödeme sistemleri yabancı müşterilere de daha kolay alışveriş yapma olanağı sağlamasıyla üye iş yerlerindeki satışların artmasına sebep olabilmektedir.

2.2.6.2.2. Kartlı Ödeme Sistemlerinin Üyesi İş Yeri Açısından Sakıncaları

Kredi kartıyla yapılan harcama ve tahsilat safhasına kadar geçen süre; para, zaman ve emek kaybına yol açmaktadır. Bu kayıplar da telekomünikasyon ve bilişim sisteminin hızla gelişmesi sayesinde minimum düzeye inmektedir.

Sisteme dahil olmak isteyen iş yeri, gerçekleşen harcamalar için kredi kartı kuruluşlarına komisyon yada ücret adı altında bir bedel ödemekle yükümlüdür. Komisyon satışlara bağlı olmasıyla komisyon ödeyen işyerinin karının bir kısmından vazgeçmesi anlamına da gelse kartlı ödeme sistemi sayesinde üye iş yeri satışları arttırmaktadır(Kaya,2008:82).

Bazen üye iş yeri kart sahibinin iade talebine dayanarak, aldığı malın bedelinin ödenmemesi gibi bir riskle de karşı karşıya kalabilmektedir.

2.2.6.3.Kartı Kabul Eden Banka Açısından Yarar ve Sakıncaları

Kartlı ödeme sistemlerinin kartı kabul eden kuruluş açısından ortaya çıkan yarar ve sakıncaları aşağıdaki gibi açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.6.3.1. Kartı Kabul Eden Banka Açısından Yararları

Kredi kartı ile yapılan satışlar gün sonu işlemine tabi tutularak toplam tutar, bir sonraki iş günü POS makinesini kuran bankadaki iş yerinin hesabına komisyonlar düşüldükten sonra alacak olarak kaydedilmektedir. Hesaba alacak kaydedilen bakiye hemen çekilebileceği gibi hesapta da tutulabilmektedir. Bu şekilde hesapta tutulan bakiyeler, bankalara maliyeti düşük fon sağlayabilmektedir(Kaya,2008:71).

Kredi kartı kabul eden kuruluşlar, kart hamillerinden faiz, ücret ve komisyon gelirleri elde etmektedirler.

Kartlı ödeme sistemlerine bankaların yaptığı yatırımlar riskli olmanın yanında çok kârlı olduğu da göz ardı edilemez bir durumdur.

2.2.6.3.2. Kartı Kabul Eden Banka Açısından Sakıncaları

Kartı kabul eden kuruluşun karşılaştıkları riskleri minimize etmenin yolları arasında, üye iş yeri seçerken iyi istihbarat yapılması ve istihbarat sonucu yapılan değerlendirmelerin objektif kriterlere göre yapılmasıdır. Bu değerlendirmeler sonucunda olumsuz çıkan iş yerlerine kart kabul edebilme yetkisi verilmemeli, kart kabul yetkisi verilen üye iş yerlerinin çalışmaları ise sürekli izlenmelidir. Sürekli sorun yaşanan iş yerlerinin ise sözleşmeleri iptal edilerek POS cihazlarına el konulmalıdır. Aksi takdirde bankaların güven unsurunu zedeleyici çeşitli problemlerle sürekli karşı karşıya kalınabilmeleri söz konusudur.

Kredi kartı kabul eden kuruluşların sisteme taraf olmalarının getirmiş olduğu çeşitli giderler söz konusudur. Bu giderler:

- ❖ Yurt içi ve Yurtdışı bankalar arasında gerçekleşen takas komisyonundan oluşan maliyet,
- ❖ Ödemelerin gerçekleşmesinde bilgilerin kaydedilmesinde geçen bir iş günü kaybının oluşturduğu kaynak maliyeti,
- ❖ Müşterilerin yurt dışında yapacakları harcamalar üzerinden gerçekleşen sistemin işlemesi için ödenen yurt dışı ücretleri,
- ❖ Gerçekleşen kart işlemleri için BKM'ye ödenen komisyon giderleri,
- ❖ Yurt dışında kredi kartıyla harcama yapan kart hamillerinin yaptıkları harcamalarda gerçekleşen işlemlerin kaydedilmesinde geçen süre kaybıyla oluşacak döviz kuru artışı veya azalışıyla kur farkının yaratacağı kambiyo giderleri olarak sıralamak mümkündür.

2.2.6.4. Kartı Piyasaya Süren Banka Açısından Yarar ve Sakıncaları

Kartlı ödeme sistemlerinin kartı ihraç eden kuruluş açısından ortaya çıkan yarar ve sakıncaları aşağıdaki gibi açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.6.4.1. Kartı Piyasaya Süren Banka Açısından Yararları

Kartı ihraç eden bankalar, satış tutarı üzerinden belli bir oranda komisyon alarak üye iş yerlerinden komisyon geliri elde etmektedir. Ayrıca kart hamillerinden nakit avans çekimi, limit aşım, işlem, ekstre ve yıllık kart ücreti gibi kesintiler alınmaktadır. Bunun yanında Kredi kartı faiz oranlarının diğer faiz oranlarına göre daha yüksek olması nedeniyle, daha fazla faiz geliri elde edilebilmektedir(Yıldız,2010:22). Ayrıca BKM takas komisyonu geliri elde edilmesi ve kredi kartı üyelik ücretleri de ilave gelir kaynaklarıdır.

Kartı piyasaya süren bankanın logosunu ve adını taşıyan kart, ülke içinde ve dışında bankalara önemli bir prestij ve tutundurma sağlamaktadır.

“Çapraz satış” yöntemiyle diğer bireysel bankacılık ürünlerinin müşterilere pazarlanmasına olanak sağlamakta ve toplumun çok çeşitli kesimlerinden müşteri portföyü kazanılmaktadır.

Yurt dışından Türkiye'ye gelen konukların, bankaların POS terminali aracılığı ile yaptıkları harcamalar bankaya döviz girdisi sağlamaktadır.

2.2.6.4.2. Kartı Piyasaya Süren Banka Açısından Sakıncaları

Sistemin kurulması için büyük miktarda yatırım yapmakta ve sistemin işleyişini yaygınlaştırarak gelişimini sağlayabilmek için önemli miktarlarda maliyetlere katlanarak zarar etme riski ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Bunun yanı sıra, bu konularda eğitim görmüş uzman personel istihdamının getireceği personel giderleri oldukça yüksek olabilmektedir (Yıldız,2010:26).

Kart kartı kabulünde işlem hacmini artırmak uğruna sorun yaşanabilecek iş yerleri ile yapılan sözleşmelerde kart hamillerinin ölümü, iflası, doğal afete uğraması, işten çıkarılması gibi çok çeşitli durumlar karşısında borçlarını kart çıkaran kuruluşlara ödeyememe gibi durumlarla karşı karşıya gelebilmektedir. Kredi kartı hamillerinin, harcama tutarlarını ödememeleri sonucunda yapılan idari ve adli takiplerinden sonuç elde edilememesi ile karşı karşıya kalınabilmektedir(Kaya,2008:84).

Kredi kartları harcama eğilimleri çok yüksek olduğu için ekonomik konjonktürdeki olumsuz dalgalanmalarda, harcama bedellerinin ve nakit kredilerin geri ödenmeme riski bulunmaktadır. Bir başka ifade ile kredi kartı ile harcamaların dönüş olasılığı, derin ekonomik dalgalanmalara karşı daha esnektir. Nitekim sistemin genel ve yaygın kabul gördüğü ve yerleşik ülkelerde, toplam kredi stokunun %30–40 civarındaki kısmı neredeyse kredi kartı ile ilgili bakiyelerden oluşmaktadır. Bu nedenle, kredi kartını çıkaran kurumların plasman politikalarını çok dikkatli ve gerçekçi bir şekilde planlamaları zorunluluk arz etmektedir(Yetim,1997:25).

2.2.7. Kart Kullanımında Rasyonellik

Rasyonellik, akılcılık ya da usçuluk anlamına geldiği görüş yaygın olarak kabul edilmektedir. Buna göre, hem gerçekliğin hem de doğruluğun ölçütü rasyonalitededir.

Klasik iktisat teorisine göre insan ekonomik ve rasyonel hareket eden bir varlıktır ve tüketici davranışlarını etkileyen en önemli faktör insanın bu yapısıdır. Yani tüketiciler harcama yaparken bütçesini, ihtiyacı olan mal ve hizmetler arasında kendisine en yüksek tatmini sağlayacak şekilde bölüştürme çabası içindedirler (İslamoğlu, 2008:132).

Ödeme aracı fonksiyonu dışında sağladığı kredi imkanı ile tüketiciye gelecekte elde edeceği gelirin bir bölümünü bu günden harcama olanağı vermesi yönüyle bir finansman aracı özelliğine sahip olan kredi kartları, tüketicilerin ekonomik kararlarında önemli etkiye sahiptir. Akılcı kullanıldığında pek çok olumlu özelliğe sahip olmasına

rağmen yüksek oranda tüketim harcamalarını etkilemekte ve bu etki de gelirin çok üzerinde aşırı ve gereksiz harcama yapma eğilimine sokmaktadır (Kaya, 2009:131). Yani kredi kartı kullanımında rasyonelliği, kişinin kart kullanım sürecinde en düşük maliyetle karttan en yüksek faydayı elde etme çabası olarak tanımlamak mümkündür.

Bilinçsizce kullanıldığında satın alma eğiliminin artmasına tüketiciler, artan harcamalarını karşılayabilmek için borç yükü altına girebilmekte ve böylece kredi kartı bir tür ödeme aracın olmaktan çıkıp borç devri aracına dönüşmektedir. Bu şekilde kullanıldığında borcun ek maliyetler ile daha da katlanması nedeniyle tüketicinin zarar görmesine yol açacağından, kredi kartlarının rasyonel (akılcı/bilinçli) kullanımı önem kazanmaktadır.

Tüketicilerin kredi kartını rasyonel olarak kullanması, ödeme gücünü göz önünde bulundurarak kart kullanım sürecinde istenmeyen maliyetlerin oluşmaması için sorumluluklarının bilincinde hareket etmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu sorumluluklar kısaca ifade edilecek olursa(Budak,2011:73);

- ✓ Bir kredi kartına sahip olurken banka tarafından verilen sözleşmeyi önemseyip dikkatlice incelemek,
- ✓ Kredi kartı vadesi göz önüne alınarak tutarı geçmeyecek şekilde harcama yapılarak kredi kartını kullanmak,
- ✓ Harcama yaparken kart limitini ve önceki taksit tutarlarını göz önünde bulundurmak,
- ✓ Mecbur kalmadıkça nakit kullanmamak, nakit kullanıldığında bu tutarın zamanında geri ödenmemesi durumunda işlem tarihinden itibaren faizlendirileceğini göz önüne almak,
- ✓ Kredi kartına işletilecek olan faiz oranlarını ve bu konuda getirilen yasal düzenlemeleri takip etmek,
- ✓ Son ödeme tarihinde borç bakiyesinin tamamını ödemek vb. olarak sıralanabilir.

2.2.8. Tüketicilerin Tutumlarında Kartlı Ödeme Sisteminin Kullanımını

Etkileyen Faktörler

Kredi kartı kullanımı konusunda yapılmış çalışmalar, kişilerin kredi kartı kullanımında kredi kartına yönelik tutumlarının, bankaların kredi kartı kullanımına yönelik bilgilendirici hizmetlerinin tüketici tarafından nasıl algılandığının, tüketicilerin

harcama alışkanlıklarının ve parasal konulardaki tutumları ile demografik faktörlerin etkili olduğunu göstermektedir.

2.2.8.1. Kartlı Ödeme Sistemlerine Duyulan Güven

Kişinin harcamalarını kredi kartı ile yapması durumunda katlanmak zorunda kalacağı maliyetler hakkındaki deneyimleri, çevresinden edindiği izlenimler ve finansal durumu gibi faktörler kişinin kredi kartına yönelik tutumunu etkileyerek kredi kartı kullanımında rol oynamaktadır(Budak,2011:76).

Kredi kartına duyulan güven konusunda yapılan bir çalışmada kredi kartına hangi konuda daha fazla güven duyulduğunun gelir düzeyine göre farklılaştığı tespiti yapılmıştır. Buna göre düşük ve orta gelirli kişiler yeterli parası olmadığında bile alışveriş yapmaya imkan vermesi açısından kredi kartını bir güvence olarak görürken; daha yüksek gelirli kişiler için kredi kartı, nakit taşıma riskini azaltması yönünden bir güvence unsurudur.

Bireylerin kredi kartı kullanımına ilişkin tutumlarını boyutlandırmak amacıyla yapılan başka bir çalışma ise kredi kartıyla yapılan harcama tutarlarının büyümesine ve yapılan aylık ödemelerin artmasına bağlı olarak, kaygı düzeyinin arttığını göstermektedir. Harcama tutarı ve dolayısıyla aylık borcu yüksek kişiler ekonomik durumu olumsuz yönde etkileyip etkilemeyeceği konusunda kredi kartına daha az güven duymaktadır. Bir başka ifade ile gelir artışına bağlı olarak harcamaların da artması, kaygıyı arttırmakta bu da kredi kartının riskli bir finansal araç olduğu inancını pekiştirmektedir. Bu bağlamda kişinin kredi kartının ekonomik durumunu etkileyip etkilemeyeceği konusundaki güveni, kişinin geliri ve ekonomik imkanlarına göre değişmektedir(Girginer ve diğerleri, 2008:203).

Kredi kartı müşterilerinin kullandıkları kredi kartlarına ilişkin negatif ve pozitif tutumlarının araştırılması amacıyla bir araştırma yapılmış ve 320 kişi ile anket yapılmıştır. Çalışma sonucunda kredi kartının kişiye güven verdiği algısının memnuniyet değişkeni üzerinde en büyük arttırıcı etkiye sahip faktör olduğu, bunun yanı sıra kredi kartı kullanımına karşı olumlu algının çıkış değişkeni üzerinde en çok azaltıcı etkiye sahip faktör olduğu saptanmıştır (Yılmaz ve diğerleri, 2009:127).

Üniversite öğrencilerinin internet üzerinden yaptıkları alışverişlerde bankaların çağdaş ödeme araçlarının kullanımının ve bilgi düzeyinin belirlenmesine yönelik yapılan bir araştırmada internet alışverişlerinde kredi kartı kullanımının ve alışveriş

yapmanın güvenliği konusunda şüphelerinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu faktöre göre; her ne kadar öğrencilerin özellikle sanal kart kullanımı konusunda güven düzeyleri yüksek olması ile birlikte yine de faktör ağırlığında kredi kartı kullanımı ön plana çıkmıştır. Öğrencilerin güvenlik konusunda sorun yaşamadığı daha çok bilgilendirmeye ve teşvik edilmeye ihtiyaç duydukları gözlemlenmiştir(Dayan,2015:152).

2.2.8.2.Banka Hizmetlerini Algılama Düzeyi

Kredi kartı, birden fazla banka veya finansal kuruluş ile birden fazla ticari işletmenin yatırım ve faaliyetleri aracılığıyla katılımını içeren bir bankacılık ürünüdür. Bu nedenle kart hamiliyle birebir iletişimde olan bankadır. Kanun gereği BDDK tarafından belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde, bankalarca kredi kartı hesap özeti düzenlenmesi, kart hamiline talebi üzerine yazılı olarak ya da elektronik ortam aracılığı ile veya başka etkin yollarla bu özeti bildirilmesi zorunludur.

Kredi kartları kapsamında kişilerin bilgilendirilmesi ve bireysel kredi ürünlerinin tanıtımına verilen önem, değişen yasal yaptırımlar ve yapılan kampanyaların, iletişim araçlarıyla tüketicinin bilgisine sunulması, tüketicilerin bankalar ve krediler arasında kıyaslama yapabilecek kadar bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır(Budak,2011:78).

Banka hizmetlerinin maliyetler konusunda yeterince bilgilendirici olup olmadığının kişinin kredi kartını ne kadar kullandığı ya da kredi kartı ile ne kadar borçlandığına göre farklı algılanacağı ileri sürülebilir. Bu durumda düşük kredi kartı borcuna sahip kişilerin kredi kartı kullanımlarında bu tür hizmetlerin yeterliliğinin önemi ikinci planda iken, yüksek kredi kartı borcuna sahip kişiler için bu tür hizmetler daha önemli olabilmektedir. Bankanın kredi kartı kullanımına yönelik sunduğu temel hizmetler dışında müşteriyi kart kullanımının maliyetleri konusunda bilgilendiren bu tür hizmetler genel olarak “destekleyici hizmetler” olarak tanımlanmaktadır (Kaya, 2008:124).

Bankacılık hizmetlerine; kart hamiline düzenli olarak gönderilen hesap ekstresi, internet bankacılığı kanalı ile sunulan bilgilendirici hizmetler, ATM’den hesap bakiyesi sorgulama, telefon bankacılığı aracılığı ile verilen bilgilendirici hizmetler, müşterinin bankaya gelerek bilgilendirilmesi, reklamlar vb. hizmetler örnek olarak gösterilebilir.

Bankacılık hizmetlerinin, kredi kartı hizmetleri ile ilişkili fonksiyonel ve psikolojik algılanan riskin kontrolünde önemli bir rol oynayabileceği söz konusudur. Kredi kartları pazarlamacıları, müşterilere sunulan hizmetlerin değerini

artırabilir ve böylece kontrol edilebilir hizmetler vasıtasıyla algılanan riski azaltarak satın alma imkânları arttırabilir. Bu tür destekleyici hizmetlerin verimliliği tüketicinin bankacılık hizmetleri konusundaki bilgi düzeyinin ve bankaya duyulan güvenin artırılmasında önemli rol oynamaktadır (Goyal, 2008:331-332).

Tüketicilerin kredi kartı kullanım sürecinde bankacılık hizmetlerinin önemine dikkat çeken bir çalışmada, kredi kartı kullanım sürecinde banka ile bireysel müşteri arasındaki bilgilendirici iletişim kanalları tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre müşterilerin %63,7'si kredi kartı konusundaki yenilikleri büyük ölçüde hesap ekstresinden öğrendiği belirtilmiştir. Bu bulgu, aynı araştırmanın farklı yerde veya farklı katılımcılarla tekrarlanması halinde bilgilendirici hizmet olarak farklı hizmet türlerinin ön plana çıkabileceği şeklinde yorumlanabilir(Kaya,2008:184).

2.2.8.3. Kredi Kartsız Yapılan Harcama Alışkanlıkları

Geçmiş deneyimler, değişen sosyo-ekonomik koşullara göre şekillenen ihtiyaç, inanç, beklenti, tutum gibi davranışı etkileyen faktörler ve insana özgü karakteristik özellikler tüketicinin alışkanlıkları ile etkileşim halindedir. Bu etkileşimler ekonomik kararlar açısından bakıldığında tüketiciye harcamalarını planlamak veya bütçesine göre ayarlamak, gereksiz alışveriş yapmamak ya da alışverişlerinde borçlanmamayı prensip edinmek gibi farklı alışkanlıklar kazandırmaktadır(Budak,2011:80).

Kredi kartları, nakit para taşımayı gerektirmemesi, neredeyse her yerde geçerli bir ödeme aracı olması, alışveriş bedelini taksitlendirme imkanı sunması, kredi kartı ile yapılan ödemelerde sağlanan promosyon ve indirimler gibi tüketicinin harcama alışkanlıklarını etkileyecek pek çok özelliğe sahiptir. Aynı zamanda sunduğu kredi imkanı ile tüketiciye borçlanması karşılığında ek bir satın alma gücü sağlamaktadır. Bu özellikleri dikkate alındığında kredi kartının, gelirden artış algısına yol açarak harcama alışkanlıklarını etkilemesi nedeniyle, kişilerin gelirini aşacak oranda borçlanmasına neden olabileceği ileri sürülebilir.

Kredi kartlarının, kart sahiplerinin harcamaları üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik Burdur ilinde yapılan bir çalışmada, aylık gelirdeki artış ile aylık geliri aşan harcama tutarı arasında pozitif yönlü korelasyon ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda kredi kartlarının büyük ölçüde gereksiz harcama yapmaya neden olduğuna ve kredi kartı kullanıcılarının bilinçlendirilmesi gerektiğine dikkat çekilmiştir(Tuğay ve Başgöl,2007:215-226).

Başka bir çalışmada, kredi kartının kişinin harcamalarını arttırıcı yönde etkiye sahip olduğu şeklinde bir genelleme yapmanın zor olduğu, bu durumun kişiden kişiye değişebileceği ileri sürülmektedir. Araştırmada, kredi kartından çok kredi kartına sunulan promosyonların özellikle borç çeviren kredi kartı sahipleri üzerinde harcamayı arttırıcı yönde etkili olduğu, düzenli kullanıcılar için ise bu tür promosyonların ikinci planda kaldığı ortaya konulmaktadır. Böylece kredi kartı harcamayı arttırır şeklinde bir genelleme yapmanın doğru olmayacağına dikkat çekilmiştir(Hafalir ve Loewenshtein ,2009:1-29).

2.2.9.Kartlı Ödeme Sistemlerinde Talebi Belirleyen Faktörler

Ödeme Sistemlerinde talebi belirleyen faktörleri; ekonomik faktörler, harcama alışkanlıkları, yaşam tarzındaki eğilimler, kişilerin geleceğe nasıl ve ne oranda güvenle bakabilecekleri, sosyal ve demografik yapıdaki farklılıkları kapsadığını söyleyebiliriz. Bunlar arasındaki başlıca etmenler aşağıda kısaca açıklanmaktadır (Alponat,2006:34-35):

- **Kentleşme;** kentleşme oranı arttıkça bireylerde, kağıt para kullanımından kredi kartına doğru bir akışın olduğu ve aynı zamanda yaşam tarzlarındaki değişiklikler nedeniyle kredi kartı ile yaptıkları harcamalarda bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Perakende sektörü gelişiminin daha çok büyük yerleşim merkezlerinde olduğu, kişi başına düşen harcanabilir gelir ve bu kişilerin bu gelirleri nüfus yoğunluğu fazla olan büyük şehirlerde harcadıkları söz konusu olup kentleşmenin kartlı ödeme sistemini olumlu yönde etkilemektedir.
- **Enflasyon ve faiz oranları;** enflasyon ve faiz oranları düştükçe, bireyler gelirlerinin büyük bir bölümünü harcama yönünde kullanacaklardır. Böylece GSMH’da büyüme vekişi başına düşen milli gelirde artış olmasıyla hayat standardını yükseltmek isteyen hedef kitle kredi kartı pazarının önemini arttıracak olup, özellikle kartlı ödeme sistemlerinin cirosu artış gösterecektir.
- **Ekonomik büyüme ve işsizlik oranları;** işsizlik oranı düştükçe hem ekonominin canlılık kazanması hem de geleceğe güvenin oluşmasıyla toplam harcamalar artacak olup kartlı ödeme sistemlerinin daha yaygın kullanımı sağlanabilecektir.
- **Harcama eğilimleri;** Tüketicilerin harcama eğilimlerinde oluşacak gelişme, toplam harcamayı arttırarak, kredi kartları cirosunu pozitif yönde etkileyecektir.

- **Reel sektörde ve hizmet sektöründe yaşanan rekabet;** rekabet arttıkça piyasadaki kredi kartı kuruluşlarının sayısı da gittikçe artarak, kartlı ödeme sistemlerinde daha fazla talebe yol açacaktır.
- **Güvenlik;** kartlı ödeme sistemleri, hilekarlık ve dolandırıcılığın önüne geçerek, teknolojiyi yoğun, etkin ve verimli olarak kullanmakta, böylece her geçen gün güvenlik konusunda daha popüler hâl almaktadır.
- **Globalleşme;** küreselleşme süreci; demokrasi, ilerleme, insan hakları, artan fırsatlar, zenginlik, kültürel çeşitlilik, özgürlük, pazar ekonomisi, ürün çeşitliliği, hukukun üstünlüğü, bilginin hızlı dolanımı gibi konularda kaçınılmaz bir hal alırken, tüketici alışkanlıklarına da yansımakta ve bireyin tükettiği ürün üzerinde karar verici olmaktadır(Nar,2015:943-944). Böylece tüketimi ve özel olarak kartlı ödeme sistemlerini pozitif olarak etkilemektedir.
- **Elektronik ticaret;** internet ve mobil aracılığıyla sanal alemde yapılan harcamaların çoğu kredi kartı ödeme aracıyla gerçekleşmekte ve e-ticaretin kullanımı yaygın hale gelmektedir. E-ticaretin yoğun kullanımıyla kartlı ödeme sistemlerinin payı artış göstermektedir.

2.2.10.Kartlı Ödeme Sistemlerinde Tüketici Davranışları

Tüketici, ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için bir mal veya hizmeti satın alan, kullanan ve onu tüketen kişidir. Müşteri, sınırsız ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılamak için satın alma gücüne sahip olarak bir mal veya hizmeti belirli bir ücret veya bedel karşılığında satın alan ve onu kullanan kişidir. Kredi kartı hamili yönünden bireysel müşteri; Kredi ve Banka Kartları kanun sözleşmesine haiz olabilen, 18 yaşını tamamlamış mümeyyiz olan, kartın kullanımından şahsi olarak sorumlu olan gerçek kişilere denir. Ticari müşteri, mal veya hizmet üreten, ticaretle uğraşan gerçek kişilere denmektedir.

Tüketici davranışı, kişinin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Tüketici davranışı bir amacı gerçekleştirmek için güdülenmiş davranıştır. Gerçekleştirilmek istenen amaç ise, arzu ve istekleri tatmin etmektir. Buradaki amaç, tüketicinin sorunlarına çözüm geliştirmektir. Ürünler, hizmetler, alışveriş yerleri olası çözümleridir ve tüketiciler bu çözümlere ulaşmak için çeşitli davranışlarda bulunurlar. Davranışın kendisi bir araç, ihtiyaç ve isteklerin tatmin edilmesi ise amaçtır. İhtiyacı tatmin etmeye

yönelik davranışa etkide bulunan faktörlerin bilinmesi, işletmeler için vazgeçilemeyecek kadar önemlidir(Odabaşı,1996:8). Tüketici davranışı aslında tüketimi değil, tüketiciyi ve tüketicinin satın almaya ilişkin karar ve eylemlerini inceler.

Piyasada satışlar işletmelerin karını belirlerken, tüketiciler de satışı belirlemektedir. İşletmelerin rekabet edilebilir gücünü arttırmak, devamlılığını sürdürebilmek ve mevcut durumunu koruyabilmek için tüketicilerle olan ilişkileri son derece önemlidir. Kredi kartı kuruluşları da yeni müşteriler kazanmak ve mevcut müşteriyi korumak için müşterinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda faaliyetlerini yürütmeli ve hizmetlerini geliştirmelidir. Bankalar, portföyündeki kredi kartı müşterilerini; harcama alışkanlıkları, yaşam stilleri, cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, eğitim düzeyi ve medeni durum gibi çeşitli demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre gruplandırarak, bu grupların özelliklerine göre satış geliştirici faaliyetlerde bulunmalıdır.

Kart kullanıcılarına sunulan hizmet türüne göre tüketici davranışları değişiklik gösterebilmektedir. Kredi kartını tüketicilere sağlayan bankaların kendi personelleri, maaş müşterileri, anlaşmalı iş yeri çalışanları, bursunu o bankadan alan öğrenciler gibi özel gruplara sundukları özel avantajlar kart kullanıcılarının kredi kartı seçimini etkileyebilmekte ve davranışlarını şekillendirebilmektedir.

Kredi kartları bir ödeme aracı olmanın ötesinde taksitlendirme olanağı, indirim kampanyaları, puan ve mil kazanımları, akaryakıt alımlarında avantajlar ve yüksek kart limitleri gibi özellikli avantajlar sunmaktadır. Türk toplumunun alışverişlerde gösterdiği temel tüketici davranışlarından birisi taksitlendirmeye olan eğilimdir. Geçmiş dönemlerde senetle ya da veresiye defteri üzerinden uygulanan bu durum, kartlı ödeme sistemlerinin gelişmesi ile birlikte yerini kredi kartı ödeme aracına bırakmıştır. Türkiye’deki kredi kartı kullanıcıları için olmazsa olmaz nitelik olarak kullandığı kredi kartıyla taksit yapabilmesine imkan tanınmış olmasıdır. Belirli dönemlerde veya belirli sektörlerde uygulanan özel kampanyalarla, ekstra mil veya puan kazanımına yönelik avantajlar sunulması ve sunulan bu avantajların gerçekçiliği de kredi kartına olan eğilimi etkileyen bir diğer faktördür. Birçok kredi kartı sağlayan banka, üye işyerleri ile yapmış oldukları anlaşmalar çerçevesinde, bu işyerlerinde sadece kendi kredi kartı kullanıcılarına indirimler ve bu indirimlere ek indirim olanakları sağlamalarıyla bölgesel olmanın ötesinde zincir mağazalarda da uygulamayı gerçekleştirerek daha geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşabilmektedir. Kart hamiline sağlanan bu tip avantajların

bir sonucu olarak, POS sayısı fazla ve üye iş yeri ağı gelişmiş olan bankalar kullanıcıların kredi kartına olan eğilim ve tercihlerinde bir adım öne geçmektedir (Demirci ve Selçuk,2016:1790-1791).

2.2.11.Hukuksal Açıdan Kartlı Ödeme Sistemleri

Banka kartları ve kredi kartlarının çıkarılmasına, kullanımına, takas ve mahsup işlemlerine ilişkin usûl ve esasları düzenlemek suretiyle kartlı ödemeler sisteminin etkin çalışmasını sağlamak amacıyla 2006 yılında 5464 sayılı **Banka Kartları Ve Kredi Kartları Kanunu** yürürlüğe konulmuştur. Kanunun 2. Maddesine göre kartlı ödeme sistemini kuran, kart çıkaran, üye işyeri anlaşması yapan kuruluşlar ile üye işyerleri ve kart hamilleri bu kanun kapsamında olduğu hükme tabidir.

Kanunun 4. Maddesine göre, kartlı ödeme sistemini kurma, kart çıkarma, üye işyerleri ile anlaşma yapma, bilgi alışverişi, takas ve mahsuplaşma faaliyetinde bulunmak isteyen kuruluşların ilgili Kuruldan izin almaları zorunludur(RG,2006:madde 4).

Kart çıkaran kuruluşlar, talepte bulunmayan veya sözleşme imzalamayan kişiler adına hiçbir şekil ve surette kart veremezler. Kartların düzenli ve güvenli kullanımı ile bildirim, talep, şikâyet ve itirazlara ilişkin gerekli tedbirleri almaya yönelik sistemi kurmak ve kesintisiz olarak açık tutmakla yükümlüdür. Kartın verilmesi anında kart hamilini yeteri derecede bilgilendirmek ve talep edilmesi halinde, gerçekleştirilmiş işlemlere ait kayıtları otuz günü geçmemek üzere işlemin mahiyetine uygun bir süre zarfında sağlamakla yükümlüdür. Yurt dışı işlemlerinde bu süre altmış gün olarak uygulanır. Kartların kullanılması bir kod numarası, şifre ya da kimliği belirleyici başka bir yöntemin kullanılmasını gerektiriyorsa, bu tür bilgilerin gizli kalması amacıyla gerekli önlemleri almak ve harcama ve alacak belgesinin müşteri nüshası üzerinde ve yazışmalarda kart numarasının açıkça yer almasını engellemekle yükümlüdür. Banka kartı ve kredi kartlarının asıl kart hamiline teslim edilmesini sağlayacak önlemleri almak, reşit olmayan ek kart hamilleri adına düzenlenen banka ve kredi kartlarının asıl kart hamillerine teslimini sağlamakla yükümlüdür. Asgarî tutarın son ödeme tarihini takip eden üç ay içinde ödenmemesi durumunda kart çıkaran kuruluşça kart hamiline yapılacak bildirimden itibaren bir aylık süre içerisinde bu tutarın ödenmemesi ya da banka kartı ile kredi kartı kullanımından dolayı adli cezaların uygulanması halinde,

ilgili kart çıkaran kuruluşça kart hamiline verilen kredi kartları iptal edilir ve borcun tamamı ödeninceye kadar yeni kredi kartı düzenlenemez(RG,2006: madde 8).

Kredi kartı almak isteyen kişilerin yasaklılık veya engel durumu, ekonomik ve sosyal durumu, aylık veya yıllık ortalama geliri, diğer kart çıkaran kuruluşlarca bu kişilere tahsis edilen kredi kartı limiti tespit edilmek zorundadır. Kart hamilleri talep etmedikçe kart limitleri arttırılamaz. Gerçek kişinin sahip olduğu tüm kredi kartları için tanınacak toplam kredi kartları limiti, ilk yıl için, ilgilinin aylık ortalama net gelirinin iki katını, ikinci yıl için ise, dört katını aşamaz. Bu fıkra uygulamasında bin Yeni Türk Lirasına kadar limitler hariç olmak üzere, aylık veya yıllık ortalama gelir düzeyi kart hamili tarafından beyan edilen ve ilgili kuruluşlarca teyit edilen gelirler üzerinden tespit edilir. Kart hamilinin talebi üzerine üçüncü kişiler adına asıl karta bağlı ve asıl kart limitini aşmamak kaydı ile ek kredi kartı düzenlenebilir(RG,2006:madde 9).

Kart kullanımından doğan sorumluluk, sözleşme imzalandığı ve kartın zilyetliğine geçtiği veya fizikî varlığı bulunmayan kart numarasının öğrenildiği andan itibaren, kart hamiline aittir. Kartın imza hanesinin kart hamili tarafından imzalanmış olması zorunludur. Üye işyerinin talep etmesi durumunda kart hamili, kartın kullanımı sırasında kimlik belgesi ibraz etmek zorundadır. Kart hamili, kendisine tevdi edilen kartı ve kartın kullanılması bir kod numarası, şifre veya kimliği belirleyici başka bir yöntemin kullanılmasını gerektiriyorsa bu bilgileri güvenli bir şekilde korumak ve başkaları tarafından kullanılmasına engel olacak önlemleri almak, kartın kaybolması, çalınması veya iradesi dışında gerçekleşmiş herhangi bir işlemi öğrenmesi halinde kart çıkaran kuruluşu derhal haberdar etmek zorundadır. Kart hamili adresinde meydana gelen değişiklikleri, değişiklik tarihinden itibaren onbeş gün içinde kart çıkaran kuruluşa bildirmekle yükümlüdür(RG,2006:madde 15 ve 16).

Üye işyerleri, kart hamillerinin yapmış oldukları mal ve hizmet alımlarının bedelini banka kartı ya da kredi kartı ile ödeme taleplerini kabul etmek zorundadır. Bu zorunluluk indirim dönemlerinde de geçerlidir. Üye işyerleri, mal ve hizmet bedellerinin banka kartı ya da kredi kartı ile ödenmesi veya nakit talep edilmesi halinde, elektronik ya da mekanik cihazları kullanarak harcama belgesi veya nakit ödeme belgesi düzenlemek ve aslını sözleşmede belirtilen süre içinde muhafaza etmek ve bir nüshayı da kart hamiline vermek zorundadır(RG,2006: madde 19).

Kart çıkaran kuruluşlar ile kart hamilleri arasındaki ilişkiler, bu Kanun ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde en az on iki punto ve koyu siyah harflerle hazırlanacak

yazılı sözleşme ile düzenlenir. Sözleşmenin bir örneği, kart hamiline ve varsa kefile verilir. Sözleşme hükümleri ve kartın kullanımı hakkında kart hamiline ayrıntılı bilgi verilmesi zorunludur. Kart hamilinin yaptığı işlemler nedeniyle, sözleşmede yer almayan faiz, komisyon veya masraf gibi adlar altında hiçbir şekil ve surette ödeme talep edilemez ve kart hamilinin hesabından kesinti yapılamaz. Sözleşmede kart hamilinin haklarını zedeleyici ve kart çıkaran kuruluş lehine tek taraflı haksız şartlar sağlayan hükümlere yer verilemez. Kart hamili, talep etmek suretiyle kartı iptal ettirmek ve sözleşmeyi feshetmek hakkına sahiptir(RG,2006: madde 24 ve 25).

Kredi kartları ilk olarak 4077 Sayılı **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**'da değişiklik yapılmasına ilişkin 4822 sayılı Kanun ile 4077 sayılı kanun kapsamına alınmıştır. 5464 sayılı yasa çıkmadan önce, kredi kartı kullanıcıları 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a 2003 tarihinde 4822 sayılı kanunla eklenmiş koruyucu hükümler çerçevesine alınmıştır. Bu hükümler kart hamillerini, daha güçlü pozisyonda olan kart çıkaran kuruluşlara karşı koruma niteliğindedir. 5464 sayılı yasada hüküm bulunmayan hallerde başvurulacak olan yasa Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun yasasıdır(Sungur,2013:46). Yeni mevzuat hükümlerine ve sistemin genel işleyişine bakılacak olursa; kredi kartı uygulamasının ödeme ve kredi işlevlerinin bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır(Buhur,2004:38-39).

5411 sayılı **Bankacılık Kanunu** ile bankalara; kredi kartları, banka kartları ve seyahat çekleri gibi ödeme vasıtalarının ihracı ve bunlarla ilgili faaliyetlerin yürütülmesi işlemlerini gerçekleştirebilme yetkisi verilmiştir. Bankacılık Kanunu 5464 sayılı yasadan önce, kredi kartları sektörü içerisindeki işlemlerin kart hamillerini koruyacak bir yapılanma içerisinde yürütülmesine öncülük etmiştir. Müşteri bilgilerinin bankacılık sırrı olarak saklanması, bu bilgilerin paylaşılabileceği kurumların tanımlanması, bir tür kitlesel hizmet olan kartlı işlemlerin yürütülmesi sırasında müşterilerden gelebilecek çok sayıda başvurunun hızla çözümlenebileceği bir altyapının oluşturulması, müşterilerin her itirazda yargıya başvurmasına gerek bırakmayacak bir hakem heyeti sistemi kurulması, faiz oranlarını belirleme konusunda yetkinin kimde olduğu gibi hususlar, yasanın bu yönünde yer almaktadır(Sungur,41:2013). Ayrıca bu yasa ile Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu kurulmuş olup, 5464 sayılı yasa gereğince banka ve kredi kartları işlemlerinin yürütülmesinin gözetim ve denetiminden sorumlu tutulmuştur.

Banka veya kredi kartlarının hukuka aykırı kullanılması suretiyle bankaların veya kredi kartı sahiplerinin zarara sokulmasını, bu yolla çıkar sağlanmasını önlemek ve failleri cezalandırmak gerekçesiyle 5237 sayılı **Türk Ceza Kanunu**'nun 245'inci maddesi kaleme alınmıştır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması kredi kartı aracılığıyla işlenen suçlarda artış olması, uygulamada farklı yargısal kararların çıkmış olması, bankacılık sisteminin de korunması amacı göz önüne alınarak 5237 sayılı TCK'da banka ve kredi kartları ile işlenen suçlar bağımsız bir suç tipi olarak düzenlenmiştir(Ekinci ve Esen,2005:364).

Banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması suçunun üç farklı suç tipi 5237 sayılı TCK'nun 245'inci maddesinde şöyle düzenlenmiştir(Kaya,2009:45):

- **Başkasına ait kartın haksız kullanımı suçu:** Başkasına ait bir banka veya kredi kartını, her ne suretle olursa olsun ele geçiren veya elinde bulunduran kimse, kart sahibinin veya kartın kendisine verilmesi gereken kişinin rızası olmaksızın bunu kullanarak veya kullandırarak kendisine veya başkasına yarar sağlarsa, üç yıldan altı yıla kadar hapis cezası ve beş bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır (TCK 245/1 madde).
- **Sahte kart düzenlenmesi veya banka ya da kredi kartı üzerinde sahtecilik yapılması suçu:** Başkalarına ait banka hesaplarıyla ilişkilendirilerek sahte banka veya kredi kartı üreten, satan, devreden, satın alan veya kabul eden kişi üç yıldan yedi yıla kadar hapis ve on bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır (TCK 245/2 madde).
- **Sahte oluşturulan veya üzerinde sahtecilik yapılan banka veya kredi kartını kullanmak suçu:** Sahte oluşturulan veya üzerinde sahtecilik yapılan bir banka veya kredi kartını kullanmak suretiyle kendisine veya başkasına yarar sağlayan kişi, fiil daha ağır cezayı gerektiren başka bir suç oluşturmadığı takdirde, dört yıldan yedi yıla kadar hapis cezası ve beş bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır (TCK 245/3 madde).

2.2.12.Kartlı Ödeme Sistemlerinin Ekonomik Boyutu

Yıllar itibariyle kredi kartı kullanımının gittikçe düzenli olarak artış göstermesi, kredi kartıyla yapılan harcamaların GSYİH'ye oranı ile tüketim harcamalarındaki kart kullanım oranının giderek artması sebebiyle kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı hem bireysel açıdan hem de Türkiye ekonomisi açısından son derece önemli bir hal almıştır.

Bireyler açısından değerlendirildiğinde, bireylere sağlanan faizsiz kredi, yurtiçinde ve yurtdışında nakit bulundurma sorununa çözüm imkanı sunması ve nakit bulundurma zorunluluğundan kaynaklanan riskleri ortadan kaldırması, ödemelerin taksitlendirilmesi, e-ticareti yaygınlaştırması, promosyon ve sigorta hizmetleri, tüketicilerin tasarruflarını arttırması ve harcamalarına istikrar kazandırması avantajlarının yanında ülke ekonomisi açısından enflasyonu düşürmesi, istihdamı arttırması, kayıt dışılığı ve buna bağlı olarak vergi kayıp-kaçığını azaltıp vergi gelirlerini arttırması gibi avantajlar taşıması hususunda önem arz etmektedir (Kızılot ve diğerleri,5:2011).

Kartlı ödeme sistemlerinin para işlevi görmesi sebebiyle para arzını arttırmaktadır. Para arzındaki artışların da enflasyonist bir etki yaratacağı yadsınamaz bir durumdur. Dolayısıyla kredi kartı enflasyonu arttırıcı bir etkiye sahiptir.

Para arzı artışı talep yaratmaktadır. Eğer artan talebi karşılayabilecek üretim yapılamıyorsa fiyatlar genel düzeyi artacak olup enflasyon yaratılmış olacaktır. Dolayısıyla para arzındaki her artış enflasyona neden olmayacaktır. Enflasyonun yaratılması için gerekli olan şey, ekonominin tam istihdamda olması yada üretimin darboğazda olmasıdır(Kızılot ve diğerleri,2011:28).

Tüketim harcamalarında kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı, enflasyonu 0.017 oranında azaltıcı bir etkiye sahiptir. Nakit harcamalarda enflasyonist etki hemen ortaya çıkarken, kartlı ödeme sistemiyle yapılan harcamalarda enflasyonistin etkisi altı ay sonra ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Kartlı ödeme sistemleriyle fiyat istikrarı yaşanmakta, sistemin yaygın kullanımı; tüketim talebinin enflasyonist etkisini taksit imkanlarıyla gelecek dönemlere yaydığı için, piyasada ihtiyaç duyulan para talebini azalttığı için, taksit imkanıyla üretimin artan talebe cevap vereceği zamanı yarattığı için ve üreticiye gelecek dönemlere ilişkin doğru gelir-gider planlaması avantajı sunduğu için politika yapıcılara enflasyonla mücadelede önemli imkanlar sağlayarak zaman kazandırmaktadır(Kızılot ve diğerleri,2011:30-31).

Kredi kartıyla yapılan alışverişlerde nakit paranın tedavülü kısmen sınırlanarak harcamaların kaydi para şeklinde ödemeler halini alması, ülke ekonomisi açısından kullanılabilir tasarrufun bankalar nezdinde birikmesine imkan tanınmaktadır. Hane halkına da taksit imkanı sağlayarak, nakit miktarı talebini azaltmasıyla tasarruflarını arttırıcı bir etkiye sahiptir. Ayrıca kredi kartlarının turizm sektöründe kullanılmasıyla

turistlere dövizlerini harcayabilme imkânı vermekte ve Türkiye'nin döviz gelirlerinin yükselmesine olanak sağlamaktadır (Kaya,2009:94).

Kartlı ödeme sistemleri, nakit dolaşımını azaltarak, ekonominin kayıt altına alınmasını sağlamaktadır. Böylece vergi gelirlerinde artış meydana gelmektedir. Her 1 TL'lik nakit kullanımı yerine kredi kartı ile harcanan 1TL vergi gelirlerini 19 Kuruş artırmaktadır. Bunun yanında 1 TL'lik kredi kartı kullanımı GSMH'yı 1.75 TL artırarak ekonominin büyümesine yol açarak, yeni iş fırsatlarını beraberinde getirmekte ve işsizliği önlemektedir. Kredi kartı harcamalarında meydana gelecek %1 oranında istihdamı 5954 kişi artırmaktadır. Kredi kartı harcamalarındaki artışın istihdam üzerindeki etkisi yaklaşık 2.5 yıl sürmektedir. Aynı zamanda GSMH'daki artış tasarruf oranlarını da arttırmaktadır. Ayrıca kartların işlem maliyeti nakite göre üçte bir oranında daha az olduğundan genel ekonomi kağıt yükünden kurtulmakta ve genel GSYİH'e katkı sağlanmaktadır. Kredi kartı ile yapılan alışverişler sonucu, tüm para hareketleri ekonomik sistem içerisinde kayıt altına alınmakta ve tasarruf-yatırım akışı hızlandırılarak ticari faaliyetler canlanmaktadır(BKM, <http://bkm.com.tr/>).

Kartlı ödeme sistemiyle yapılan alışverişlerde ödeme işlemlerinin faturalandırılması yada perakende satış fişlerinin kartı kabul eden işletme tarafından verilmesi zorunluluk teşkil etmektedir. Böylece kartlı ödeme sistemleri hem üretim hem de tüketim aşamasında kayıtdışılığın önüne geçen önemli bir finansman aracı olarak vergi kaçaklarının önlenmesine katkıda bulunarak vergi gelirlerini arttırmaktadır(Kızılot ve diğerleri,2011:36).

Kartlı ödeme sistemlerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bankaların mevduatlarında olumlu bir etki yaşanmakta ve kredi verme olanakları arttırılmaktadır. Dolayısıyla uzun vadede kredi faiz oranlarının düşmesine neden olabilmektedir. Kartlı ödeme sistemlerinde taksit olanaklarının artması borçlanmayı kolaylaştırarak tüketim harcamasını arttırmaktadır. Borç talebine olan artışın kredi faiz oranlarını yükseltmesinin yanı sıra uzun vadede artan rekabet ve teknolojiye dayalı maliyetlerin düşüşüyle kredi faiz oranlarında düşüş olması beklenmektedir(Kaya,2009:106).

Özel sektör istihdamının yarısından fazlasını karşılayan KOBİ'lerin gelişimi, kartlı ödeme sistemleri tarafından nakit akışlarını takip etmede, maliyetler üzerine hakim olmada, iç süreçlerini daha iyi kontrol altında tutmalarına ve daha büyük kredi fonlarına erişimlerine katkıda bulunmaktadır(TBB Vergi Konseyi,2011:15).

Kartlı ödemelerde ekonomiye yenilikler kazandırılan ön ödemeli kartlar, temassız ödemeler ve mobil ödemeler ile gelişen teknolojinin kullanımı, ekonomide daha çok tasarrufu sağlarken, farklı alanlarda yeni yatırımları çekmekte ve ülkelerin ekonomik büyümelerinin desteklenmesine katkı sağlamaktadır. Kartlı ödeme sistemleriyle ülkelerin turizm yoluyla döviz girdileri ve turizm alanındaki istihdamı artmakta, böylece ülkeler küresel ekonominin bir parçası haline gelmektedir(TBB Vergi Konseyi,2011:15-16). Dolayısıyla kartlı ödeme sistemleri, e-ticareti ve ulusal-uluslar arası fon transferini geniş bir tabana yayarak kullanımını her geçen gün yaygınlaştırmaktadır.

2.3. Finansal Davranışta Kartlı Ödeme Sistemlerinin Yeri

Çalışmanın ana konusunu oluşturan kartlı ödeme sistemlerinin finansal davranıştaki yerinin tüketicilerin satın alma finansmanı, ekonomik kriz dönemlerindeki durumu ve tüketim davranışları ile harcama alışkanlıklarıyla olan ilişkisi açısından ele alınmaya çalışılmıştır.

2.3.1. Tüketici Satın alma Finansmanındaki Önemi

Modern ödeme aracı olan kartlı ödeme sistemleri, günümüzün yoğun rekabet ortamında hem üreticiler hem satıcılar hem de tüketiciler açısından piyasada var olmanın, güçlü kalmanın, sadakatin, bağlılığın, geleceğe olan güvenin ve yaşam standartlarının iyileşmesi konusunda önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Son yıllarda tüketici satın alma finansmanında kartların kullanımı giderek önem kazanmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır.

Bankalararası Kart Merkezi A.Ş.'nin (BKM) verilerine göre, Türkiye’de 2016 yılı sonunda toplam 58.795.476 kredi kartı bulunmakta, bu kartlardan 55,4 milyonunu bireysel kartlar 3,4 milyonunu ise ticari kartlar oluşturmaktadır ve %4’lük bir büyümeyle 117.011.685 banka kartı bulunmaktadır. Kart sayılarının her geçen yıl artarak büyümesi kartlı ödeme sistemlerinin yaygınlık kazandığını göstermektedir. Fakat bu yaygınlaşma bilinçsiz kredi kartı kullanımında da önemli artışlar getirmekte ve bu da göz ardı edilemeyecek finansal maliyetlerin oluşmasına neden olabilmektedir.

2.3.2. Ekonomik Kriz Dönemlerindeki Boyutu

Kağıt paranın yerine kullanılan ve plastik para olarak da adlandırılan kredi kartları yaşanan ekonomik krizlerde bile tüketicilerin nakit sıkıntısını gidermede fayda sağlamıştır.

Tüketim harcamalarının ertelenmesini önleyerek krizin daha da derinleşmesini engellemiştir. Kredi kartı kullanımı, kriz döneminde yurtiçi nihai talep düşüşünü engellemiştir. Hane halkı gelirlerindeki düşüşe rağmen, tüketim talebini desteklemiştir.

Ekonomik krizler, özellikle sabit ve dar gelirli kart sahiplerinin borç ödeme sıkıntısına düşmeleriyle kart borçlarını kısmen de olsa etkileyerek bireyler üzerindeki etkisi devam etmiştir.

2.3.3. Tüketim Davranışları ve Harcama Alışkanlıklarıyla Olan İlişkisi

Tüketiciler tüketim kararı aldığı anda finansal davranışta bulunurken; gelir düzeyi, faiz oranı, fiyatlar, enflasyon, bireylerin eğitim durumları, meslek grupları ve yaşları, tasarruflar, geçmiş tüketim tecrübesi, beklentiler, yaşam tarzı, roller ve statüler, motivasyon, inanç ve tutumlar, ekonomi, teknoloji, psikoloji, demografik ve sosyo-kültürel faktörler gibi çok sayıda faktörün etkisi altında kalmaktadırlar. Gelecekte karşılaşılabilecek risk ve belirsizlikleri de hesaba katarak tüketim harcamalarını karşılayabilecek kadar finansal aktife sahip olan bireyler, tasarruf etmeyip daha çok tüketimde bulunmakta ve elde edilen gelirden tüketim harcamalarına giden pay o kadar çok artmaktadır. Nakit para yerine kart kullanılması; bürokrasiyi azaltarak, tüketicilere yalın bir satın alma gücü yaşatmakta ve harcamalarının kontrolünü sağlayacak bir şeffaflık sağlamaktadır.

Bankalar ve kart veren alışveriş merkezleri, tüketimi canlandırabilmek amacıyla giyimden gıdaya, seyahatten eğlenceye, akaryakıttan tıbbi ilaçlara kadar dayanıklı-dayanıksız tüketim mal ve hizmetlerin yer aldığı çok geniş bir yapıda kartla yapılan alışverişlere bonus adı altında çeşitli hediyeler, indirimler, para puanlar, bedava telefon paketleri gibi cazip fırsatlar sunmaktadır. Kredi kartı kullanımının tüketicilere; toplumda saygınlık sağlaması, nakit taşımaya karşı daha güvenli olması, eldeki mevcut nakitin başka yatırım araçlarında kullanılmasına olanak tanınması, alternatif ödeme araçlarıyla karşılaştırıldığına alışverişlerde daha basit ve kolay kullanım sağlaması, tüketici satın alma finansmanında kaynak oluşturması, tüketicilerin tasarruflarını arttırması ve harcamalarına istikrar kazandırması, internet üzerinden ve telefon ile

alışveriş yapabilme imkanı sunması ve olağanüstü durumlarda nakit para imkanı tanınması gibi birtakım faydalar sağladığı söylenebilmektedir. Ülke bazında ise enflasyonu düşürmesi, istihdamı arttırması, kayıt dışılığı önlemesi, vergi kaçakçılığını azaltıp vergi gelirlerini arttırması gibi tüketici finansman davranışını da etkileyecek pek çok avantajlar sunmaktadır.

Kartlı ödeme sistemlerinin topluma ve insanlığa kazandırdığı avantajlar, insanların tüketim davranışlarını değiştirebilmekte ve harcamalarını arttırabilmektedir.

Tablo 7’de tüketici finansmanında kredi kartıyla yapılan alışverişlerdeki harcama alışkanlığı ilişkisi sunulmaktadır.

Tablo 7: Türkiye’de Sektörlere Göre Kredi Kartlarıyla Yapılan Tüketim Harcamaları

HARCAMA GRUPLARI	2014	2015	2016
Araba Kiralama	927,81	1.274,66	1.481,22
Araç Kiralama-Servis/Satış/Yedek Parça	14.698,11	17.894,24	20.026,70
Benzin ve Yakıt İstasyonları	45.774,20	45.395,78	46.623,00
Bireysel Emeklilik	-	3.730,55	6.870,47
Çeşitli Gıda	28.623,27	32.239,09	35.838,66
Doğrudan Pazarlama	1.073,02	1.296,92	1.355,13
Eğitim/Kırtasiye/Ofis Malzemeleri	10.473,61	12.603,78	13.982,32
Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar	32.714,04	33.986,81	33.288,04
Giyim ve Aksesuar	33.803,24	38.293,24	40.949,74
Havayolları	7.815,64	9.158,18	9.460,25
Hizmet Sektörleri	27.438,14	26.176,39	26.701,02
Kamu/Vergi Ödemeleri	-	9.959,04	17.001,29
Konaklama	8.360,89	9.992,87	9.814,52
Klup/Dernek/Sosyal Hizmetler	2.375,45	2.784,83	3.072,01
Kumarhane/İçkili Yerler	405,82	437,00	441,87
Kuyumcular	9.825,77	10.051,90	9.219,67
Market ve Alışveriş Merkezleri	80.008,02	94.624,23	102.604,90
Mobilya ve Dekorasyon	19.004,37	20.125,27	21.271,38
Müteahhit İşleri	3.321,94	3.983,78	5.043,50
Sağlık/Sağlık Ürünleri/Kozmetik	14.001,52	16.741,68	18.751,50
Seyahat Acenteleri/Taşımacılık	11.563,35	14.327,68	14.433,10
Sigorta	21.761,83	22.693,24	28.400,56
Telekomünikasyon	15.480,76	14.711,57	15.946,85
Yapı Malzemeleri, Hırdavat, Nalburiye	20.462,35	22.827,41	22.725,48
Yemek	12.275,63	15.043,70	16.987,02
Diğer	10.961,35	10.485,22	11.778,21

Kaynak: (<http://www.bkm.com.tr>)

Türkiye’de kredi kartı ile yapılan harcamaların dağılımına bakıldığında 2016 yılında ilk sırayı market ve alışveriş merkezleri alırken ikinci sırayı benzin

istasyonlarının, üçüncü sırayı giyim ve aksesuarın, dördüncü sırayı çeşitli gıdaların, beşinci sırayı elektrik-elektronik-bilgisayar eşyasının, altıncı sırayı sigortanın ve yedinci sırayı hizmet sektörünün aldığı görülmektedir. Geçmişte kredi kartının kullanılmadığı alanlar olan elektrik-elektronik, bilgisayar, yapı malzemeleri, hırdavat ve nalburiyede de kredi kartı kullanılmaya başlanılmıştır. Gerek işyeri sahiplerinin veresiye satış yerine kredi kartı ile yapılan satışın işyerine sağladığı düzenli nakit akış avantajından faydalanmak istemesi, gerekse tüketicilerin bankadan sağladığı kredi olanağını kullanmak istemesi sonucunda kredi kartı kullanımı her alanda faaliyet göstererek yaygınlık kazanmıştır. Özellikle bilgisayar, telekomünikasyon ve mobilya-dekorasyon alanında kredi kartlarına sağlanan taksit olanağı bu harcama gruplarında da kredi kartının kullanımını yaygınlaştırmıştır. Ayrıca geçmiş yıllara göre kredi kartıyla yapılan harcama tutarları her yıl artış göstererek kartlı ödeme sistemlerinin tüketici finansmanında tüketim harcamalarına ayrılan yerin giderek daha fazla alana yayılmasını bizlere göstermektedir.

Türkiye'de kartlı ödemeler ve nakitsiz toplum hedefine yönelik çalışmalar konusunda 2016 yılında yaşanan gelişmeler, BKM tarafından değerlendirilmiş olup ilgili verileri kısaca şöyle açıklayabiliriz (<http://www.bkm.com.tr>):

- ✓ Kart sayısı gelişiminde 2015'ten 2016'ya yüzde 3'lük artış olduğuna dikkat çekilirken Türkiye'nin Avrupa'da 1 numaralı kart pazarı olmayı sürdürmektedir.
- ✓ 2015'te 526 milyar TL tutarında kartlı alışveriş yapılmışken, 2016'da bu miktar 587 milyar TL'ye çıkarak toplam kartlı ödemeler yüzde 12 oranında büyüme göstermiştir.
- ✓ Hane halkı harcamaları her geçen yıl daha fazla oranda kartla yapılmaktadır. 2014 ve 2015'te kartlı ödemelerin hane halkı harcamalarına oranı yüzde 37 iken, bu oran 2016'da yüzde 40'a yükselmiş bulunmaktadır. Türkiye'de kişi başı kartlı ödeme sayısının 10 yıllık bir zaman diliminde 3 katına yükselmiş ve bugün potansiyel olarak 34,7 milyon kredi kartı, 19,8 milyon banka kartı kullanıcısı mevcuttur.
- ✓ Sektörel veriler, 2016 yılında kartlarla daha çok tasarruf yapıldığını ortaya koyarken lüks tüketim ve turizm harcamalarının 2015'e kıyasla azaldığını göstermektedir. Kart harcamalarının en fazla artış gösterdiği sektörler ise bireysel emeklilik (yüzde 84), kamu/vergi (yüzde 72), sigorta (yüzde 25), yemek (yüzde 17) ve sağlık (yüzde 14) olarak sıralanmaktadır. Temel tüketime yönelik

sektörlerdeki harcama artışının enflasyona paralel ya da biraz daha üzerinde olduğu düşünülmektedir.

- ✓ İnternette kartlı ödemelerin fiziki ödemelere kıyasla daha hızlı büyüdüğü, dolayısıyla internette yapılan kartlı ödeme tutarının toplam ödemeler içerisindeki payının 2016'da yüzde 12 olduğu ve internette yapılan kartlı ödeme tutarının bir önceki yıla kıyasla yüzde 23'lük artışla 68,4 milyar TL'ye yükseldiği belirlenmiştir. Mobil ticaretteki hızlı yükselişe dikkat çekilirken 2014'te yüzde 19 olan mobil alışveriş oranı 2016'da yüzde 51'e ulaşarak e-ticareti geride bıraktığı tespit edilmiştir.
- ✓ Türkiye'nin 2023 yılında nakitsiz toplum olma hedefindeki gelişmeler istikrarla sürmekte, nakitsiz yaşam, mobil ticaret ve Finansal Teknoloji girişimleri (Fintech'ler) başlıklarında Türkiye'nin sağlıklı büyümesi sürdürülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. AVM MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLARINDA KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

Kartlı ödeme sistemleri, mal veya hizmet bedelinin nakit para dışında geliştirilmiş modern bir ödeme aracı ile karşılanması, bedellerin aylara bölünerek taksitlendirilebilmesi, aynı zamanda nakit para ihtiyacının banka şubesi veya ATM sistemleriyle hesaba erişilerek temin edilmesi amacıyla kullanılan ve böylece tüketicilere ödeme aracı olma işlevlerini sağlamaktadır. Bu sistem; alıcı ve satıcıları birbirine bağlayan güvenli, ekonomik şeffaflık sağlayan, artan ekonomik uyarımlar ve bankacılık sistemine daha geniş ve fazla katılım gibi temel faydalar sağlayan, ekonomik kalkınmayı, büyümeyi azami düzeye yükselten dinamik ve yaratıcı bir sistemdir. Kartlı ödeme sistemlerinin sağladığı bu ağ, bütün dünyada hem insanlara hem de ulusal ekonomilere çeşitli faydalar sağlamaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yeni ödeme araçlarına gereksinim duyularak ülke ekonomisini dolaylı olarak etkileyen faktörlerden birisi kartlı ödeme sistemleridir. Bankaların tüketicilere çok kolay kredi kartı sahip olma imkânı tanınması, gelirin çok üstünde limit tanımlanması ve kredi kartı sahiplerinin bilinçsiz kullanımı beraberinde tüketicilerin iflas, intihar, boşanma gibi sosyoekonomik sorunlarla karşılaşmasına yol açmıştır. Bu araştırma konusu gerek insanlar gerek ülke ekonomisi hususunda taşıdığı önem itibarıyla bundan sonra yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır.

Bu çalışma; “Günümüz toplumunda kartlı ödeme sistemleri nasıl işlemektedir?”, Finansal tüketicilerin davranışlarındaki her türlü pozisyon kart kullanımını nasıl etkilediği, bireysel kart kullanıcılarında kartlı sistemler hakkında olması gereken bilginin var olup olmadığı, bu konudaki algı ve görüşlerinin ortaya konulmak istenmesi sorularına yanıt oluşturacaktır. Kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı konusuna yeterince verilmeyecek önemin bireysel kart kullanıcıların yaşam standartlarını olumsuz etkileyerek problemlere yol açabileceği ve bunun ülke ekonomisine olan yansımaları araştırmaya merak uyandırmaktadır. Bu nedenle çalışma, kartlı ödeme sistemleriyle istikrarın, ekonomik gelişimin demokratik ve teknolojik ortamda sürdürülebilir yollarının neler olabileceği, kartlı sistemlerin uygulanmasının

beraberinde getireceği birtakım problemlerin çözüm yollarının nasıl bulunabileceği gibi konularda çıkarımlar yapılmasına imkan verecektir.

Bu çalışmanın amacı; günümüz toplumunda kartlı ödeme sistemlerinin işleyişini ve gelişimini teorik olarak ortaya koymak, bunun yanı sıra alan çalışması yaparak Elazığ ve Malatya illerinde kartlı ödeme sistemlerini kullanan tüketicilerin kullanım tercihlerini, beklentilerini, bilinçlerini, görüş ve algılarını tespit etmek, bireylerin kart kullanımı ile açık hesap kullanım tercihinin kıyaslayarak demografik ve sosyoekonomik özelliklerinin ve kart kullanımını etkileyen diğer faktörlerin kartlı ödeme sistemleriyle olan ilişkisini incelemek ve ileride bu konuyla ilgili yapılacak bilimsel çalışmalara katkı sağlamaktır. Ayrıca çalışmayla tüketicilerin kartlı ödeme sistemiyle olan ilişkisi araştırılarak, bu ilişkinin geliştirilmesi ve en verimli şekilde nasıl sağlanabileceği ortaya koyulacaktır. Kart kullanımına ilişkin bilginin yanı sıra kullanım bilincinin nasıl oluşturulabileceğine dair bilgiler sunulacaktır. Böylece çalışma kartlı sistemlerin tüketicilerin hayat standardını iyileştirmesine ve kullanım performansını arttırmasına bir kaynak oluşturacaktır.

Çalışmanın sonucunda; kartlı ödeme sistemleri hakkında gerekli bilgi verilerek bilinçli kart kullanımının özendirilmesi, kartlı sistemlerin tüketicilerin temel ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamadığının ve kullanım performanslarını arttırıp arttırmadığının ele alınması, tüketicilerin demografik-sosyoekonomik özelliklerinin ve diğer faktörlerin kart kullanımını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bireysel kart sahiplerinin kartlı sistemler konusundaki algıları hakkında elde edilecek bilgi, onların nasıl bir anlayışla kullanmaları gerektiğini ve bunun neticesinde onların kart kullanımına olan bağlılıklarını ve performanslarını arttırmak için hangi şartlarda ihtiyaç duydukları hususunda çıkarımlar yapılabilmesine imkan verecektir.

3.2.Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Bu bölümde araştırmanın hipotezleri ile bu doğrultuda oluşturulan araştırma modeline yer verilmiştir.

Araştırma, kart kullanmayı etkileyen faktörlerin kart kullanımını ne doğrultuda etkilediği ve kart kullanımının açık hesap sistemiyle kıyaslanabilirliği yönünde geliştirilen hipotezler ve bu hipotezler ışığında oluşturulan model çerçevesinde dizayn edilmiştir.

Araştırma ile ilgili hipotezler aşağıdaki gibidir:

H1: AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile yaş dağılımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile kredi kartı kullanım türü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Sahip olunan kredi kartı markası ile kredi kartı kullanmaya yönelik tercih nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: AVM müşterilerinin gelir düzeyleri ile kredi kartıyla yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartı kullanım durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartına olan memnun olma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme şekli ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Kredi kartına duyulan memnun olma düzeyi ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H11: Kredi kartına duyulan risk olasılığı ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H12: AVM müşterilerinin kredi kartı kullanım alanları ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H13: AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

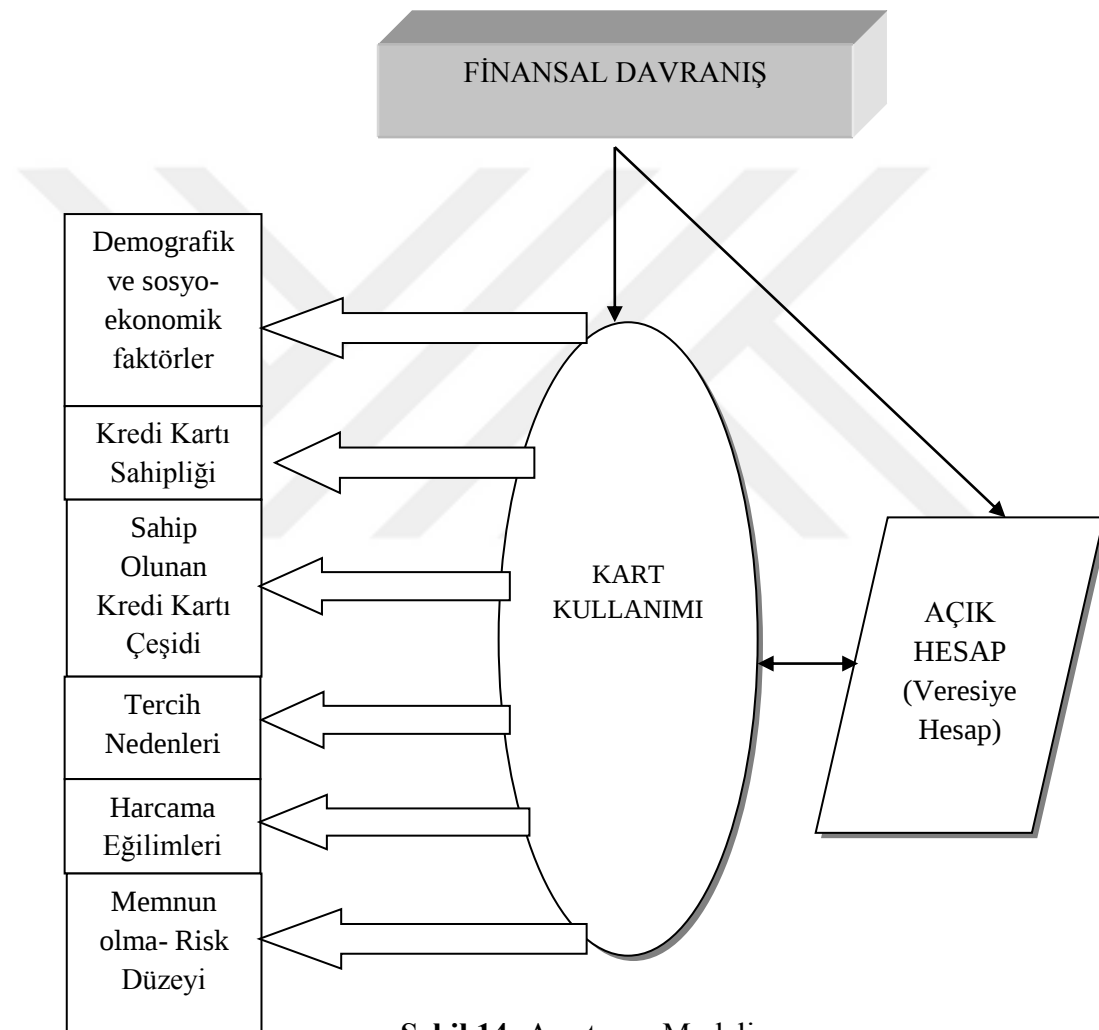
H14: AVM müşterilerinin kredi kartı kullanımı ile açık hesap kullanımı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmanın amacı çerçevesinde oluşturulan modelde, değişkenler doğrultusunda bulgular ile ilgili açıklamalar yapılarak önerilerde bulunulacaktır.

Finansal davranışın bir göstergesi olan kartlı sistemlerin kullanımının demografik ve sosyo-ekonomik özellikler, kart sahipliği, sahip olunan kredi kartı

markası, tercih nedenleri, memnun olma-risk düzeyleri, harcama eğilimleri gibi kullanımı etkileyen faktörlerle ilişkisini açıklayan ve finansal davranışın bir diğer göstergesi olan açık hesaba kıyasla kartlı ödeme sistemlerinin kullanım derecesini ilişkilendiren hipotezler doğrultusunda araştırma tez modeli sunulmuştur.

Araştırmanın Modeli aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

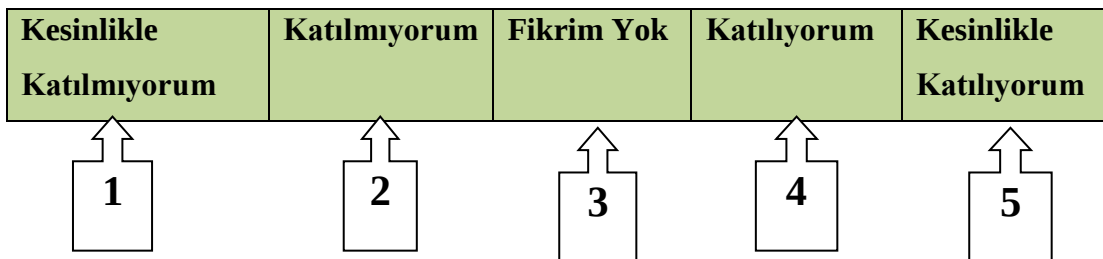


Araştırmada, demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerin, kart sahipliğinin, sahip olunan kredi kartı markasının, tercih nedenlerinin, memnuniyetlik-risk düzeylerinin, harcama eğilimlerinin bireysel müşterilerin kredi kartı tercihlerine etki

edip etmediği, kartlı ödeme sistemlerinin açık hesaba kıyasla daha çok tercih edilip edilmediği istatistikî yöntemlerle test edilmiştir.

3.3.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmamızda kullanılacak veriler kredi kartı sahibi bireysel müşterilerle yüz yüze (kişisel)görüşmek suretiyle hazırlanan anket formunun işaretlenmesi şeklinde elde edilmiştir. Ayden ve Demir (2011)in bireysel müşterilerin finansman aracı olan kartlı sistemler üzerine geliştirdikleri makale çalışması, Tuğay ve Başgöl (2007)ün kredi kartı kullanıcılarının harcamaları üzerindeki etkisine yönelik geliştirdikleri makale çalışması, Sancar Budak(2011)ın kredi kartının rasyonel kullanımı üzerine geliştirdiği yüksek lisans tez çalışması ve Kaya(2008)nın bireysel müşterilerin kredi kartı tercihinine etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik geliştirdiği doktora tezi çalışma anketinin hazırlanmasında referans alınan kaynaklardır. Yüz yüze anket yönteminin tercih edilmesinin nedeni cevaplama oranının yüksek olması ve çok soru sorabilmeye imkân tanınmasıdır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri, kart sayıları, kart edinim şekilleri, harcama eğilimleri, borç ödeme kabiliyetleri ve kullanım alanlarına ilişkin 26 soru ve açık hesabı kullanım eğilimine ilişkin 6 soru olup toplam 32 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise kart kullanımıyla ilgili birtakım öngörüler yer almakta ve bireylerin davranışsal önyargı ifadelerine katılma derecelerine ilişkin 15 yargı ve açık hesaba ilişkin 11 yargı olup toplam 26 yargı bulunmaktadır. İkinci bölümde kart ve açık hesap kullanımıyla ilgili alınan görüşler Likert 5 Ölçeği modeline göre hazırlanmıştır. Likert ölçeği, katılımcıların belirli ifadelere ne ölçüde katılıp katılmadıklarını göstermektedir. Beşli Likert tipi nümerik değerli Likert ölçeği Şekil 15’te gösterilmiştir.



Şekil 15: Araştırma Yargılarının Oluşturulmasında Kullanılan 5’li Likert Ölçeği Modeli

Araştırmada AVM müşterilerine anketler uygulandıktan sonra değerlendirilmek üzere elde edilen veriler kodlama sürecine alınmıştır. Verilerin analiz edilebilmesi için ankette yer alan soru ve görüşler nümerik değerlere dönüştürülüp verilen her cevaba sayısal bir kimlik verilerek SPSS programına tanımlanmıştır.

Veri toplama işlemi, konu ile ilgili kaynaklardan ve daha önce yapılmış araştırmalardan faydalanılarak hazırlanan yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. “**AVM Müşterilerinin Finansal Davranışlarında Kartlı Ödeme Sistemlerinin İncelenmesi Üzerine Müşterilerin Kart ve Açık Hesap Kullanımlarının Değerlendirilmesi**” anketi olan çalışma hazırlanırken kullanılan birtakım anket sorularının uygulanabilirliği incelenerek güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir.

Araştırmada anketi cevaplayan müşterilerin verdikleri yanıtların doğru olduğu kabul edilmiş olup hiçbir etkiye maruz kalmadan soruları doğru cevapladıkları varsayılmaktadır. Zaman ve ekonomik kaynakların az olması nedeniyle ülkemizde ve araştırmanın yapılacağı illerdeki tüketicilerin tamamına ulaşamayacağından örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan örneklem ve verileri elde etme yönteminin uygun olduğu dolayısıyla elde edilen sonuçlara güvenilebileceği varsayılmaktadır.

3.4.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Elazığ ve Malatya illerindeki alışveriş merkezi kuruluşlarını kapsamaktadır. Bu çalışmanın ana kütesini alışveriş merkezi müşterileri oluşturmaktadır. Belirlenen evrenden istatistiksel olarak anlamlı örneklem seçilerek kartlı ödeme sistemlerini kullanan tüketicilerin kullanım tercihleri, beklentileri, bilinçleri, görüş ve algılarını tespit etmek, demografik ve sosyoekonomik özelliklerini ortaya koyarak kartlı sistemlerle olan ilişkisini incelemeye yönelik analitik bir çalışma yapılmıştır. 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.

Araştırmanın amacı doğrultusunda AVM müşterilerine anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma konusunun kredi kartı kullanımını ilgilendirmesi nedeniyle kredi kartı olmayan müşteriler araştırma kapsamına alınmamıştır. Bilimsel

açından örnek büyüklüğünün analiz edilebilir anket sayısının elde edilebilmesi ve örneklem hakkında daha kesin genellemeler yapılabilmesi için geniş tutulması gerektiği dikkate alınarak, anket sayısı 420 adet olarak sınırlandırılmıştır.

Katılımcılar, alışveriş merkezi müşterileri arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen ve kredi kartı sahibi olan kişilerden oluşmaktadır. Bu amaçla toplam 420 adet anket formu Mart 2017 ve Nisan 2017 tarihleri arasında, Elazığ ve Malatya illerine bağlı AVM kuruluşlarında alışveriş ve diğer mal, hizmet ihtiyaçlarını karşılayan müşterilere elden dağıtılarak uygulanmıştır. Anket uygulamasında özel ve şahsi bilgilere yer verilmemiştir.

3.5.Araştırmanın Analiz ve Bulguları

Araştırma sonuçlarının veri girişinde ve elde edilen sonuçların değerlendirilmesinde SPSS(20) İstatistik paket programı kullanılmıştır. Anketlerin değerlendirilmesinde genel istatistik işlemleri olan aritmetik ortalama, standart sapma ve frekans dağılımlarını içeren betimleyici analizden yararlanılmıştır. Ayrıca çalışmanın hipotezlerinin test edilmesinde Ki-Kare (Pearson Chi-Square) testi, Bağımsız (Independent) T-testi, İlişkili Örneklem (Paired Samples) T-testi ve ANOVA(Varyans Analizi) testi uygulanmıştır. Araştırmada yer alan tutum ölçekleri Güvenilirlik(Cronbach Alpha) analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu ölçeklerden kredi kartı tutum ölçeğinde 0,68, açık hesap tutum ölçeğinde 0,70 güvenilirlik elde edilmiş olup ölçeklerin güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

3.5.1. Bulguların Frekans Dağılımları

Araştırma kapsamında ankete katılan AVM müşterilerinin demografik ve sosyoekonomik özellikleri, kart sayıları, kart edinim şekilleri, kredi kartı ve açık hesaba ilişkin harcama eğilimleri, borç ödeme kabiliyetleri, kullanım alanları ve kullanımla ilgili görüş ve düşüncelere ilişkin bulguların frekans dağılımları incelenmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde(%)
Bayan	130	31,0
Erkek	290	69,0
Toplam	420	100

Tablo 8’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan bireysel müşterilerin çoğunu 290 (%68) olarak erkekler oluştururken, 130’unu (%31) bayanların oluşturduğu gözlenmektedir. AVM müşterileri olarak bayanların çoğunlukta kullanıcı adayı olduğu öngörülse de yapılan çalışmada bayanların çekimser tavırları ve ankete katılmak istemeyişleri erkeklerin çoğunlukta olduğu sonucuna ulaştırmıştır.

Tablo 9: Katılımcıların Medeni Durumu

Medeni Hal	Frekans	Yüzde(%)
Evli	179	42,6
Bekar	227	54,0
Dul/Boşanmış	14	3,3
Toplam	420	100

Tablo 9’da görüldüğü gibi katılımcıların 227’si (%54,0) bekar, 179’u (%42,6) evli, 14’ü (%3,3) dul veya boşanmış olarak tespit edilmiştir.

Tablo 10: Katılımcıların Yaş Dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde(%)
18-24	130	31,0
25-35	157	37,4
36-45	76	18,1
46-55	44	10,5
56 ve üzeri	13	3,1
Toplam	420	100

Tablo 10’da görüldüğü gibi, katılımcıların %37,1’i(f=157) 25-35 yaşları arasında, %31’i (f=130) 18-24 yaşları arasında, %18,1’i (f=76) 36-45 yaşları arasında, %10,5’i (f=44) 46-55 yaşları arasında ve %3,1’i (f=13) 56 yaş ve üzerindedir. Görüldüğü üzere kredi kartı kullanımı genç ve orta yaş kesiminde yoğunlaşmaktadır.

Tablo 11: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri

Eğitim	Frekans	Yüzde(%)
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
Toplam	420	100

Tablo 11’de görüldüğü gibi katılımcıların önemli bir bölümü lisans düzeyindedir (%47,1). Lisans düzeyini % 18,8 ile önlisans seviyesi takip etmektedir. Lise oranı %18,3 , lisansüstü seviyede yüksek lisans oranı %11,7 ve doktora oranı %1,2 iken son sırada %2,9 oranıyla ilkokul/ortaokul seviyesi yer almıştır. Dolayısıyla kredi kartı kullanan kesimin çoğunlukla üniversite eğitimi aldığı görülmektedir. Buradan bilinçli kullanıcı bir kitlenin var olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Tablo 12: Katılımcıların Aylık Gelir Dağılımları

Gelir	Frekans	Yüzde(%)
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	7,1
Toplam	420	100

Tablo 12’de görüldüğü gibi ankete katılanların gelir durumları ele alındığında % 31,2 (f=131) ile 0– 1.000 TL’lik gelir dilimi önemli bir yer tutmakta olduğu tespit edilmiştir. Bunu 1.001– 2.000 TL arası gelir dilimi % 21,4 (f=90), 2.001–3.000 TL gelir dilimi % 20 (f=84), 3.001–4.000 TL gelir dilimi % 11,2 (f=47) , % 9 (f=38) izlemektedir. Katılımcıların %7,1’i (f=30) ise 5001 TL ve üzeri gelir diliminde olduğu tespit edilmiştir. Kredi kartı kullanımının çoğunlukta kullanıldığı maaş kesimi asgari ücret dilimini göstermektedir. Bu da maaşı her ne olursa olsun belirli limitler dahilinde kredi kartı kullanımını engellememektedir.

Tablo 13: Katılımcıların Meslek Dağılımları

Meslek	Frekans	Yüzde(%)
Kamu Sektörü	133	31,7
Özel Sektör	89	21,2
Esnaf/Serbest Meslek	34	8,1
Öğrenci	131	31,2
Emekli	14	3,3
Çalışmıyor	19	4,5
Toplam	420	100

Tablo 13’de görüldüğü gibi ankete katılan bireysel müşterilerin meşgul oldukları alanlar incelendiğinde %31,7’sinin (f=133) kamu sektöründe çalıştığı, bunu yakından takip eden %31,2’sinin (f=131) öğrenci kesimi olduğu gözlemlenmektedir. %21,2’sinin (f=89) özel sektörde çalıştığı, %8,1’in esnaf yada serbest meslek mensubu olduğu tespit edilmiştir. %4,5’inin (f=19) herhangi bir yerde çalışmamakta olduğu ve %3,3’ünün (f=14) emekli olduğu gözlemlenmiştir. Görüldüğü üzere kredi kartı kullanımının kamu sektörü ve öğrenci kesiminde çoğunlukta olduğu görülmektedir. Çalışmayan kesim için ek kart kullandıkları öngörülmektedir.

Tablo 14: Katılımcıların Sahip Olduğu Banka Hesabı Dağılımı

Banka Hesabı	Frekans	Yüzde(%)
1	158	37,6
2-4	237	56,4
5-7	21	5,00
8 ve üzeri	4	1,00
Toplam	420	100

Tablo 14’te görüldüğü gibi ankete katılan bireysel müşterilerin % 56,4’ünün (f=237) 2-4 bankada, % 37,6’sının (f=158) 1 bankada, % 5’i (f=21) 5–7 bankada, % 1’i (f=4) 8 ve daha fazla banka diliminde hesabının bulunduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla kredi kartı kullanan müşterilerin birden fazla bankada hesapları olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 15: Katılımcıların Kredi Kartını Kullanma Durumları

Kredi Kartı Kullanım Durumu	Frekans	Yüzde(%)
Evet	358	85,2
Hayır	62	14,8
Toplam	420	100

Tablo 15’te görüldüğü üzere kredi kartına sahip bireysel müşterilerin % 85,2’si (f=358) kredi kartı kullanıyorum yanıtını, % 14,8’i (f=62) kullanmıyorum yanıtını vermişlerdir. Görüldüğü gibi kredi kartı kullanan kesim yoğunluktadır.

Tablo 16: Katılımcıların Sahip Oldukları Kredi Kart Sayısı

Kredi Kartı Sayısı	Frekans	Yüzde(%)
1	204	48,6
2	151	36,0
3	48	11,4
4 ve üzeri	17	4,0
Toplam	420	100

Tablo 16’da görüldüğü gibi ankete katılan bireysel müşterilerin sahip oldukları toplam kredi kartı sayısı bir tane olarak yoğunlaşmıştır %48,6 (f=204). Bunu % 36 (f=151) ile iki tane izlemiştir. Üç kart sahibi bireysel müşterilerin oranı % 11,4 (f=48)’tür. Katılımcıların %4’ü (f=17) ise 4 ve daha fazla kart sahibidir. Sonuç olarak sayılar kıyaslandığında müşteriler 1’e göre toplamda 1’den fazla kredine kartına sahiptirler.

Tablo 17: Katılımcıların Bulundukları Aile Fert Sayısı

Aile Fert Sayısı	Frekans	Yüzde(%)
1-3	127	30,2
4-6	259	61,7
7-9	27	6,4
10 ve üzeri	7	1,7
Toplam	420	100

Aile fert sayısı açısından Tablo 17 incelendiğinde ankete katılan bireysel müşterilerin çoğunluğu %61,7 (f=259) 4-6 kişilik ailelerde yaşamını sürdürmektedir. Bunu 1-3 kişilik fert sayısında yaşayanlar %30,2 (f=127) ile izlemektedir. %6,4 (f=27) oranıyla 7-9 kişilik fert sayısı mevcutken, %1,7 (f=7) oranındaki kart hamili ise 10 ve daha fazla fert ile yaşamaktadır.

Tablo 18: Katılımcıların Ailesinde Kullanılan Toplam Kredi Kart Sayısı

Ailede Kullanılan Toplam Kredi Kartı Sayısı	Frekans	Yüzde(%)
1-3	297	70,7
4-6	96	22,9
7-9	22	5,2
10 ve üzeri	5	1,2
Toplam	420	100

Tablo 18’de katılımcıların ailesinde kullanılan toplam kredi kartı incelendiğinde çoğunlukla %70,7 (f=297) oranıyla 1-3 aralığında kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bunu

%22,9 (96) oranıyla 4-6 sayısı takip etmektedir. %5,2 (f=22) oranıyla 7-9 sayısı, %1,2 (f=5) oranıyla 10 ve daha fazla kredi kartı sayısı kullanılmaktadır.

Tablo 19: Kredi Kartı Kullanım Süresi

Yıl	Frekans	Yüzde(%)
0-1	69	16,4
2-3	115	27,4
4 yıl ve üzeri	236	56,2
Toplam	420	100

Tablo 19’da görüldüğü gibi bireysel müşterilerin kredi kartı kullanım süresi incelendiğinde %56,2’sinin (f=236) 4 yıl ve daha fazla sürede kullandıkları, %27,4’ünün (f=115) 2-3 yıl arasında, %16,4’ünün 1 yıl ve 1 yıldan daha az bir sürede kredi kartını kullandıkları görülmektedir. Sonuç olarak kredi kartı kullanım süresinin 4 yıldan daha fazla ve istikrarlı kullanıldığı söylenebilmektedir.

Tablo 20: Kredi Kartı Kullanım Amacı

Kullanım Amacı	Frekans	Yüzde(%)
Alışveriş	224	53,3
Para Çekme	19	4,5
İkisi Birden	177	42,1
Toplam	420	100

Tablo 20’de görüldüğü üzere bireysel müşterilerin çoğunluğu (%53,3) kredi kartını alışveriş amacı ile kullandığını ifade etmişlerdir. Bunu % 42,1 oranıyla hem alışveriş hem de para çekebilmek için kullananlar izlemiştir. % 4,5 ile para çekmek için kredi kartı kullanıldığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla kredi kartı en çok alışveriş yapmak amacıyla kullanılmaktadır.

Tablo 21: Katılımcıların Kullandıkları Kredi Kartı Çeşidi

Kredi kartı çeşidi	Frekans	Yüzde(%)
Visa	95	22,6
Mastercard	115	27,4
Visa-Mastercard	143	34,0
Diğer	67	16,0
Toplam	420	100

Tablo 21 incelendiğinde katılımcıların %34 (f=143) oranıyla hem visa hem de mastercardı tercih ettiği, tek başına değerlendirildiğinde %27,4 (f=115) ile mastercardı, %22,6 (f=95) ile Visayı tercih ettikleri gözlemlenmiştir.

Tablo 22: Katılımcıların Kredi Kartı Edinim Şekilleri

Karta Sahip Olma Şekli	Frekans	Yüzde(%)
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
üzerine	14	3,3
İnternet aracılığı üzerine		
Toplam	420	100

Tablo 22'ye göre katılımcıların %55,7 gibi büyük bir çoğunluğu ilgili bankaya kendileri müracaat ederek kredi kartına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla bireyler herhangi bir bankanın etkisinde kalmaksızın kendi karar ve iradeleriyle kredi kartı kullanmayı tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 23: Katılımcıların Kredi Kartını Kullanma Nedenleri

Kredi Kartı Kullanım Nedenleri		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 23'te 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.

Elde edilen sonuçlara göre kredi kartı %23 oranında para taşıma riskini azalttığı için tercih edilmekte ve dolayısıyla bu unsur, üzerinde nakit fazlası bulundurmamak istemeyenler için her türlü çalıntıya karşı güven oluşturması, Türkiye ya da Avrupa'nın her neresinde olunursa olunsun nakit bulundurma sıkıntısı yaşatmadan ödeme yapabilme imkanı sağlaması açısından önem arz etmektedir. %8 oranında puan biriktirerek bedava alışveriş imkanı sağladığı için tercih edilmekte ve bu unsur, her

bedava ya da indirimli mal ve hizmetin müşteriye cezbedip hem satışları hem alışverişi arttıracak yönde daha çok kullanmayı özendirici etki yaratmaktadır. %23 oranında internet üzerinden e-ticareti kullanabilmek için tercih edilmekte ve bu unsur, daha kolay, daha hızlı ve daha fazla çeşit mal ve hizmetten yararlanma imkanı sunmasından önemli bir diğer faktördür. Ayrıca kredi kartı %3 oranında itibar göstergesi olduğu için tercih edilmiştir. Kredi kartı ilk çıktığı zamanlarda yalnızca zengin zümrelere kullandırılmış olup yıllar itibariyle de herkese kullanma imkanı tanınmıştır. İlk kullanma nedeni olarak saygınlık, prestij ve itibar göstergesi olma tercihi önemli bir özelliği olmasına rağmen günümüz toplumu açısından kredi kartı kullanımı bu tercih nedeninden dolayı daha az tercih edilmektedir.

Kartla yapılan ödemeler; işyerleri açısından daha fazla müşteri ve buna bağlı olarak daha fazla satış yapma imkanı sağlamaktadır. Kart kullanıcısı müşteriler açısından daha rahat, daha kolay, nakit gereksinimi duyulmadan limitler dahilinde istenilen zamanda daha fazla alışveriş yapma olanağı, daha kaliteli ve kolay ulaşılabilir mal ve hizmetin karşılanmasında avantaj sağlamaktadır. Bir diğer avantaj ise peşin ödeme zorunluluğu ve sıkıntısına düşmeden belirli dönemler dahilinde taksitle ödeme imkanı sağladığıdır. Ödeme kolaylığı olarak taksitle ödeme avantajı sunması bu tabloda elde edilen sonucu doğrulamaktadır.

Tablo 24: Katılımcıların Kredi Kartı Borçlarını Ödeme Yöntemi

Ödeme Şekli	Frekans	Yüzde(%)
Otomatik ödeme talimatıyla	93	22,1
Banka şubelerinden	63	15,0
İnternet aracılığıyla	96	22,9
Telefon aracılığıyla	17	4,0
ATM aracılığıyla	151	36,0
Toplam	420	100

Tablo 24’te görüldüğü gibi katılımcılar kredi kartı borçları ödemek için en çok ATM sistemini kullanmaktadır (%36). Bunu %22,9 (f=93) ile internet aracılığı ile izlemektedir. Katılımcılar %22,1 (f=93) oranında otomatik ödeme talimatı kullanırken, %15 (f=63) ile banka şubelerini tercih etmekte ve en son sırada %4 (f=17) ile telefon aracılığıyla kart borçlarını ödemede ve işlem yapmada kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 25: Katılımcıların Aylık Kart Borçlarını Ödeme Tutarı

Ödeme Tutarı	Frekans	Yüzde(%)
Ekstre tutarın tamamı	196	46,7
Asgari ödeme tutarı	128	30,5
Ekstre tutar ile asgari tutar arasında bir tutar	77	18,3
Hiç ödemede bulunmuyorum	19	4,5
Toplam	420	100

Tablo 25’te katılımcıların kart borçlarının çoğunlukla %46,7 oranıyla ekstre tutarın tamamını ödedikleri gözlemlenmiştir. Bunu %30,5 ile asgari ödeme tutarı takip ederken, %18,3 ile ekstre tutar ile asgari tutar arasında bir tutar ödedikleri ve %4,5 gibi bir oranla da hiçbir ödemede bulunmadıkları tespit edilmiştir. Sonuç olarak kredi kartı kullanan müşterilerin çoğu kart borçlarının neredeyse tamamını ödediği ve faiz yüküne girmedikleri gözlemlenmektedir.

Tablo 26: 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 26’da 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.

Bireylerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında yer alan fizyolojik ihtiyaçlar arasında yeme, içme, giyim gibi faktörler en önemli ve ilk sırada gelmektedir. İşte kartlı ödeme sistemleri bu önemli ihtiyaçların giderilmesi için yapılan harcamalarda en yoğun tercih edilmiş harcama alanlarını oluşturmaktadır. Bu ihtiyaçların giderilip tatmin edildikten sonra fizyolojik diğer ihtiyaçların giderilmesinde ise daha sonraki dayanıklı tüketim, hizmet ve diğer harcama alanlarını oluşturması tabloda elde edilen bulguları doğrulamaktadır.

Tablo 27: Katılımcıların Kredi Kart Limitleri

Kart Limitleri	Frekans	Yüzde(%)
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
Toplam	420	100

Tablo 27’de katılımcıların sahip oldukları kredi kartı limitlerine bakıldığında %38,3(f=161) 0-1.000 limit aralığı en yüksek payı almıştır. Bunu %19 ile 1.001-2.000 limiti, %17,6 ile 2.001-5.000 limiti, %13,1 ile 10.000 ve daha fazla limit ve son olarak da %11,9 oranı ile 5.000-10.000 limit aralığı izlemiştir. Sonuç olarak çoğunlukta kart kullanan kesimi asgari ücret oluştururken maaşa bağlantılı olarak kart limitleri de o doğrultuda tercih edilmiştir.

Tablo 28: Kredi Kartıyla Yapılan Aylık Harcama Tutarları

Aylık Harcama Tutarı	Frekans	Yüzde(%)
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
Toplam	420	100

Tablo 28 incelendiğinde katılımcıların kredi kartıyla yaptıkları aylık harcamalarını en çok %62,6 (f=263) 0-1.000 tutarında yaptıkları gözlemlenmiştir. Görüldüğü üzere kredi kartı kullanıcıları kart limitleri dahilinde ve limiti aşmadan harcama yaptıkları söylenebilmektedir.

Tablo 29: Katılımcıların Ek Kart Kullanım Durumları

Ek Kart Kullanımı	Frekans	Yüzde(%)
Evet	89	21,2
Hayır	331	78,8
Toplam	420	100

Tablo 29’da kredi kartına sahip olan bireysel müşterilerin %78,8 gibi bir oranla çoğunun ek kart kullanmadığı, %21,2 kişinin kullandıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 30: Katılımcıların Kredi Kartına Uygulanan Faiz Oranlarının Farkında Olma Dereceleri

Kredi kartına uygulanan faiz oranını biliyor musunuz?	Frekans	Yüzde(%)
Evet	253	60,2
Hayır	167	39,8
Toplam	420	100

Tablo 30’da katılımcılara kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarını bilip bilmedikleri sorulmuş ve %60,2 oranla uygulanan faiz oranlarını bildiklerini

belirtmişlerdir. Dolayısıyla hem bireylerin borç yüküne düşüp faizle karşı karşıya geldikleri hem de borca düşenlerin borçlarının bilincinde oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 31: Katılımcıların Kredi Kartı Kullanımına İlişkin Risk Algıları

Kredi kartı kullanmak riskli midir?	Frekans	Yüzde(%)
Evet	175	41,7
Hayır	56	13,3
Kısmen	189	45,0
Toplam	420	100

Tablo 31’de katılımcılara kredi kartı kullanmanın riskli olup olmadığı sorulmuş ve %45 oranıyla kısmen cevabı alınarak bu oranı az bir farkla %41,7 oranıyla evet cevabı izlemiş ve katılımcılar tarafından kredi kartı kullanmak riskli bulunmuştur. Kullanıcıların çoğunun kredi kartı kullanmanın riskli olduğunun bilincinde olsalar da risk unsurunun kredi kartı kullanmayı engellemediği gözlemlenmiştir.

Tablo 32: Katılımcıların Kredi Kartına Olan Memnuniyet Düzeyi

Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?	Frekans	Yüzde(%)
Evet	258	61,4
Hayır	162	38,6
Toplam	420	100

Tablo 32’de katılımcılara kredi kartı kullanmaktan memnun olup olmadıkları sorulmuş ve %61,4 oranıyla kullanmaktan memnun olduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla kredi kartı kullanmaktan memnun olanlar daha çok kullanmayı tercih ettikleri ve memnun olmayanlar ise kullanmamayı tercih ettikleri gözlemlenmiştir.

Tablo 33: Katılımcıların Kredi Kartıyla İlgili Yenilikleri Öğrenme Yerleri

Kredi Kartıyla İlgili Yeniliklerin Öğrenilme Mekanları		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	-	4	35
	%	4,3	1,7	1,0	0,5	-	1,0	8,5
TOPLAM	f	420	92	35	10	4	4	565
	%	100	21,9	8,3	2,4	1,0	1,0	

Tablo 33'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.

Kartlı ödemelerde, sistemin işleyişiyle ilgili bilgi sistemlerinin öğrenilmesi gerekliliği ve bu doğrultuda bilinçli bir kullanım önem arz etmektedir. Bu konuda yapılan bankacılık hizmetlerinde meydana gelen yeniliklerin takibinde bireylerin günümüz yoğun yaşam koşullarında daha kolay, daha hızlı ve daha rahat yenilikleri öğrenme eğilimi gösterdikleri kaçınılmazdır. Dolayısıyla ATM kuruluşlarının hem kırsal hem kentsel alan olarak her yerde bulunması, teknoloji dünyasında bireylerin elinin altında her an ulaşabilecekleri mobil telekomünikasyon sistemin yaygın işlerliği bu faktörlerin tercih edilmesinde önemli göstergeler arasındadır.

Tablo 34: Katılımcıların Açık Hesap Kullanım Durumları

Açık Hesap Kullanımı	Frekans	Yüzde(%)
Evet	85	20,2
Hayır	335	79,8
Toplam	420	100

Tablo 34’te katılımcıların açık hesaba ilişkin kullanım durumları incelendiğinde %79,5 oranıyla AVM müşterilerinin açık hesap sistemini kullanmadıkları gözlemlenmiştir. Açık hesap sistemi kredi kartıyla kıyaslandığında, kredi kartına göre daha az tercih edilmektedir. Dolayısıyla günümüz teknoloji dünyasında modern ödeme aracı olan kredi kartı kullanımı her geçen gün yoğunlaşarak açık hesabın önüne geçmiştir.

Tablo 35: Katılımcıların Açık Hesap Sistemini Kullanma Nedenleri

Açık Hesap Kullanma Nedenleri		Önem Derecesi					TOPLAM
		1.sıra	2.sıra	3.sıra	4.sıra	5.Sıra	
Kredi kartı kullanmak istenmediğinden	F	20	-	-	-	-	20
	%	23,5	-	-	-	-	23,5
Daha güvenli bulduğumdan	F	25	9	-	-	-	34
	%	29,4	2,1	-	-	-	31,5
Bürokrasi ve formalitelerin olmayışından	F	10	-	7	-	-	17
	%	11,8	-	1,7	-	-	13,5
Faiz olayına girmek istemediğimden	F	26	5	1	6	-	38
	%	30,6	1,2	0,2	1,4	-	32
Finans kuruluşlarına aracılık yaptırmak istemediğimden	F	4	2	-	-	3	9
	%	4,7	0,5	-	-	0,7	5,9
TOPLAM	F	85	16	8	6	3	118
	%	100	3,8	1,9	1,4	0,7	

Tablo 35’te görüldüğü gibi katılımcıların açık hesap sistemini kullanma nedenlerinden birden fazla tercih söz konusu olup açık hesap kullanan 85 katılımcıdan toplam 118 yanıt alınmış ve seçenekler arasında en önemli alan önem derecesine göre

sıralanmıştır. Yapılan sıralamada katılımcıların 26'sı (%30,6) birinci sırada faiz olayına girmek istemediği yanıtını verdikleri ve bunu bir sayı farkla 25 (%29,4)daha güvenli bulunduğu nedeniyle tercih edildiği gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan bireysel müşterilerin açık hesap kullanma nedenlerin önem derecelerinin toplamına bakıldığında 38'inin en önemli açık hesap kullanma nedeni faiz olayına girmek istemediği gözlemlenmiştir.

Çalışmanın yapıldığı bölgede bireyler, hem islam inancına dayalı olarak hem de muhafazakar bir kesim olarak faiz olayına girmek istememekte ve kredi kartı kullanmaktan çekinmektedirler. Bu sebepten dolayı kredi kartı kullanmanın yanında en çok da faiz olayına girilmemek için açık hesap kullanımına da yer vermektedirler.

Tablo 36: Katılımcıların Açık Hesap İle Yaptıkları Aylık Harcama Tutarları

Aylık harcama tutarı	Frekans	Yüzde(%)
0-1000	54	63,5
1001-2000	11	12,9
2001-3000	12	14,1
3001-4000	1	4,2
4001-5000	2	2,4
5001 ve üzeri	5	5,9
Toplam	85	100

Tablo 36'da açık hesap sistemini kullanan 85 katılımcının açık hesapla yaptıkları aylık harcamaları en çok %63,5 oranıyla 0-1.000 tutar arasında yaptıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 37: Katılımcıların Açık Hesabı Ayda Kullanım Sıklıkları

Kullanım Sıklıkları	Frekans	Yüzde(%)
1-3	58	68,2
4-6	16	18,8
7-9	3	3,5
10 ve üzeri	8	9,4
Toplam	85	100

Tablo 37’de açık hesabı kullanan katılımcıların ayda kullanım sıklıkları incelendiğinde %68,2 oranla 1-3 aralığında daha çok kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Tablo 38: Katılımcıların Açık Hesapla Tercih Ettikleri Alışveriş Türleri

Açık Hesapla Tercih Edilen Harcama Türleri		Önem Derecesi				TOPLAM
		1.sıra	2.sıra	3.sıra	4.sıra	
Market alış-verişleri	F	34	-	-	-	34
	%	40,0	-	-	-	40,0
Giyim alış-verişleri	F	20	6	-	-	26
	%	23,5	1,4	-	-	24,9
Dayanıklı tüketim ve ev eşyaları alışverişi	F	14	5	2	-	21
	%	16,5	1,2	0,5	-	18,2
Diğer mal ve hizmet alış-verişleri	F	17	8	1	2	28
	%	20,0	1,9	0,2	0,5	22,6
TOPLAM	F	85	19	3	2	109
	%	100	4,5	0,7	0,5	

Tablo 38’de görüldüğü üzere katılımcıların açık hesapla yaptıkları harcama türlerinde birden fazla tercih söz konusu olup 85 adet kullanıcıdan toplam 109 yanıt alınmış ve seçenekler arasında en önemli harcama türü önem derecesine göre sıralanmıştır. Yapılan sıralamada katılımcıların en önemli harcama türü olarak 34’ü (%40,) birinci sırada market alışverişleri için yanıtını verdikleri gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan ve açık hesap kullanan bireysel müşterilerin açık hesapla yaptıkları harcama türlerinin önem derecelerinin toplamına bakıldığında market yani gıda alışverişlerinin en yoğun harcama alanı olduğu gözlemlenmiştir.

Çalışmanın yapıldığı bölgede açık hesap sisteminin de tercih edildiği, alıcı ve satıcı arasında aidiyet ve güven duygusunun yaratıldığını göstermektedir. Açık hesapla daha çok birbirini benimseyen alıcı ve satıcı arasında harcamaların en önemli fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasında yapıldığı tespit edilmiştir

Tablo 39: Katılımcıların Açık Hesap Kullanımına İlişkin Risk Algıları

Açık hesap kullanmak riskli midir?	Frekans	Yüzde(%)
Evet	16	18,8
Hayır	42	49,4
Kısmen	27	31,8
Toplam	85	100

Tablo 39’da açık hesap kullanan katılımcılara açık hesap kullanmanın riskli olup olmadığı sorulmuş ve %49,4 oranında riskli olmadığı belirtilmiştir.

Sonuç olarak açık hesap kredi kartına göre daha güvenli ve daha az riskli bulunmasına rağmen kredi kartına göre daha az tercih edilmektedir.

3.5.2. Kredi Kartı ve Açık Hesaba İlişkin Ölçeklerin Frekans Dağılımları ve Aritmetik Ortalamaları

Katılımcıların hem kredi kartı hem de açık hesap 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.

Tablo 40: Katılımcıların Kredi Kartı Kullanımıyla İlgili Önermelere Katılım Dereceleri ve İstatistiksel Bulguları

Görüşler	Frekans Dağılımları (N:420)										İstatistikler	
	Değişkenlere Göre Katılım Dereceleri Dağılımı											
	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	S. Sapma
	f	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
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 borçlanmamı 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 bulundurmaktaayım.	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 bulundurmaktaayım.	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 40'ta görüldüğü gibi araştırmaya katılan katılımcılara kredi kartı kullanımıyla ilgili birtakım önermeler sorulup görüşleri alınmıştır. Katılımcıların görüşlere katılım dereceleri incelenmiş, finansal davranışlara sergiledikleri tutum istatistiksel olarak tespit edilmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Kredi kartı kullanım ölçeğinin “Kredi kartı kullanmak, avantajlı harcama yapma olanağı sağlamaktadır.” ilişkili önermesine katılımcılar tarafından 3,16 aritmetik ortalamayla, 0,41 oranla katılıyorum ve 0,16 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,57 oranla önermeye katılım sağlanmıştır. Günümüz teknoloji dünyasında kartlı ödeme sistemlerinin bireylere harcama konusunda ödeme kolaylığı sağlaması, taksitle ödeme imkanı sağlaması, puan biriktirme olanağı ile bedava alışveriş imkanı sağlaması, internet üzerinde e-ticareti kullanabilme imkanı sağlaması gibi pek çok avantajlar sağladığı bu önermeyle gösterilen katılımı doğrulanmıştır.

“Kredi kartı kullanmak, satın alma kararlarımı etkilememektedir” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,71 aritmetik ortalamayla, 0,32 oranla katılmıyorum ve 0,21 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,53 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup müşterilerin kredi kartı kullanımının satın alma kararlarını etkilediği söylenebilir.

“Kredi kartı kullanmak, aşırı borçlanmama neden olmamaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,81 aritmetik ortalamayla, 0,29 oranla katılmıyorum ve 0,22 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,51 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup kredi kartı kullanmanın bilinçli kullanılmadığı taktirde yüksek düzeyde borçlanmalara sebep olabileceği söylenebilir.

“Kredi kartı kullanmak, harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellememektedir.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,94 aritmetik ortalamayla, 0,27 oranla katılmıyorum ve 0,19 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,46 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup kredi kartı kullanmanın bireylerin harcama konusunda bütçelerini kontrol edememelerine sebep olabileceği söylenebilir.

“Kredi kartı kullanmak, alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamamı engellememektedir.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,88 aritmetik ortalamayla, 0,29 oranla katılmıyorum ve 0,17 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,46 oranla önermeye katılım

sağlanmamış olup kredi kartı kullanmanın bireylere alışveriş yaparken mal ve hizmetlerin fiyatları konusunda bazen düşük veya yüksek fiyatlı ayrımı yapamamalarına sebep olabileceği söylenebilir.

“Kredi kartı kullanmak, ihtiyaçtan fazla yada gereksiz harcama yapmaya yol açmamaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,57 aritmetik ortalamayla, 0,38 oranla katılmıyorum ve 0,24 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,62 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup kredi kartı kullanmanın bireylerde ihtiyaçtan fazla yada bazen gereksiz harcama yapmalarına sebep olabileceği söylenebilir.

“Genel olarak kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici olmaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,87 aritmetik ortalamayla, 0,27 oranla katılmıyorum ve 0,17 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,44 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup kredi kartı kullanımına ilişkin banka tarafından verilen hizmetlerin yeterli olmadığı söylenebilir.

“E-bankacılık hizmetleri güvensizlik düşüncesiyle pek fazla kullanılmamaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,83 aritmetik ortalamayla, 0,23 oranla katılmıyorum ve 0,20 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,43 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup genel olarak bireylerde internet üzerinden yapılan alışverişlere karşı güvensizlik düşünceleri olmasına rağmen e-bankacılık sistemlerinin kullanıldığı söylenebilir.

“Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundurmaktayım.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 3,93 aritmetik ortalamayla, 0,44 oranla katılıyorum ve 0,35 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,79 oranla önermeye katılım sağlanmış olup kart kullanıcılarının limit aşımına uğramaksızın alışveriş yaptıkları ve bu bilinçli finansal tutum sayesinde yüksek faiz oranlarıyla karşı karşıya gelmedikleri söylenebilir.

“Kredi kartıyla alışveriş yaptığımda önceki taksitlerimi göz önünde bulundurmaktayım.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 3,89 aritmetik ortalamayla, 0,41 oranla katılıyorum ve 0,36 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,77 oranla önermeye katılım sağlanmış olup kart

kullanıcılarının bilinçli finansal davranış eğilimi göstererek daha önceki taksitleri dikkate alarak alışveriş yaptıkları söylenebilir.

“Kredi kartı borcuma işletilecek faiz oranını kontrol etmekteyim.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 3,30 aritmetik ortalamayla, 0,33 oranla katılıyorum ve 0,19 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,52 oranla önermeye katılım sağlanmış olup bireylerin kredi kartına işletilecek faiz oranını dikkate alarak harcama eğiliminde bulundukları ve bilinçli kullanım sergiledikleri söylenebilir.

“Kredi kartı borçları genellikle aylık gelirin üstünde bir tutar olarak yer almaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,49 aritmetik ortalamayla, 0,35 oranla katılmıyorum ve 0,27 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,62 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup bireylerin aylık gelirini aşacak yüksek miktarda kart borcuna girmedikleri söylenebilir.

“Kredi kartı borcu ödenmediği zaman oluşan faiz tutarı oldukça fazla olmaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 3,60 aritmetik ortalamayla, 0,30 oranla katılıyorum ve 0,31 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,61 oranla önermeye katılım sağlanmış olup kredi kartı borçlarının ödenmediği taktirde yüksek faize sebep olabileceği söylenebilir.

“Aylık kredi kartı borçlarının ödemeleri genellikle aksatılmaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,77 aritmetik ortalamayla, 0,28 oranla katılmıyorum ve 0,22 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,50 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup genelde aylık kart borçlarının zamanında ödendiği söylenebilir.

“Kredi kartı kullanmak; prestij göstergesi olarak daha çok saygı duyulduğumu, diğer insanları etkilediğimi ve daha güzel şeylere sahip olduğumu bana hissettirmektedir.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,36 aritmetik ortalamayla, 0,21 oranla katılmıyorum ve 0,37 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,58 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup kredi kartı kullanımının prestij göstergesi sebebiyle daha az tercih edildiği söylenebilir.

Tablo 41: Katılımcıların Açık Hesap Kullanımıyla İlgili Önermelere Katılım Dereceleri ve İstatistiksel Bulguları

Görüşler	Frekans Dağılımı (N:420)										İstatistikler	
	Değişkenlere Göre Katılım Dereceleri Dağılımı											
	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	S. Sapma
	F	%	f	%	F	%	F	%	F	%	X	Ss
Açık hesap kullanmak, avantajlı harcama yapma olanağı sağlamaktadır.	13	15,3	12	14,1	18	21,2	28	32,9	14	16,5	3,21	1,31
Açık hesap kullanmak, satın alma kararlarımı etkilememektedir.	15	17,6	30	35,3	15	17,6	20	23,5	5	5,9	2,64	1,19
Açık hesap kullanmak, aşırı borçlanmama neden olmamaktadır.	13	15,3	24	28,2	15	17,6	17	20,0	16	18,8	2,98	1,36
Açık hesap kullanmak, harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellemektedir.	3	15,3	25	29,4	14	16,5	5	29,4	8	9,4	2,88	1,25
Açık hesap kullanmak, alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellemektedir.	15	17,6	24	28,2	12	14,1	24	28,2	10	11,8	2,88	1,32
Açık hesap kullanmak, ihtiyaçtan fazla ya da gereksiz harcama yapmaya yol açmamaktadır.	15	17,6	21	24,7	12	14,1	26	30,6	11	12,9	2,96	1,34
Açık hesapla alışveriş yaptığımda önceki taksitlerimi göz önünde bulundurmaktayım.	9	10,6	15	17,6	17	20,0	27	31,8	17	20,0	3,32	1,27
Açık hesap borçları genellikle aylık gelirin üstünde bir tutar olarak yer almaktadır.	21	24,7	28	32,9	7	8,2	18	21,2	11	12,9	2,64	1,39
Aylık açık hesap borçlarının ödemeleri genellikle aksatılmaktadır.	14	16,5	21	24,7	21	24,7	22	25,9	7	8,2	2,84	1,21
Açık hesap, işyeriyle müşteri arasında sağlam bir güven ortamının oluşmasına sebep olmaktadır.	9	10,6	19	22,4	13	15,3	25	29,4	19	22,4	3,30	1,32
Açık hesapla karşılıklı güven duygusu yaratılarak daha fazla alış-veriş yapma olanağı sağlanmaktadır.	12	14,1	13	15,3	14	16,5	22	25,9	24	28,2	3,38	1,40

Tablo 41’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan toplam 420 katılımcı arasından 85’i açık hesap kullanıp, açık hesap kullanan katılımcılara açık hesap kullanımıyla ilgili

birtakım önermeler sorulup görüşleri alınmıştır. Katılımcıların görüşlere katılım dereceleri incelenmiş, finansal davranışlara sergiledikleri tutum istatistiksel olarak tespit edilmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Katılımcıların açık hesap kullanım görüşlerine katılım dereceleri incelendiğinde“ Açık hesap kullanmak, avantajlı harcama yapma olanağı sağlamaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 3,21 aritmetik ortalamayla, 0,33 oranla katılıyorum ve 0,17 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,50 oranla önermeye katılım sağlanmıştır. İlgili önermenin sonuçlanan değeriyle, açık hesap(veresiye) sisteminin müşterilere karşı daha şeffaf ve prestijli olmayı, ay sonunda hesaplarla uğraşma derdini tamamen ortadan kaldırması, hesaplar yüzünden işyeri ile müşteriler arasındaki hesap uyumsuzluğunu tamamen ortadan kaldırması, tanımlanan limit sayesinde limit aşımına yer vermemesi, daha güvenli oluşu, bürokrasi ve formalitelerin olmayışı, faiz olayına girilmemesi, finans kuruluşlarına aracılık yaptırmaması gibi pek çok avantajlı harcama imkanı sağladığı söylenebilir.

“Açık hesap kullanmak, satın alma kararlarımı etkilememektedir.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,64 aritmetik ortalamayla, 0,35 oranla katılmıyorum ve 0,18 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,53 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup açık hesap kullanımının satın alma kararlarını etkilediği söylenebilir.

“Açık hesap kullanmak, aşırı borçlanmama neden olmamaktadır.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,98 aritmetik ortalamayla, 0,28 oranla katılmıyorum ve 0,15 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,43 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup açık hesap kullanmanın bilinçli kullanılmadığı takdirde yüksek düzeyde borçlanmalara sebep olabileceği söylenebilir.

“Açık hesap kullanmak, harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellememektedir.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,88 aritmetik ortalamayla, 0,29 oranla katılmıyorum ve 0,15 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,44 oranla önermeye katılım sağlanmamış olup açık hesap kullanmanın bireylerin harcama konusunda bütçelerini kontrol edememelerine sebep olabileceği söylenebilir.

“Açık hesap kullanmak, alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellememektedir.” şeklindeki önermesine katılımcılar tarafından 2,88 aritmetik ortalamayla, 0,28 oranla katılmıyorum ve 0,18 oranla kesinlikle katılmıyorum

seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,46 oranla onermeye katılım sağlanmamış olup açık hesap kullanmanın bireylerin alışverişte harcama yaparken ürünler arasında fiyat kontrolü yapamamalarına sebep olabileceği söylenebilir.

“Açık hesap kullanmak, ihtiyaçtan fazla ya da gereksiz harcama yapmaya yol açmamaktadır.” şeklindeki onermesine katılımcılar tarafından 2,96 aritmetik ortalamayla, 0,25 oranla katılmıyorum ve 0,18 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,43 oranla onermeye katılım sağlanmamış olup açık hesap kullanımının gereksiz harcama yapmaya sebep olabileceği söylenebilir.

“Açık hespla alışveriş yaptığımda önceki taksitlerimi göz önünde bulundurmaktayım.” şeklindeki onermesine katılımcılar tarafından 3,32 aritmetik ortalamayla, 0,32 oranla katılıyorum ve 0,20 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,52 oranla onermeye katılım sağlanmış olup açık hespla yapılan alışverişlerde daha önceden yapılan hesapların dikkate alındığı söylenebilir.

“Açık hesap borçları genellikle aylık gelirin üstünde bir tutar olarak yer almaktadır.” şeklindeki onermesine katılımcılar tarafından 2,64 aritmetik ortalamayla, 0,33 oranla katılmıyorum ve 0,25 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,58 oranla onermeye katılım sağlanmamış olup açık hesaba ilişkin borçlarının aylık gelirin üzerinde olmadığı söylenebilir.

“Aylık açık hesap borçlarının ödemeleri genellikle aksatılmaktadır.” şeklindeki onermesine katılımcılar tarafından 2,84 aritmetik ortalamayla, 0,25 oranla katılmıyorum ve 0,17 oranla kesinlikle katılmıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,42 oranla onermeye katılım sağlanmamış olup açık hesaba ilişkin borçların zamanında ödendiği ve aksatılmadığı söylenebilir.

“Açık hesap, işyeriyle müşteri arasında sağlam bir güven ortamının oluşmasına sebep olmaktadır.” şeklindeki onermesine katılımcılar tarafından 3,30 aritmetik ortalamayla, 0,29 oranla katılıyorum ve 0,22 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,51 oranla onermeye katılım sağlanmış olup açık hesabın kullanıcı açısından güvenli bir sistem olduğu söylenebilir.

“Açık hespla karşılıklı güven duygusu yaratılarak daha fazla alış-veriş yapma olanağı sağlanmaktadır.” şeklindeki onermesine katılımcılar tarafından 3,38 aritmetik ortalamayla, 0,26 oranla katılıyorum ve 0,28 oranla kesinlikle katılıyorum seçenekleri

çoğunlukla benimsenerek toplamda 0,54 oranla önermeye katılım sağlanmış olup açık hesabın müşteriye sadakat duygusu sağlatarak işyerinin satışlarını arttırdığı, hem işyeri hem de müşteri açısından güvenli bir sistem olduğu söylenebilir.

3.5.3. Chi-Square Testi Sonuçları

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 42’de kredi kartı tutum ölçeğinin eğitim düzeyine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 42: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Eğitim Düzeyiyle Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	<i>Eğitim Düzeyi</i>				
Kredi Kartına Olan Tutum	İlkokul/Ortaokul	12	271,6	1	0,018
	Lise	77			
	Önlisans	79			
	Lisans	198			
	Yüksek Lisans	49			
	Doktora	5			

Tablo 42’de görüldüğü üzere kredi kartı tutum ölçeği ile eğitim düzeyi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=271,6 ; Pvalue=0,018 : $p<0,05$). Yani eğitim seviyelerine göre kredi kartına olan görüş, düşünce ve tutumlar farklılaşabilmektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki altıncı (H6) hipotezi tablo 42 ile doğrulanmıştır. Yani H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Kredi kartı tutum ölçeğinin kredi kartını kullanıp kullanmama durumuna bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 43’te gösterilmiştir.

Tablo 43: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Kredi Kartını Kullanıp Kullanmama Durumuyla Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

Puan	Gruplar	N		
	Kredi kartı kullanım durumu	χ^2	sd	p
Kredi Kartına Olan Tutum	Kullanıyor	358	79,3	1
	Kullanmıyor	62		

Tablo 43'te görüldüğü üzere kredi kartı tutum ölçeği ile kredi kartını kullanıp kullanmama arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2_{hes}=79,3$; $P_{value}=0,001$: $p<0,05$). Yani kredi kartına olan görüş ve tutumlar, sahip olunan kredi kartını kullanan ile kullanmayan açısından değişebilmektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartı kullanım durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki yedinci (H7) hipotezi tablo 43 ile doğrulanmıştır. Yani H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Kredi kartı tutum ölçeğinin kredi kartına duyulan memnun olma düzeyine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 44'te gösterilmiştir.

Tablo 44: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Kredi Kartına Duyulan Memnun olma Düzeyiyle Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

Puan	Gruplar	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	Memnun Olma Düzeyi				
Kredi Kartına Olan Tutum	Memnun	258	66,8	1	0,019
	Memnun Değil	162			

Tablo 44’te görüldüğü üzere kredi kartı tutum ölçeği ile kredi kartına duyulan memnun olma düzeyi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=66,8 ; Pvalue=0,019 : $p<0,05$). Yani kredi kartı kullanmaktan memnun olanlar ile memnun olmayan bireylerin kredi kartına olan görüş, düşünce ve davranışları farklılık gösterecektir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartına olan memnun olma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki sekizinci (H8) hipotezi tablo 44 ile doğrulanmıştır. Yani H8 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin yaş düzeylerine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 45’te gösterilmiştir.

Tablo 45: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Yaş Düzeyiyle Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

Puan	Gruplar	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	Yaş Düzeyi				
Kredi kartını tercih etme nedenleri	18-24	130			
	25-35	157			
	36-45	76	104,752	56	0,000
	46-55	44			
	56 ve üzeri	13			

Tablo 45’te görüldüğü üzere AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin yaş düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=104,752 ; Pvalue=0,000 : $p<0,05$). Yani müşterilerin yaşlarına göre kredi kartı tercih nedenleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile yaş dağılımları arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki birinci (H1) hipotezi tablo 45 ile doğrulanmıştır. Yani H1 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin gelir düzeylerine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 46’da gösterilmiştir.

Tablo 46: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Gelir Düzeyiyle Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	<i>Gelir</i>				
Kredi kartını tercih etme nedenleri	0-1000	131	93,323	70	0,033
	1001-2000	90			
	2001-3000	84			
	3001-4000	47			
	4001-5000	38			
	5001 ve üzeri	30			

Tablo 46’da görüldüğü üzere AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin yaş düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=93,323 ; Pvalue=0,033 : $p<0,05$). Yani müşterilerin gelirlerine göre kredi kartı tercih nedenleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki ikinci (H2) hipotezi tablo 46 ile doğrulanmıştır. Yani H2 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin gelir düzeylerine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 47’de gösterilmiştir.

Tablo 47: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Kredi Kartı Kullanım Türüne Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	Kullanım Amacı				
Kredi kartını tercih etme nedenleri	Alışveriş	224			
	Para Çekme	19	46,011	28	0,017
	İkisi Birden	177			

Tablo 47’de görüldüğü üzere AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin kredi kartı kullanım türü arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=46,011 ; Pvalue=0,033 : $p<0,05$). Yani müşterilerin kredi kartı kullanım türlerine göre kredi kartı tercih nedenleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki üçüncü (H3) hipotezi tablo 47 ile doğrulanmıştır. Yani H3 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin sahip olunan kredi kartı markasına bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 48’de gösterilmiştir.

Tablo 48: Kredi Kartı Tercih Nedenlerinin Kredi Kartı Markasına Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	Kredi Kartı Çeşidi				
Kredi kartını tercih etme nedenleri	Visa	95			
	Mastercard	115			
	Visa-Mastercard	143	59,022	42	0,042
	Diğer	67			

Tablo 48’de görüldüğü üzere sahip olunan kredi kartı markası ile kredi kartı kullanmaya yönelik tercih nedenleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=59,022 ; Pvalue=0,042 : $p<0,05$). Yani müşterilerin kredi kartı markasına göre kredi kartı tercih nedenleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “Sahip olunan kredi kartı markası ile kredi kartı kullanmaya yönelik tercih nedenleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki dördüncü (H4) hipotezi tablo 48 ile doğrulanmıştır. Yani H4 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı kullanımının arasında kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 49’da gösterilmiştir.

Tablo 49: Kredi Kartı Kullanımının Kredi Kartına Duyulan Memnun Olma Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>		<i>Gruplar</i>		<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
		Memnun Olma Düzeyi		Toplam			
		Memnun	Memnun değil				
Kredi kartı kullanımı	Kullanıyor	244	144	358			
	Kullanmıyor	14	48	62	46,329	1	0,000
	Toplam	258	162	420			

Tablo 49’da görüldüğü üzere kredi kartı kullanımı ile kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=46,329 ; Pvalue=0,000 : $p<0,05$). Yani kredi kartını kullanan veya kullanmayan müşterilerin kredi kartına duydukları memnuniyetlik düzeyi farklılık gösterecektir. Dolayısıyla kredi kartı kullanmaktan memnunluk duyan birey kredi kartını daha fazla kullanmaya meyil gösterecektir. Bu durumda araştırmanın “Kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyi ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki onuncu (H10) hipotezi tablo 49 ile doğrulanmıştır. Yani H10 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı kullanımının arasında kredi kartına duyulan risk düzeyine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 50’de gösterilmiştir.

Tablo 50: Kredi Kartı Kullanımının Kredi Kartına Duyulan Risk Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>x²</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>
	Risk Düzeyi	Toplam			
Kredi kartı kullanımı		Riskli	Riskli değil	Kısmen	
Kullanıyor		143	51	164	358
Kullanmıyor		32	5	25	62
Toplam		175	56	189	420

Tablo 50’de görüldüğü üzere kredi kartı kullanımı ile kredi kartına duyulan risk düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (χ^2 hes=3,595 ; Pvalue=0,166 : $p>0,05$). Dolayısıyla kredi kartı, hem kullanan hem de kullanmayan çoğu müşteri açısından riskli bulunmasına rağmen kredi kartı kullanımı her geçen gün artış kazanmakta ve risklilik payı onun kullanımını azaltmamaktadır. Bu durumda araştırmanın “Kredi kartına duyulan risk olasılığı ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki on birinci (H11) hipotezi tablo 50 ile doğrulanamamıştır. Yani H11 hipotezi red edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenmenin eğitim düzeyine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 51’de gösterilmiştir.

Tablo 51: Kredi Kartıyla İlgili Yenilikleri Öğrenme Şeklinin Eğitim Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	Eğitim düzeyi				
	İlkokul/ortaokul	12			
	Lise	77			
	Önlisans	79			
Kredi kartıyla ilgili	Lisans	198	121,670	70	0,000
yeniliklerin öğrenilme şekli	Yüksek Lisans	49			
	Doktora	5			

Tablo 51’de görüldüğü üzere AVM müşterilerinin kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme şekli ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=121,670 ; Pvalue=0,000 : $p<0,05$). Yani müşterilerin kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme yolları eğitim seviyelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “Kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme şekli ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki dokuzuncu (H9) hipotezi tablo 51 ile doğrulanmıştır. Yani H9 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartıyla yaptıkları harcamaların gelir düzeyine bağlı olup olmadığını belirlemek üzere yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonuçları Tablo 52’de gösterilmiştir.

Tablo 52: Kredi Kartıyla Yaptıkları Harcamaların Gelir Düzeyine Bağımlı Olup Olmadığını Belirlemek Amacıyla Yapılan Ki-Kare (Chi-Square) Testi

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	χ^2	<i>sd</i>	<i>p</i>
	GELİR				
	0-1000	131			
	1001-2000	90			
Kredi kartıyla yapılan harcamalar	2001-3000	84	236,560	20	0,000
	3001-4000	47			
	4001-5000	38			
	5001 ve üzeri	30			

Tablo 52’de görüldüğü üzere AVM müşterilerinin kredi kartıyla yapılan harcamalar ile gelir düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (χ^2 hes=236,560 ; Pvalue=0,000 : $p<0,05$). Yani müşterilerin gelir düzeylerine göre kredi kartıyla yaptıkları harcamalar anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin gelir düzeyleri ile kredi kartıyla yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki beşinci (H5) hipotezi tablo 52 ile doğrulanmıştır. Yani H5 hipotezi kabul edilmiştir.

3.5.4. T Testi & One Way ANOVA Testi Sonuçları

Tek yönlü varyans analizi, iki bağımsız grup için yapılan bağımsız grup t testi analizinin ikiden fazla grup için genelleştirilerek bir faktör çatısı altında, ikiden fazla bağımsız grup ile bu bağımsız değişkenlerden etkileneceği düşünülen bir bağımlı grubun ortalamalarının karşılaştırılması için kullanılmaktadır. Bu başlık altında, AVM müşterilerinin kredi kartı ve kredi kartına kıyas olarak açık hesap tutum ölçeklerinin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre önemli bir farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla araştırma verilerine Bağımsız Grup T Testi ile Varyans (ANOVA) Analizi uygulanmış ve kredi kartı tutum ölçeği ile açık hesap tutum ölçeği arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla İlişkili T Testi uygulanarak istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır.

Kredi kartı ile açık hesap tutum ölçeğinin cinsiyet değişkenine göre önemli bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonuçları tablo 53’te gösterilmiştir.

Tablo 53: Kredi Kartı İle Açık Hesap Tutum Ölçeğinin Cinsiyet Değişkenine Göre Önemli Bir Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan T Testi Sonuçları

<i>Puan</i>	<i>Gruplar</i>	<i>l</i>	<i>t testi</i>		
			<i>T</i>	<i>Sd</i>	<i>P</i>
Kredi Kartı	Bayan	130	3,02	0,59	0,304 418 0,761
	Erkek	290	3,00	0,54	
Açık Hesap	Bayan	15	2,97	0,83	-0,211 0,83 0,833
	Erkek	70	3,01	0,62	

Tablo 53'te görüldüğü üzere bağımsız grup t testi sonucuna göre 420 katılımcının kredi kartı kullanımına ilişkin görüşleri arasında cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunamamıştır ($t=0,304$; $p>0,05$). Bayan müşterilerin kredi kartı kullanımına ilişkin görüşlerinin ortalaması ile ($Ort=3,02$; $Ss=0,59$) erkek müşterilerin kredi kartı kullanımına ilişkin görüşlerinin ortalaması ($Ort=3,00$; $Ss=0,54$) neredeyse eşit düzeyde çıkmıştır. Bu sonuçlar, bayan ve erkeklerin kredi kartı kullanımına dair benzer görüşler sergilediklerini göstermektedir. Diğer bir ölçek olan açık hesap kullanımına ilişkin 85 müşterinin verdikleri yanıtlar çerçevesinde açık hesap kullanımıyla ilgili görüşler ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır ($t=-0,211$; $p>0,05$). Dolayısıyla hem bayanların hem de erkeklerin kredi kartı ve açık hesap kullanımına ilişkin benzer görüşler sergiledikleri söylenebilir.

Kredi kartı tutum ölçeğinin demografik ve sosyoekonomik değişkenlere göre önemli bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları tablo 54'te gösterilmiştir.

Tablo 54: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Demografik Ve Sosyo-ekonomik Değişkenlere Göre Önemli Bir Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

<i>f , $\bar{x}$ ve SS Değerleri</i>					<i>ANOVA Sonuçları</i>					
<i>Puan</i>	<i>Grup</i>				<i>Var. K.</i>	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Medeni Hal										
Kredi Kartı	Evli	179	3,03	0,54	G.Arası	0,246	2	123	0,391	0,677
	Bekar	227	3,00	0,57	G.İçi	131,357	417	0,315		
	Dul/Boş	14	2,90	0,48	Toplam	131,603	419			
Yaş										
Kredi Kartı	18-24	130	2,99	0,60	G.Arası	0,797	4	0,199	0,632	0,640
	25-35	157	3,00	0,53	G.İçi	130,806	415	0,315		
	36-45	76	2,97	0,54	Toplam	131,603	419			
	46-55	44	3,11	0,53						
	56 ve üzeri	13	3,11	0,65						
Eğitim Düzeyi										
Kredi Kartı	İlkokul/Ortaokul	12	3,02	0,77	G.Arası	2,730	5	0,546	1,754	0,121
	Lise	77	2,88	0,58	G.İçi	128,873	414	0,311		
	Önlisans	79	3,09	0,57	Toplam	131,603	419			
	Lisans	198	3,02	0,54						
	Yüksek Lisans	49	2,99	0,49						
	Doktora	5	3,41	0,35						
Gelir Düzeyi										
Kredi Kartı	0-1000	131	2,99	0,59	G.Arası	0,469	5	0,094	0,296	0,915
	1001-2000	90	2,99	0,60	G.İçi	131,134	414	0,317		
	2001-3000	84	3,02	0,48	Toplam	131,603	419			
	3001-4000	47	3,00	0,51						
	4001-5000	38	3,00	0,56						
	5000 ve üzeri	30	3,12	0,53						
Meslek										
Kredi Kartı	Kamu Sektörü	133	3,07	0,52	G.Arası	1,098	5	0,220	0,697	0,626
	Özel Sektör	89	3,01	0,57	G.İçi	130,505	414	0,315		
	Esnaf/serbest Meslek	34	2,91	0,62	Toplam	131,603	419			
	Öğrenci	131	2,98	0,58						
	Emekli	14	3,02	0,45						
	Çalışmıyor	19	2,90	0,47						

Pvalue<0,05

Tablo 54’te görüldüğü üzere kredi kartı tutum ölçeğinin demografik ve sosyo-ekonomik değişkenlere göre önemli bir farklılık göstermediği istatistiksel anlamda tespit edilmiştir. Müşterilerin medeni hallerine göre kredi kartına olan görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,391$; $p>0,677$), müşterilerin yaşlarına göre kredi kartına olan görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,632$; $p>0,640$), müşterilerin eğitim seviyelerine göre kredi kartına olan görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=1,754$; $p>0,121$), müşterilerin gelirlerine göre kredi kartına olan görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,296$; $p>0,915$), müşterilerin mesleklerine göre kredi kartına olan görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,697$; $p>0,626$) bulguları elde edilmiştir.

Dolayısıyla müşterilerin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitimi, geliri, mesleği ne olursa olsun kredi kartı kullanımı ile ilgili benzer davranışlar sergiledikleri ortaya koyulmuştur. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasında anlamlı bir fark vardır” şeklindeki on üçüncü (H13) hipotezi tablo 53’teki cinsiyet değişkeni ve tablo 54 diğer değişkenler ile doğrulanamamıştır. Yani H13 hipotezi red edilmiştir.

Yapılan değerlendirmeler neticesinde evli olanların evli olmayanlara göre kredi kartı kullanımına ilişkin tutumları daha yüksek düzeyde, 46 ile 55 yaş ve daha üzeri yaştaki bireylerin gençlere oranla daha yüksek düzeyde, lisan üstü eğitim seviyesinde olan bireylerin lise eğitiminde olanlara göre daha yüksek düzeyde, kredi kartı kullanmaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olanların finansman kaynağı olarak düşük gelirlilerin aksine orta ve yüksek gelire mensup olduğu, son olarak çalışan ve emekli kesimin kredi kartı kullanımına ilişkin tutumların esnaf ve çalışmayanlara göre daha yüksek düzeyde olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 55: Açık Hesap Tutum Ölçeğinin Demografik ve Sosyo-ekonomik Değişkenlere Göre Önemli Bir Farklılık Gösterip Göstermediğini Belirlemek Amacıyla Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

<i>f, $\bar{x}$ ve ss Değerleri</i>					<i>ANOVA Sonuçları</i>					
<i>Puan</i>	<i>Grup</i>				<i>Var. K.</i>	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Medeni Hal										
Açık Hesap	Evli	36	3,09	0,66	G.Arası	0,757	2	0,378	0,869	0,423
	Bekar	46	2,63	0,66	G.İçi	35,683	82	0,435		
	Dul/Boş	3	3,00	0,59	Toplam	36,440	85			
Yaş										
Açık Hesap	18-24	28	2,89	0,66	G.Arası	0,809	4	0,202	0,454	0,769
	25-35	28	3,07	0,57	G.İçi	35,631	80	0,445		
	36-45	15	3,07	0,85	Toplam	36,440	84			
	46-55	11	2,95	0,57						
	56 ve üzeri	3	3,27	0,77						
Eğitim Düzeyi										
Açık Hesap	İlkokul/Ortaokul	3	3,33	0,05	G.Arası	2,763	4	0,691	1,641	0,172
	Lise	19	2,84	0,63	G.İçi	33,677	80	0,421		
	Önlisans	16	2,96	0,63	Toplam	36,440	84			
	Lisans	39	3,15	0,68						
	Yüksek Lisans	8	2,64	0,57						
Gelir Düzeyi										
Açık Hesap	0-1000	22	2,95	0,77	G.Arası	0,599	5	0,120	0,264	0,931
	1001-2000	22	3,00	0,55	G.İçi	35,841	79	0,454		
	2001-3000	13	3,17	0,53	Toplam	36,440	84			
	3001-4000	9	2,87	0,81						
	4001-5000	12	3,01	0,82						
	5000 ve üzeri	7	3,05	0,35						
Meslek										
Açık Hesap	Kamu Sektörü	19	2,90	0,75	G.Arası	1,0174	5	0,203	0,454	0,810
	Özel Sektör	24	3,02	0,74	G.İçi	35,423	79	0,448		
	Esnaf/serbest Meslek	11	3,20	0,35	Toplam	36,440	84			
	Öğrenci	25	2,99	0,65						
	Emekli	4	3,15	0,30						
	Çalışmıyor	2	2,63	0,77						
Pvalue<0,05										

Tablo 55’te görüldüğü üzere açık hesap tutum ölçeğinin demografik ve sosyo-ekonomik değişkenlere göre önemli bir farklılık göstermediği istatistiksel anlamda tespit edilmiştir. Müşterilerin medeni hallerine göre açık hesaba ilişkin görüş, tutum ve

davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,869$; $p>0,423$), müşterilerin yaşlarına göre açık hesaba ilişkin görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,454$; $p>0,769$), müşterilerin eğitim seviyelerine göre açık hesaba ilişkin görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=1,641$; $p>0,172$), müşterilerin gelirlerine göre açık hesaba ilişkin görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği ($F=0,264$; $p>0,931$), müşterilerin mesleklerine göre açık hesaba ilişkin görüş, tutum ve davranışlarında anlamlı bir farklılık göstermediği($F=0,454$; $p>0,810$) bulguları elde edilmiştir.

Sonuç olarak müşterilerin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitimi, geliri, mesleği ne olursa olsun açık hesaba ilişkin benzer görüşler sergiledikleri, görüşlerinde anlamlı derecede bir farklılık olmadığı ortaya koyulmuştur.

Evli olanların bekarlara göre açık hesap kullanımına ilişkin tutumları daha yüksek düzeyde, orta yaş ve daha üzeri yaştaki bireylerin gençlere oranla daha yüksek düzeyde, eğitim seviyesi düşük olan bireylerin lisans üstü eğitiminde olanlara göre açık hesap kullanımına dair tutumları daha yüksek düzeyde, açık hesaba ilişkin tutumların yüksek düzeyde olanların finansman kaynağı olarak 2001-3000 gelire mensup olduğu, son olarak esnaf ve serbest meslek sahibi olan kesimin açık hesap kullanmaya dair tutumların çalışmayanlara göre daha yüksek düzeyde olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 56-57-58-59-60-61’de AVM müşterilerinin kredi kartı kullanım alanları ile demografik ve sosyoekonomik özellikler arasında farklılıkların olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 56: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Cinsiyet Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

f , $\bar{x}$ ve SS Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Sorular	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaç tane bankada hesabınız var?	Bayan	130	1,50	0,50	G.Arası	7,003	1	7,003	19,728	0,000
	Erkek	290	1,77	0,63	G.İçi	143,376	418	0,355		
					Toplam	155,379	419			
Kredi kartını kullanıyor musunuz?	Bayan	130	1,17	0,37	G.Arası	0,088	1	0,088	0,697	0,404
	Erkek	290	1,14	0,34	G.İçi	52,760	418	0,126		
					Toplam	52,848	419			
Kredi kart sayınız?	Bayan	130	1,57	0,74	G.Arası	3,310	1	3,310	4,920	0,027
	Erkek	290	1,76	0,85	G.İçi	281,251	418	0,673		
					Toplam	284,562	419			
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	Bayan	130	2,18	0,77	G.Arası	8,542	1	8,542	15,521	0,000
	Erkek	290	2,49	0,72	G.İçi	230,055	418	0,550		
					Toplam	238,598	419			
Kredi kartı kullanım türünüz?	Bayan	130	1,78	0,94	G.Arası	2,016	1	2,016	2,140	0,144
	Erkek	290	1,93	0,98	G.İçi	393,724	418	0,942		
					Toplam	395,740	419			
Kullanılan kredi kartı markası	Bayan	130	2,50	1,06	G.Arası	0,837	1	0,837	0,820	0,366
	Erkek	290	2,40	0,98	G.İçi	426,297	418	1,020		
					Toplam	427,133	419			
Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?	Bayan	130	1,98	0,91	G.Arası	5,930	1	5,930	7,570	0,006
	Erkek	290	1,72	0,87	G.İçi	327,449	418	0,783		
					Toplam	333,379	419			
Kredi kart limitleriniz?	Bayan	130	1,97	1,20	G.Arası	37,600	1	37,600	19,238	0,000
	Erkek	290	2,62	1,47	G.İçi	816,962	418	1,954		
					Toplam	854,562	419			
Kredi kart ile yapılan harcamalara yönelik aylık tutar?	Bayan	130	1,35	0,59	G.Arası	8,150	1	8,150	11,235	0,001
	Erkek	290	1,65	0,94	G.İçi	303,240	418	0,750		
					Toplam	311,390	419			
Ek kart kullanıyor musunuz?	Bayan	130	1,78	0,41	G.Arası	0,002	1	0,002	0,014	0,907
	Erkek	290	1,79	0,40	G.İçi	70,138	418	0,168		
					Toplam	70,140	419			
Kredi kartına uygulanan faiz oranını biliyor musunuz?	Bayan	130	1,43	0,49	G.Arası	0,314	1	0,314	1,309	0,253
	Erkek	290	1,37	0,48	G.İçi	100,284	418	0,240		
					Toplam	100,598	419			
Kredi kartı kullanmak riskli midir?	Bayan	130	2,13	0,93	G.Arası	1,787	1	0,382	1,612	0,151
	Erkek	290	1,98	0,92	G.İçi	361,746	418	0,237		
					Toplam	363,533	419			
Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?	Bayan	130	1,43	0,50	G.Arası	0,382	1	0,382	1,612	0,205
	Erkek	290	1,36	0,48	G.İçi	99,132	418	0,237		
					Toplam	99,514	419			

Pvalue<0,05

Tablo 56’da görüldüğü üzere müşterilerin kredi kartı kullanım alanlarında “hesabı bulunan banka sayısı” (F=19,728; p>0,000), “kredi kart sayısı” (F=4,920; p>0,027), “kredi kartı kullanım süresi” (F=15,521; p>0,000), “aylık kart borçlarının

ödenme tutarı” ($F=7,570$; $p>0,006$), “kredi kart limitleri” ($F=19,238$; $p>0,000$) ve “kredi kartıyla yapılan harcamalara yönelik aylık tutarı” ($F=11,235$; $p>0,001$) ile cinsiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Şöyle ki erkeklerin daha fazla bankada hesapları olduğu, bayanların sahip oldukları kredi kartlarını daha fazla kullandıkları, erkeklerin aile sorumluluğunda oldukları ve ebeveyn olarak ek kart kullanabildiklerini de düşünürsek daha fazla kredi kartına sahip oldukları, erkeklerin daha uzun sürede kredi kartını kullanıp hem alışveriş hem para çekme gibi daha fazla harcama alanlarında kullandıkları, bayanların kredi kartı markasına daha çok önem verdikleri, aylık kart borçlarının ödenmesinde bayanların daha dikkat ettikleri, erkeklerin daha fazla limitli kart kullandıkları, kredi kartıyla yapılan harcamalara erkeklerin daha fazla yer verdikleri, erkeklerin daha fazla ek kart kullandıkları, kredi kartı borcuna işletilecek faizden daha çok bayanların farkında olduğu, bayanların kredi kartını daha riskli buldukları ve daha çok bayanların kredi kartından memnun oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 57: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Medeni Durum Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

Sorular	Medeni Hal	f , $\bar{x}$ ve ss Değerleri				ANOVA Sonuçları				
		N	$\bar{x}$	Ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaç tane bankada hesabınız var?	Evli	179	1,73	0,56	G.Arası	0,481	2	0,240	0,647	0,524
	Bekar	227	1,66	0,62	G.İçi	154,898	417	0,371		
	Dul/Boş	14	1,64	0,84	Toplam	155,379	419			
Kredi kartını kullanıyor musunuz?	Evli	179	1,07	0,25	G.Arası	2,088	2	1,044	8,575	0,000
	Bekar	227	1,21	0,40	G.İçi	50,760	417	0,122		
	Dul/Boş	14	1,14	0,36	Toplam	52,848	419			
Kredi kart sayınız?	Evli	179	1,88	0,86	G.Arası	11,135	2	5,568	8,491	0,000
	Bekar	227	1,55	0,75	G.İçi	273,427	417	0,656		
	Dul/Boş	14	1,85	0,94	Toplam	284,562	419			
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	Evli	179	2,79	0,49	G.Arası	52,611	2	26,305	58,979	0,000
	Bekar	227	2,07	0,77	G.İçi	185,987	417	0,446		
	Dul/Boş	14	2,50	0,75	Toplam	238,598	419			
Kredi kartı kullanım türünüz?	Evli	179	1,74	0,96	G.Arası	6,887	2	3,444	3,693	0,026
	Bekar	227	1,99	0,97	G.İçi	388,853	417	0,933		
	Dul/Boş	14	2,14	0,94	Toplam	395,740	419			
Kullanılan kredi kartı markası	Evli	179	2,40	0,99	G.Arası	0,874	2	0,437	0,428	0,652
	Bekar	227	2,47	1,01	G.İçi	426,259	417	1,022		
	Dul/Boş	14	2,29	1,06	Toplam	427,133	419			
Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?	Evli	179	1,60	0,85	G.Arası	13,887	2	6,943	9,063	0,000
	Bekar	227	1,93	0,88	G.İçi	319,492	417	0,766		
	Dul/Boş	14	2,28	0,99	Toplam	333,379	419			
Kredi kart limitleriniz?	Evli	179	3,18	1,30	G.Arası	187,988	2	93,994	58,801	0,000
	Bekar	227	1,81	1,21	G.İçi	666,574	417	1,598		
	Dul/Boş	14	2,57	1,45	Toplam	854,562	419			
Kredi kart ile yapılan harcamalara yönelik aylık tutar?	Evli	179	1,82	0,92	G.Arası	23,556	2	11,778	17,063	0,000
	Bekar	227	1,34	0,74	G.İçi	287,835	417	0,690		
	Dul/Boş	14	1,78	0,89	Toplam	311,390	419			
Ek kart kullanıyor musunuz?	Evli	179	1,72	0,92	G.Arası	1,326	2	0,663	4,017	0,019
	Bekar	227	1,82	0,74	G.İçi	68,815	417	0,165		
	Dul/Boş	14	1,92	0,89	Toplam	70,140	419			
Kredi kartına uygulanan faiz oranını biliyor musunuz?	Evli	179	1,39	0,49	G.Arası	1,484	2	0,742	3,122	0,045
	Bekar	227	1,37	0,48	G.İçi	99,114	417	0,238		
	Dul/Boş	14	1,71	0,46	Toplam	100,598	419			
Kredi kartı kullanmak riskli midir?	Evli	179	2,07	0,93	G.Arası	3,265	2	1,632	1,889	0,152
	Bekar	227	2,03	0,92	G.İçi	360,269	417	0,864		
	Dul/Boş	14	1,57	0,85	Toplam	363,533	419			
Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?	Evli	179	1,30	0,46	G.Arası	2,767	2	1,383	5,963	0,003
	Bekar	227	1,43	0,49	G.İçi	96,748	417	0,232		
	Dul/Boş	14	1,62	0,49	Toplam	99,514	419			

Pvalue<0,05

Tablo 57’de görüldüğü üzere müşterilerin kredi kartı sahipliğinde “kredi kartı kullanım durumu” ($F=8,575$; $p>0,000$), “kredi kart sayısı” ($F=8,491$; $p>0,000$), “kredi kartı kullanım süresi” ($F=58,979$; $p>0,000$), “kredi kartı kullanım türü” ($F=3,693$; $p>0,026$), “aylık kart borçlarının ödenme tutarı” ($F=9,063$; $p>0,000$), “kredi kart limitleri” ($F=58,801$; $p>0,000$), “kredi kartıyla yapılan harcamalara yönelik aylık tutarı” ($F=17,063$; $p>0,000$), “ek kart kullanım durumu” ($F=4,017$; $p>0,019$), “kredi kartına uygulanan faiz oranına olan farkındalık” ($F=3,122$; $p>0,045$) ve “kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyi” ($F=5,963$; $p>0,003$) ile medeni durumları bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Dolayısıyla evlilerin evli olmayanlara göre daha fazla bankada hesapları olduğu, bekarların evli olanlara göre sahip oldukları kredi kartlarını daha fazla kullandıkları, evlilerin bekarlara göre aile sorumluluğunda ve birden fazla bireye sahip olduklarını düşünürsek daha fazla kredi kartına sahip oldukları, buna bağlı olarak evlilerin bekarlara göre daha uzun sürede kredi kartını kullandığı, evli olmayanların kredi kartını evlilere göre hem alışveriş hem para çekme gibi daha fazla harcama alanlarında kullandıkları, bekarların kredi kartı markasına daha çok önem verdikleri, evli olmayanların aylık kart borçlarının ödenmesinde evlilere göre daha dikkat ettikleri, evlilerin daha fazla limitli kart kullandıkları, evlilerin daha çok kredi kartıyla harcama yaptıkları, dul veya boşanmış olanların daha fazla ek kart kullandıkları, evli olmayanların kredi kartı borcuna işletilecek faizden daha çok farkında oldukları, evlilerin kredi kartını daha riskli bulduğu ve daha çok evli olmayanların kredi kartından daha memnun oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 58: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Yaş Düzeyi Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

		f , $\bar{X}$ ve SS Değerleri				ANOVA Sonuçları				
Sorular	Yaş	N	$\bar{X}$	Ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaç tane bankada hesabınız var?	18-24	130	1,66	0,57	G.Arası	3,130	4	0,782	2,133	0,076
	25-35	157	1,68	0,67	G.İçi	152,249	415	0,367		
	36-45	76	1,85	0,50	Toplam	155,379	419			
	46-55	44	1,56	0,58						
	56 ve üz	13	1,53	0,51						
Kredi kartını kullanıyor musunuz?	18-24	130	1,23	0,42	G.Arası	1,863	4	0,466	3,791	0,005
	25-35	157	1,15	0,35	G.İçi	50,985	415	0,123		
	36-45	76	1,05	0,22	Toplam	52,848	419			
	46-55	44	1,07	0,25						
	56 ve üz	13	1,15	0,37						
Kredi kart sayınız?	18-24	130	1,50	0,74	G.Arası	11,363	4	2,841	4,315	0,002
	25-35	157	1,72	0,80	G.İçi	273,199	415	0,658		
	36-45	76	1,98	0,88	Toplam	284,562	419			
	46-55	44	1,77	0,91						
	56 ve üz	13	1,69	0,63						
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	18-24	130	1,77	0,72	G.Arası	80,903	4	20,226	53,228	0,000
	25-35	157	2,52	0,64	G.İçi	157,694	415	0,380		
	36-45	76	2,84	0,43	Toplam	238,598	419			
	46-55	44	2,84	0,47						
	56 ve üz	13	3,00	0,00						
Kredi kartı kullanım türünüz?	18-24	130	2,05	0,95	G.Arası	6,402	4	1,601	1,706	0,148
	25-35	157	1,87	0,98	G.İçi	389,338	415	0,938		
	36-45	76	1,78	0,97	Toplam	395,740	419			
	46-55	44	1,75	0,96						
	56 ve üz	13	1,62	0,96						
Kullanılan kredi kartı markası	18-24	130	2,51	1,03	G.Arası	4,626	4	1,156	1,136	0,339
	25-35	157	2,48	1,04	G.İçi	422,508	415	1,018		
	36-45	76	2,37	0,86	Toplam	427,133	419			
	46-55	44	2,30	1,02						
	56 ve üz	13	2,00	1,08						
Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?	18-24	130	2,02	0,91	G.Arası	18,490	4	4,622	6,092	0,000
	25-35	157	1,75	0,83	G.İçi	314,889	415	0,759		
	36-45	76	1,47	0,77	Toplam	333,379	419			
	46-55	44	2,02	0,95						
	56 ve üz	13	1,46	1,12						
Kredi kart limitleriniz?	18-24	130	1,43	0,90	G.Arası	204,178	4	51,044	32,571	0,000
	25-35	157	2,61	1,46	G.İçi	650,384	415	1,567		
	36-45	76	3,15	1,13	Toplam	854,562	419			
	46-55	44	3,11	1,38						
	56 ve üz	13	3,30	1,60						

Kredi kart ile yapılan harcamalara yönelik aylık tutar?	18-24	130	1,19	0,59	G.Arası	29,038	4	7,260	10,670	0,000
	25-35	157	1,64	0,89	G.İçi	282,352	415	0,680		
	36-45	76	1,81	0,82	Toplam	311,390	419			
	46-55	44	1,90	1,09						
	56 ve üz	13	1,61	0,86						
Ek kart kullanıyor musunuz?	18-24	130	1,84	0,36	G.Arası	1,215	4	0,304	1,829	0,122
	25-35	157	1,77	0,41	G.İçi	68,925	415	0,166		
	36-45	76	1,71	0,45	Toplam	70,140	419			
	46-55	44	1,75	0,43						
	56 ve üz	13	1,92	0,27						
Kredi kartına uygulanan faiz oranını biliyor musunuz?	18-24	130	1,43	0,49	G.Arası	2,136	4	0,534	2,251	0,063
	25-35	157	1,35	0,47	G.İçi	98,461	415	0,237		
	36-45	76	1,34	0,47	Toplam	100,598	419			
	46-55	44	1,47	0,50						
	56 ve üz	13	1,69	0,48						
Kredi kartı kullanmak riskli midir?	18-24	130	2,00	0,91	G.Arası	1,068	4	0,267	0,306	0,874
	25-35	157	2,08	0,93	G.İçi	362,465	415	0,873		
	36-45	76	2,03	0,95	Toplam	363,533	419			
	46-55	44	1,95	0,93						
	56 ve üz	13	1,92	0,95						
Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?	18-24	130	1,47	0,50	G.Arası	1,980	4	0,495	2,106	0,079
	25-35	157	1,37	0,48	G.İçi	97,534	415	0,235		
	36-45	76	1,30	0,46	Toplam	99,514	419			
	46-55	44	1,29	0,46						
	56 ve üzeri	13	1,38	0,50						

Pvalue<0,05

Tablo 58’de görüldüğü üzere müşterilerin kredi kartı sahipliğinde “kredi kartı kullanım durumu” ($F=3,791$; $p>0,005$), “kredi kart sayısı” ($F=4,315$; $p>0,002$), “kredi kartı kullanım süresi” ($F=53,228$; $p>0,000$), “aylık kart borçlarının ödenme tutarı” ($F=6,092$; $p>0,000$), “kredi kart limitleri” ($F=32,571$; $p>0,000$), “kredi kartıyla yapılan harcamalara yönelik aylık tutarı” ($F=10,670$; $p>0,000$), “ek kart kullanım durumu” ($F=4,017$; $p>0,019$), “kredi kartına uygulanan faiz oranına olan farkındalık” ($F=3,122$; $p>0,045$) ve “kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyi” ($F=5,963$; $p>0,003$) ile yaş düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Neticede 36-45 yaştaki bireylerin 56 ve üzeri yaştakilere göre daha fazla bankada hesapları olduğu, 18-24 grubundaki gençlerin 36-45 grubundaki orta yaş bireylere göre sahip oldukları kredi kartlarını daha fazla kullandıkları, 36-45 orta yaşlarındaki bireylerin 18-24 yaş genç grubuna göre daha fazla kredi kartına sahip

oldukları, 56 ve üzeri yaştaki bireylerin 18-24 yaş genç grubuna göre daha uzun sürede kredi kartını kullandığı, gençlerin kredi kartını orta yaş ve üzeri grubuna göre hem alışveriş hem para çekme gibi daha fazla harcama alanlarında kullandıkları, gençlerin kredi kartı markasına daha çok önem verdikleri, gençlerin aylık kart borçlarının ödenmesinde 56 ve üzeri yaşlara göre daha dikkat ettikleri, orta yaş ve üzeri grubundaki bireylerin gençlere göre daha fazla limitli kart kullandıkları ve daha çok kredi kartıyla harcama yaptıkları, 56 yaş ve üzerindeki bireylerin genç ve orta yaştaki bireylere daha fazla ek kart kullandıkları ve kredi kartı borcuna işletilecek faizden daha çok farkında oldukları, gençlerin kredi kartını daha riskli bulduğu ve orta yaş ve üzerindeki bireylere göre kredi kartından daha memnun oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 59: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Eğitim Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

		<i>f</i> , $\bar{X}$ ve <i>SS</i> Değerleri				ANOVA Sonuçları				
Sorular	Eğitim	N	$\bar{X}$	Ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaç tane bankada hesabınız var?	İlkokul/Ortaokul	12	1,33	0,49	G.Arası	11,294	5	2,259	6,490	0,000
	Lise	77	1,55	0,49	G.İçi	144,085	414	0,348		
	Önlisans	79	1,62	0,60	Toplam	155,379	419			
	Lisans	198	1,69	0,60						
	Yüksek Lisans	49	2,06	0,65						
	Doktora	5	2,20	0,44						
Kredi kartını kullanıyor musunuz?	İlkokul/Ortaokul	12	1,33	0,49	G.Arası	1,265	5	0,253	2,031	0,073
	Lise	77	1,17	0,37	G.İçi	51,582	414	0,125		
	Önlisans	79	1,06	0,24	Toplam	52,848	419			
	Lisans	198	1,17	0,37						
	Yüksek Lisans	49	1,12	0,33						
	Doktora	5	1,00	0,00						
Kredi kart sayınız?	İlkokul/Ortaokul	12	1,50	0,79	G.Arası	13,474	5	2,695	4,116	0,001
	Lise	77	1,63	0,82	G.İçi	271,087	414	0,655		
	Önlisans	79	1,77	0,78	Toplam	284,562	419			
	Lisans	198	1,62	0,80						
	Yüksek Lisans	49	2,02	0,85						
	Doktora	5	2,80	0,83						
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	İlkokul/Ortaokul	12	2,66	0,49	G.Arası	18,077	5	3,615	6,787	0,000
	Lise	77	2,61	0,69	G.İçi	220,521	414	0,533		
	Önlisans	79	2,41	0,77	Toplam	238,598	419			
	Lisans	198	2,20	0,78						
	Yüksek Lisans	49	2,69	0,54						
	Doktora	5	3,00	0,00						
Kredi kartı kullanım türünüz?	İlkokul/Ortaokul	12	2,17	1,03	G.Arası	5,152	5	1,030	1,092	0,364
	Lise	77	1,95	0,99	G.İçi	390,588	414	0,943		
	Önlisans	79	1,71	0,93	Toplam	395,740	419			
	Lisans	198	1,95	0,96						
	Yüksek Lisans	49	1,78	0,98						
	Doktora	5	1,80	1,09						

Kullanılan kredi kartı markası	İlkokul/Ortaokul	12	2,17	0,83	G.Arası	8,729	5	1,746	1,727	0,127
	Lise	77	2,34	1,14	G.İçi	418,404	414	1,011		
	Önlisans	79	2,22	1,02	Toplam	727,133	419			
	Lisans	198	2,54	0,99						
	Yüksek Lisans	49	2,55	0,84						
	Doktora	5	2,80	0,44						
Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?	İlkokul/Ortaokul	12	2,25	0,86	G.Arası	14,849	5	2,970	3,860	0,002
	Lise	77	1,89	0,94	G.İçi	318,529	414	0,769		
	Önlisans	79	1,86	0,94	Toplam	333,379	419			
	Lisans	198	1,84	0,87						
	Yüksek Lisans	49	1,36	0,69						
	Doktora	5	1,20	0,44						
Kredi kart limitleriniz ?	İlkokul/Ortaokul	12	1,91	1,16	G.Arası	115,980	5	2,970	3,860	0,000
	Lise	77	2,36	1,26	G.İçi	738,582	414	0,769		
	Önlisans	79	2,43	1,31	Toplam	854,562	419			
	Lisans	198	2,12	1,35						
	Yüksek Lisans	49	3,59	1,48						
	Doktora	5	4,80	0,44						
Kredi kart ile yapılan harcamalara yönelik aylık tutar?	İlkokul/Ortaokul	12	1,50	0,67	G.Arası	35,214	5	7,043	10,557	0,000
	Lise	77	1,48	0,75	G.İçi	276,177	414	0,667		
	Önlisans	79	1,49	0,86	Toplam	311,390	419			
	Lisans	198	1,45	0,78						
	Yüksek Lisans	49	2,04	0,99						
	Doktora	5	3,60	0,54						
Ek kart kullanıyor musunuz?	İlkokul/Ortaokul	12	1,75	0,45	G.Arası	2,181	5	0,436	2,658	0,022
	Lise	77	1,85	0,35	G.İçi	67,959	414	0,164		
	Önlisans	79	1,75	0,43	Toplam	70,140	419			
	Lisans	198	1,78	0,40						
	Yüksek Lisans	49	1,79	0,40						
	Doktora	5	1,20	0,44						
Kredi kartına uygulanan faiz oranını biliyor musunuz?	İlkokul/Ortaokul	12	1,58	0,51	G.Arası	1,486	5	0,297	1,241	0,289
	Lise	77	1,45	0,50	G.İçi	99,112	414	0,239		
	Önlisans	79	1,31	0,46	Toplam	100,598	419			
	Lisans	198	1,41	0,49						
	Yüksek Lisans	49	1,32	0,47						
	Doktora	5	1,40	0,54						
Kredi kartı kullanmak riskli midir?	İlkokul/Ortaokul	12	1,58	0,90	G.Arası	16,729	5	3,346	3,994	0,002
	Lise	77	1,74	0,87	G.İçi	346,804	414	0,838		
	Önlisans	79	1,89	0,92	Toplam	363,533	419			
	Lisans	198	2,17	0,92						
	Yüksek Lisans	49	2,22	0,91						
	Doktora	5	2,40	0,89						
Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?	İlkokul/Ortaokul	12	1,66	0,49	G.Arası	4,777	5	0,955	4,175	0,001
	Lise	77	1,38	0,49	G.İçi	94,737	414	0,229		
	Önlisans	79	1,30	0,46	Toplam	99,514	419			
	Lisans	198	1,45	0,49						
	Yüksek Lisans	49	1,20	0,40						
	Doktora		1,00	0,00						

Tablo 59’da görüldüğü üzere müşterilerin kredi kartı sahipliğinde “bankada bulunan hesap miktarı” ($F=6,490$; $p>0,000$), “kredi kart sayısı” ($F=4,116$; $p>0,001$), “kredi kartı kullanım süresi” ($F=6,787$; $p>0,000$), “aylık kart borçlarının ödenme tutarı” ($F=3,860$; $p>0,002$), “kredi kart limitleri” ($F=13,002$; $p>0,000$), “kredi kartıyla yapılan harcamalara yönelik aylık tutarı” ($F=10,557$; $p>0,000$), “ek kart kullanım durumu” ($F=2,658$; $p>0,022$), “kredi kartı kullanmanın risk oranı” ($F=3,994$; $p>0,002$) ve “kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyi” ($F=4,175$; $p>0,001$) ile eğitim düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Lisansüstü eğitim görenlerin eğitim seviyesi düşük olanlara göre daha fazla bankada hesapları olduğu, eğitim seviyesi düşük olanların lisansüstü eğitim görenlere göre sahip oldukları kredi kartlarını daha fazla kullandıkları, lisansüstü eğitim görenlerin eğitim seviyesi düşük olanlara göre sahip oldukları bilinç ve finansman kaynakları olan gelirlerini dikkate alırsak daha fazla kredi kartına sahip oldukları, lisansüstü eğitim görenlerin lisans eğitimi görenlere göre daha uzun sürede kredi kartını kullandığı, eğitim seviyesi düşük olanların önlisans eğitimi görenlere göre kredi kartını hem alışveriş hem para çekme gibi daha fazla harcama alanlarında kullandıkları, eğitim seviyesi yüksek olanların kredi kartı markasına daha çok önem verdikleri, eğitim seviyesi düşük olanların aylık kart borçlarının ödenmesinde daha dikkat ettikleri, lisansüstü eğitim görenlerin gelirleri dikkate alındığında daha fazla limitli kart kullandıkları, lisansüstü eğitim görenlerin lisans eğitimi görenlere göre daha çok kredi kartıyla harcama yaptıkları, lise eğitimi görenlerin daha fazla ek kart kullandıkları, eğitim seviyesi düşük olanların kredi kartı borcuna işletilecek faizden daha çok farkında oldukları, lisansüstü eğitim görenlerin kredi kartını daha riskli bulduğu ve eğitim seviyesi düşük olanların kredi kartından daha memnun oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 60: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Aylık Gelir Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

		$f, \bar{X}$ ve Ss Değerleri				ANOVA Sonuçları				
Sorular	Gelir	N	$\bar{X}$	Ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaç tane bankada hesabınız var?	0-1000	131	1,51	0,53	G.Arası	22,304	5	4,461	13,878	0,000
	1001-2000	90	1,68	0,55	G.İçi	133,074	414	0,321		
	2001-3000	84	1,59	0,60	Toplam	155,379	419			
	3001-4000	47	1,76	0,47						
	4001-5000	38	1,84	0,59						
	5001 ve üz	30	2,43	0,72						
Kredi kartını kullanıyor musunuz?	0-1000	131	1,27	0,44	G.Arası	3,438	5	0,688	5,761	0,000
	1001-2000	90	1,11	0,31	G.İçi	49,410	414	0,119		
	2001-3000	84	1,08	0,27	Toplam	52,848	419			
	3001-4000	47	1,13	0,33						
	4001-5000	38	1,08	0,27						
	5001 ve üz	30	1,00	0,00						
Kredi kart sayınız?	0-1000	131	1,27	0,51	G.Arası	53,752	5	10,750	19,283	0,000
	1001-2000	90	1,76	0,78	G.İçi	230,810	414	0,558		
	2001-3000	84	1,70	0,77	Toplam	284,562	419			
	3001-4000	47	1,93	0,86						
	4001-5000	38	2,23	0,88						
	5001 ve üz	30	2,43	1,00						
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	0-1000	131	1,87	0,78	G.Arası	59,781	5	11,956	27,681	0,000
	1001-2000	90	2,40	0,71	G.İçi	178,817	414	0,432		
	2001-3000	84	2,66	0,60	Toplam	238,598	419			
	3001-4000	47	2,74	0,53						
	4001-5000	38	2,76	0,43						
	5001 ve üz	30	2,90	0,30						
Kredi kartı kullanım türünüz?	0-1000	131	1,85	0,94	G.Arası	8,229	5	1,646	1,758	0,120
	1001-2000	90	2,13	0,98	G.İçi	387,511	414	0,936		
	2001-3000	84	1,82	0,97	Toplam	395,740	419			
	3001-4000	47	1,89	0,98						
	4001-5000	38	1,68	0,96						
	5001 ve üz	30	1,73	0,98						
Kullanılan kredi kartı markası	0-1000	131	2,40	1,09	G.Arası	9,587	5	1,917	1,901	0,093
	1001-2000	90	2,30	0,88	G.İçi	417,547	414	1,009		
	2001-3000	84	1,31	1,01	Toplam	427,133	419			
	3001-4000	47	2,66	1,08						
	4001-5000	38	2,71	1,03						
	5001 ve üz	30	2,63	0,66						
Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?	0-1000	131	2,12	0,88	G.Arası	40,805	5	8,161	11,548	0,000
	1001-2000	90	1,88	0,84	G.İçi	292,574	414	0,707		
	2001-3000	84	1,86	0,96	Toplam	333,379	419			
	3001-4000	47	1,46	0,77						
	4001-5000	38	1,31	0,61						
	5001 ve üz	30	1,16	0,53						

Kredi kart	0-1000	131	1,24	0,66	G.Arası	453,032	5	90,606	93,420	0,000
limitleriniz?	1001-2000	90	2,17	1,14	G.İçi	401,530	414	0,970		
	2001-3000	84	2,60	1,13	Toplam	854,562	419			
	3001-4000	47	3,23	1,12						
	4001-5000	38	3,92	1,07						
	5001 ve üz	30	4,63	0,80						
Kredi kart ile	0-1000	131	1,06	0,27	G.Arası	110,724	5	22,145	45,688	0,000
yapılan	1001-2000	90	1,35	0,62	G.İçi	200,666	414	0,485		
harcamalara	2001-3000	84	1,63	0,80	Toplam	311,390	419			
yönelik aylık	3001-4000	47	1,85	0,75						
tutar?	4001-5000	38	2,21	1,11						
	5001 ve üz	30	2,90	1,02						
Ek kart kullanıyor	0-1000	131	1,85	0,35	G.Arası	3,147	5	0,629	3,889	0,002
musunuz?	1001-2000	90	1,77	0,41	G.İçi	66,994	414	0,162		
	2001-3000	84	1,80	0,39	Toplam	70,140	419			
	3001-4000	47	1,76	0,42						
	4001-5000	38	1,78	0,41						
	5001 ve üz	30	1,50	0,50						
Kredi kartına	0-1000	131	1,46	0,50	G.Arası	2,569	5	0,514	2,170	0,057
uygulanan faiz	1001-2000	90	1,34	0,47	G.İçi	98,029	414	0,237		
oranını biliyor	2001-3000	84	1,45	0,50	Toplam	100,598	419			
musunuz?	3001-4000	47	1,40	0,49						
	4001-5000	38	1,21	0,41						
	5001 ve üz	30	1,33	0,47						
Kredi kartı	0-1000	131	2,03	0,92	G.Arası	2,701	5	0,540	0,620	0,685
kullanmak riskli	1001-2000	90	1,95	0,94	G.İçi	360,832	414	0,872		
midir?	2001-3000	84	1,95	0,91	Toplam	363,533	419			
	3001-4000	47	2,17	0,96						
	4001-5000	38	2,15	0,94						
	5001 ve üz	30	2,10	0,92						
Kredi kartı	0-1000	131	1,48	0,50	G.Arası	5,626	5	1,125	4,962	0,000
kullanmaktan	1001-2000	90	1,42	0,49	G.İçi	93,888	414	0,227		
memnun	2001-3000	84	1,38	0,48	Toplam	99,514	419			
musunuz?	3001-4000	47	1,31	0,47						
	4001-5000	38	1,31	0,47						
	5001 ve	30	1,03	0,18						
	üzeri									

Pvalue<0,05

Tablo 60'ta görüldüğü üzere müşterilerin kredi kartı sahipliğinde “hesabı bulunan banka sayısı” (F=13,878; p>0,000), “kredi kartı kullanım durumu” (F=5,761; p>0,000), “kredi kart sayısı” (F=19,283; p>0,000), “kredi kartı kullanım süresi” (F=27,681; p>0,000), “aylık kart borçlarının ödenme tutarı” (F=11,548; p>0,000), “kredi kart limitleri” (F=93,420; p>0,000), “kredi kartıyla yapılan harcamalara yönelik

aylık tutarı”(F=45,688; $p>0,000$), “ek kart kullanım durumu”(F=3,889; $p>0,002$) ve “kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyi”(F=4,962; $p>0,000$) ile aylık gelir düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Finansman kaynağı olarak yüksek gelirlilerin düşük gelirlilere göre daha fazla bankada hesapları olduğu, düşük gelirlilerin yüksek gelirlilere göre sahip oldukları kredi kartlarını daha fazla kullandıkları, yüksek gelirlilerin düşük gelirlilere göre daha fazla kredi kartına sahip oldukları ve daha uzun sürede kredi kartını kullandığı, 1001-2000 tutarındaki gelire sahip olanların 4001-5000 tutarındaki gelire sahip olanlara göre kredi kartını hem alışveriş hem para çekme gibi daha fazla harcama alanlarında kullandıkları, yüksek gelirlilerin kredi kartı markasına daha çok önem verdikleri, düşük gelirli olanların aylık kart borçlarının ödenmesinde daha dikkat ettikleri, yüksek gelirlilerin daha fazla limitli kart kullandıkları, yüksek gelirlilerin düşük gelirli olanlara göre daha çok kredi kartıyla harcama yaptıkları, düşük ve normal gelirlilerin daha fazla ek kart kullandıkları, geliri düşük olanların kredi kartı borcuna işletilecek faizden daha çok farkında oldukları, 4001-5000 tutarındaki gelirlilerin normal gelirlilere göre kredi kartını daha riskli buldukları ve geliri düşük olanların kredi kartından daha memnun oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 61: Kredi Kartı Kullanım Alanları İle Meslek Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi

f , $\bar{X}$ ve Ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Sorular	Meslek	N	$\bar{X}$	Ss	Var.K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaç tane bankada hesabınız var?	Kamu S.	133	1,77	0,61	G.Arası	8,796	5	1,759	4,969	0,000
	Özel Sektör	89	1,82	0,59	G.İçi	146,582	414	0,354		
	Esnaf/Serbest	34	1,67	0,68	Toplam	155,379	419			
	Öğrenci	131	1,63	0,58						
	Emekli	14	1,35	0,49						
	Çalışmıyor	19	1,21	0,41						
Kredi kartını kullanıyor musunuz?	Kamu S.	133	1,06	0,23	G.Arası	3,750	5	0,750	6,324	0,000
	Özel Sektör	89	1,10	0,30	G.İçi	49,098	414	0,119		
	Esnaf/Serbest	34	1,15	0,35	Toplam	52,848	419			
	Öğrenci	131	1,24	0,42						
	Emekli	14	1,07	0,26						
	Çalışmıyor	19	1,42	0,50						
Kredi kart sayınız?	Kamu S.	133	1,83	0,83	G.Arası	31,618	5	6,324	10,350	0,000
	Özel Sektör	89	2,07	0,89	G.İçi	252,944	414	0,611		
	Esnaf/Serbest	34	1,76	0,95	Toplam	284,562	419			
	Öğrenci	131	1,42	0,64						
	Emekli	14	1,42	0,51						
	Çalışmıyor	19	1,15	0,37						
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	Kamu S.	133	2,72	0,55	G.Arası	60,283	5	12,057	27,993	0,000
	Özel Sektör	89	2,58	0,65	G.İçi	178,314	414	0,431		
	Esnaf/Serbest	34	2,64	0,54	Toplam	238,598	419			
	Öğrenci	131	1,84	0,76						
	Emekli	14	2,71	0,61						
	Çalışmıyor	19	2,36	0,68						
Kredi kartı kullanım türünüz?	Kamu S.	133	1,63	0,91	G.Arası	27,145	5	5,429	6,098	0,000
	Özel Sektör	89	2,11	0,99	G.İçi	368,596	414	0,890		
	Esnaf/Serbest	34	2,32	0,94	Toplam	395,740	419			
	Öğrenci	131	1,94	0,95						
	Emekli	14	2,14	1,02						
	Çalışmıyor	19	1,32	0,74						
Kullanılan kredi kartı markası	Kamu S.	133	2,41	1,05	G.Arası	5,587	5	1,117	1,097	0,361
	Özel Sektör	89	2,51	0,85	G.İçi	421,547	414	1,018		
	Esnaf/Serbest	34	2,21	0,94	Toplam	427,133	419			
	Öğrenci	131	2,50	1,03						
	Emekli	14	2,00	1,10						
	Çalışmıyor	19	2,47	1,21						

Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?	Kamu S.	133	1,43	0,75	G.Arası	36,406	5	7,281	10,151	0,000
	Özel Sektör	89	1,71	0,86	G.İçi	296,972	414	0,717		
	Esnaf/Serbest	34	2,08	0,79	Toplam	333,379	419			
	Öğrenci	131	2,06	0,88						
	Emekli	14	2,21	1,18						
	Çalışmıyor	19	2,26	0,93						
Kredi kart limitleriniz?	Kamu S.	133	3,33	1,25	G.Arası	277,224	5	55,445	39,759	0,000
	Özel Sektör	89	2,80	1,36	G.İçi	577,338	414	1,395		
	Esnaf/Serbest	34	2,26	1,42	Toplam	854,562	419			
	Öğrenci	131	1,39	0,86						
	Emekli	14	2,57	1,34						
	Çalışmıyor	19	1,52	1,02						
Kredi kart ile yapılan harcamalara yönelik aylık tutar?	Kamu S.	133	1,89	0,89	G.Arası	45,996	5	9,199	14,350	0,000
	Özel Sektör	89	1,75	0,94	G.İçi	265,395	414	0,641		
	Esnaf/Serbest	34	1,70	1,08	Toplam	311,390	419			
	Öğrenci	131	1,14	0,51						
	Emekli	14	1,35	0,63						
	Çalışmıyor	19	1,10	0,31						
Ek kart kullanıyor musunuz?	Kamu S.	133	1,78	0,40	G.Arası	2,452	5	0,490	2,999	0,011
	Özel Sektör	89	1,74	0,44	G.İçi	67,689	414	0,163		
	Esnaf/Serbest	34	1,73	0,44	Toplam	70,140	419			
	Öğrenci	131	1,85	0,35						
	Emekli	14	1,92	0,26						
	Çalışmıyor	19	1,52	0,51						
Kredi kartına uygulanan faiz oranını biliyor musunuz?	Kamu S.	133	1,37	0,48	G.Arası	1,802	5	0,360	1,511	0,185
	Özel Sektör	89	1,32	0,47	G.İçi	98,795	414	0,239		
	Esnaf/Serbest	34	1,38	0,49	Toplam	100,598	419			
	Öğrenci	131	1,42	0,49						
	Emekli	14	1,64	0,49						
	Çalışmıyor	19	1,52	0,51						
Kredi kartı kullanmak riskli midir?	Kamu S.	133	2,14	0,93	G.Arası	8,147	5	1,629	1,898	0,094
	Özel Sektör	89	1,97	0,94	G.İçi	355,386	414	0,858		
	Esnaf/Serbest	34	1,64	0,91	Toplam	363,533	419			
	Öğrenci	131	2,08	0,90						
	Emekli	14	1,78	0,97						
	Çalışmıyor	19	2,05	0,97						
Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?	Kamu S.	133	1,27	0,44	G.Arası	5,935	5	1,187	5,252	0,000
	Özel Sektör	89	1,31	0,46	G.İçi	93,579	414	0,226		
	Esnaf/Serbest	34	1,47	0,50	Toplam	99,514	419			
	Öğrenci	131	1,49	0,50						
	Emekli	14	1,21	0,42						
	Çalışmıyor	19	1,68	0,47						

Tablo 61’de görüldüğü üzere müşterilerin kredi kartı sahipliğinde “hesabı bulunan banka sayısı” ($F=4,969$; $p>0,000$), “kredi kartı kullanım durumu” ($F=6,324$; $p>0,000$), “kredi kart sayısı” ($F=10,350$; $p>0,000$), “kredi kartı kullanım süresi” ($F=27,993$; $p>0,000$), “kredi kartı kullanım türü” ($F=6,098$; $p>0,000$), “aylık kart borçlarının ödenme tutarı” ($F=10,151$; $p>0,000$), “kredi kart limitleri” ($F=39,759$; $p>0,000$), “kredi kartıyla yapılan harcamalara yönelik aylık tutarı” ($F=14,350$; $p>0,000$), “ek kart kullanım durumu” ($F=2,999$; $p>0,011$) ve “kredi kartına duyulan memnuniyetlik düzeyi” ($F=5,252$; $p>0,000$) ile bulundukları konum olarak mesleki bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 56-57-58-59-60-61’de gösterilen AVM müşterilerinin kredi kartı sahipliği ile demografik ve sosyoekonomik özellikler arasında farklılıkların olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre müşterilerin demografik ve sosyoekonomik faktörleri ile kredi kart sayıları, kart sahipliği, kart kullanım şekilleri, harcama eğilimleri, borç ödeme kabiliyetleri, kredi kartına duyulan risk ve memnuniyet düzeyleri gibi kullanım alanları faktörü arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kartı kullanım alanları ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki on ikinci (H_{12}) hipotezi bu tablolar ile doğrulanmıştır. Yani H_{12} hipotezi kabul edilmiştir.

Kamu ve özel sektörde çalışanların hiç çalışmayanlara göre daha fazla bankada hesapları olduğu, öğrencilerin çalışanlara göre sahip oldukları kredi kartlarını daha fazla kullandıkları, özel sektörde çalışanların hiç çalışmayanlara göre daha fazla kredi kartına sahip oldukları, bulundukları konumun geçici veya devamlı süreliğine bağlı olarak kamu sektöründe çalışanların öğrencilere göre daha uzun sürede kredi kartını kullandığı, emeklilerin çalışmayanlara göre kredi kartını hem alışveriş hem para çekme gibi daha fazla harcama alanlarında kullandıkları, özel sektörde çalışanların emeklilere göre kredi kartı markasına daha çok önem verdikleri, çalışmayanların aylık kart borçlarının ödenmesinde daha dikkat ettikleri, kamu sektöründe çalışanların öğrencilere göre daha fazla limitli kart kullandıkları, kamu sektöründe çalışanların hiç çalışmayanlara göre daha çok kredi kartıyla harcama yaptıkları, emeklilerin daha fazla ek kart kullandıkları, emekli olanların kredi kartı borcuna işletilecek faizin daha çok farkında oldukları, kamu sektöründe çalışanların esnaf veya serbest meslek grubunda olanlara göre kredi kartını daha riskli buldukları ve çalışmayanların kredi kartından daha memnun oldukları söylenebilmektedir.

AVM müşterilerinin kredi kartı ile açık hesap kullanımına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için 85 kişi üzerinden elde edilen bulgulara göre İlişkili T Testi sonuçları tablo 62’de gösterilmektedir.

Tablo 62: Kredi Kartı İle Açık Hesap Kullanımına İlişkin Görüşler Arasında Anlamlı Bir Farklılık Olup Olmadığını Belirlemek İçin Yapılan İlişkili Grup T Testi Sonuçları

<i>Görüşler</i>	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>Ss</i>	<i>t testi</i>		
				<i>Sd</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Kredi Kartı	85	2,84	0,64	84	-2,241	0,028
Açık Hesap	85	3,00	0,65			

Tablo 62’de görüldüğü üzere açık hesap kullanım sayısı olan 85 adet kullanıcı esas alınarak yapılan analizde AVM müşterilerinin kredi kartı ile açık hesap kullanımına ilişkin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur($t=-2,241$; $p>0,028$). Dolayısıyla kredi kartı kullanımı ile açık hesap kullanımı birbirinden farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın “AVM müşterilerinin kredi kart kullanımı ile açık hesap kullanımı arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki on dördüncü (H14) hipotezi tablo 62 ile doğrulanmıştır. Yani H14 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Günümüz dünyasında sınırsız insan istek ve ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için alım-satım işlemlerinin gerçekleştirilmesinin gerekli olduğu ve bu gerekliliğin ödeme sistemleriyle sağlanması kaçınılmazdır. 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 sağlamasının yanında bilinçli kullanılmadığı ve kullandırılmadığı takdirde birtakım ekonomik ve sosyal sorunlara yol açabileceği kaçınılmaz bir durumdur.

Bu çalışma ile finansal davranışın bir unsuru olan kartlı ödeme sistemlerinin gelişimi ve işleyişi konusunda literatür yazın taraması ile teorik bölüm sunulmuştur. Teorik çalışmanın ardından Elazığ ve Malatya illerinde AVM müşterisi olan bireylerin kartlı ödeme sistemlerinin finansal davranışları üzerindeki etkisini, parayı kartlı sistemlerle yönetebilme eğilimlerinin ne yönde olduğunu, finansal davranışlarındaki her türlü pozisyonun kart kullanımını nasıl etkilediğini, bireylerde kartlı sistemler hakkında olması gereken bilginin var olup olmadığını, bireylerin bu konudaki bilinçlilik seviyelerini ve bunun tüketim davranışlarına etkisini belirleyebilme amacına yönelik plan dahilinde sunulan uygulama bölümü ile bir alan çalışması gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri, kart sayıları, kart edinim şekilleri, tercih nedenleri, harcama eğilimleri, borç ödeme kabiliyetleri ve kullanım alanlarına ilişkin elde edilen bulgulara göre sonuçlar açıklanmaya çalışılmıştır.

Kart kullanan müşterilerin çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Kullanıcıların çoğu bekar kesimi yansıtmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında genç ve orta yaş kesimin olduğu çoğunluktadır. Katılımcılar üniversite eğitimi almış bireylerdir. Kullanıcıların aylık geliri bakımından çoğu düşük ve orta gelir seviyesine sahiptir. Öğrenci kullanıcısının yanı sıra kamu ve özel sektör olarak kullanıcı kitlesi çalışan kesimdir. Kullanıcıların birden fazla banka hesabı mevcuttur. Kredi kartı kullanım durumuna göre katılımcıların %85'i sahip olduğu kredi kartını kullanmaktadır. Kart kullanımının giderek yaygınlaşma sebebine bağlantılı olarak müşteriler birden fazla

kredi kartını 4 yıldan daha fazla bir süre zarfında kullanmaktadırlar. Kredi kartı, alışverişin yanında para çekme maksadıyla da kullanılmaktadır. Kullanıcılar kredi kartına kendileri müracaat ederek sahip olmuşlardır. Kredi kartı, ödeme kolaylığı sağlaması ile en önemli tercih nedenini oluşturuyorken, taksitle ödeme imkanı sağlaması ile yoğun olarak tercih edilmektedir. Günümüz teknolojisi ile pek çok bankacılık işlemlerinin ATM'lerden gerçekleştirilmesi sebebiyle kart borçlarının ödenmesinde en fazla ATM sisteminin kullanıldığı ve bunun yanı sıra internet bankacılığının da ikinci ödeme kanalı olduğu görülmektedir. Kullanıcılar borç ve faiz yüküne girmeden borçlarının aylık miktarlarını büyük çoğunlukla tamamını ödemektedirler. Kredi kartıyla yapılan en önemli harcama alanı olarak market alışverişleri, en yoğun olarak da hem giyim hem market alışverişleri tercih edilmektedir. Kartla gerçekleşen aylık harcamalar limit aşımına uğramadan limitler dahilinde yapılmaktadır. Kullanıcılar, uygulanan faiz oranlarının farkındadırlar. Kredi kartı kullanmanın riskli olduğu tespit edilmiş olup riskli oluşturma kullanımı engellememektedir. Kullanıcıların kredi kartı kullanmaktan memnun oldukları gözlenmiş ve kredi kartına duydukları memnuniyetlik kullanımı etkilemektedir. Kredi kartıyla ilgili yenilikler önemli olarak internet ve sosyal medya aracılığıyla öğrenilmekte, en yoğun olarak da telefona gelen mesaj ve hesap ekstresinden öğrenilmektedir.

Kredi kartı sistemine kıyasla bireysel müşterilerin açık hesap kullanıp kullanmadıklarının değerlendirilmesi sonucunda 420 katılımcıdan 85'inin faize girmek istemediğinden açık hesap sistemini kullandıkları, en önemli ve en yoğun olarak market alışverişlerinde kullandıkları ve açık hesap sistemini riskli bulmadıkları görülmüştür. Dolayısıyla açık hesap kredi kartına göre daha az riskli ve daha güvenli bulunmasına rağmen daha az tercih edilmektedir.

Araştırma kapsamında katılımcıların kart kullanımıyla ilgili görüş, düşünce, tutum ve davranışlarına ilişkin elde edilen bulgulara göre sonuçlar açıklanmaya çalışılmıştır.

Bireysel kart kullanıcıları tarafından kredi kartı kullanmanın avantajlı harcama yapma olanağı sağladığı, satın alma kararlarını etkilediği, aşırı borçlanmalara neden olabildiği, bazı harcamaların bütçeye göre ayarlanamadığı, alışveriş sırasında bazen fiyat karşılaştırması yapılmadığı, gereksiz yada ihtiyaçtan fazla harcama yapılmasına yol açtığı, kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici olmadığı, e-bankacılık hizmetlerinin güvensizlik düşüncesi barındırmasına rağmen

oldukça yaygın kullanıldığı, kredi kartıyla yapılan alışverişlerde kredi kartı limitinin ve daha önceki taksitlerin göz önünde bulundurulduğu, kredi kartı borcuna işletilecek faiz oranının kontrol edildiği, kredi kartı borçlarının aylık geliri aşmadığı, kart borçlarına yüklenen faiz tutarının oldukça fazla olduğu, kart borçlarının ödemelerinin aksatılmadığı ve prestij göstergesi olarak daha az tercih edildiği gözlemlenmiştir.

AVM müşterilerinin açık hesap kullanımına ilişkin alınan değerlemeler sonucu açık hesap kullanımının avantajlı harcama olanağı sağladığı, satın alma kararlarını etkileyebildiği, aşırı borçlanmalara yol açabileceği, harcamaları bütçeye göre ayarlamayı engellediği, açık hesapla yapılan alışverişlerde fiyat karşılaştırması yapılmadığı, bazen gereksiz harcamaya yol açtığı, alışveriş sırasında daha önceki taksitlerin göz önünde bulundurulduğu, açık hesap borçlarının aylık gelirin üstünde olmadığı, borç ödemelerinin aksatılmadığı, açık hesap sisteminin işyeri ile müşteri arasında sağlam bir güven ortamının oluşmasına sebebiyet verdiği, karşılık güven duygusunu yaratarak daha fazla alışveriş yapma olanağı sağladığı gözlemlenmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesi ile elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

Çalışmanın H1 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile yaş dağılımları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin yaşlarına göre kredi kartına olan tercih nedenleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H2 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin gelirlerine göre kredi kartına olan tercih nedenleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H3 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile kredi kartı kullanım türü arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin alışveriş yapma veya para çekme maksadıyla kullanımları ile kredi kartına olan tercih nedenleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H4 hipotezi kabul edilmiş olup, sahip olunan kredi kartı markası ile kredi kartı kullanmaya yönelik tercih nedenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin kredi kartı çeşidine göre kredi kartına olan tercih nedenleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H5 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin gelir düzeyleri ile kredi kartıyla yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin gelirlerine göre yapılan harcamalar anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H6 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin eğitim düzeylerine göre kredi kartına olan görüş, düşünce, tutum ve davranışlar anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H7 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartı kullanım durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşteriler arasında kredi kartını kullananlar ile kullanmayanlara göre kredi kartına olan görüş, düşünce, tutum ve davranışlar anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H8 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartına duyulan memnun olma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani kredi kartı kullanmaktan memnun olan ile memnun olmayan müşterilere göre kredi kartına olan görüş, düşünce, tutum ve davranışlar anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H9 hipotezi kabul edilmiş olup, kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme şekli ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin eğitim düzeylerine göre kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme alanları anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H10 hipotezi kabul edilmiş olup, kredi kartına duyulan memnun olma düzeyi ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani kredi kartı kullanmaktan memnun olan ile memnun olmayan müşterilere göre kredi kartı kullanımı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın H11 hipotezi red edilmiş olup, kredi kartına duyulan risk olasılığı ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Yani kredi kartına duyulan riske göre kredi kartı kullanımı anlamlı bir farklılık göstermemekte ve risk düzeyi kullanımı etkilememektedir.

Çalışmanın H12 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartı kullanım alanları ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin demografik ve sosyoekonomik

faktörleri ile kredi kartına ilişkin kullanım sahası arasında anlamlı bir ilişki olduğu söz konusudur.

Çalışmanın H13 hipotezi red edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Yani müşterilerin demografik ve sosyoekonomik faktörleri ile kredi kartına olan görüş, düşünce, tutum ve davranışlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve benzer görüşleri savundukları söz konusudur.

Çalışmanın H14 hipotezi kabul edilmiş olup, AVM müşterilerinin kredi kart ile açık hesap kullanımına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yani müşterilerin açık hesap kullanımı ile kredi kartı kullanımı arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen bir diğer bulgulara da yer verecek olursak; hem kredi kartına hem de açık hesaba olan görüş, tutum ve davranışların beklenenin aksine cinsiyet açısından bir farklılık göstermediği, gerek bayanların gerekse de erkeklerin her iki tutum ölçeğine benzer görüşler sergiledikleri gözlemlenmiştir. Açık hesaba ilişkin tutum ve davranışlarda demografik ve sosyoekonomik özellikler olan bireylerin medeni durumları, yaşları, eğitim seviyeleri, gelir düzeyleri ve şu anda meşgul oldukları meslekleri açısından anlamlı bir farklılık göstermedikleri, bulundukları her türlü pozisyonda benzer görüşler sergiledikleri tespit edilmiştir.

ÖNERİLER

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, gerek bireylere gerek sektörlere gerek anlaşmalı üye işyerlerine gerek bankalara gerekse de ülke ekonomisini etkileyerek devlete sağladığı avantajlarının yanında bilinçli kullanılmadığı ve kullanırılmadığı 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.

Kartlı sistemlerin ana kitlesini oluşturan kart kullanıcısı müşterilerin ihtiyacı doğrultusunda kredi kartı sayısı edinip kullanmaları sağlanmalıdır. İhtiyaçtan çok kredi kartı edinmek yerine istek ve ihtiyaçları karşılayacak şekilde kart ödemelerinin daha düzenli yapılarak kullanımı özendirilmelidir. Müşterilerin gelirleri doğrultusunda kart limitleri sınırlandırılmalı ve dengeli kullanılmalıdır. Kredi kartının en çok tercih edilen nedenleri üzerine yoğunlaşıp o doğrultuda müşterilere hizmet sunulmalıdır. Müşterilerin en çok tercih ettikleri harcama türlerinde kredi kartını kullanmalarına yönelik kampanyaların sunulmasında yoğunlaşılmalı ve özellikle müşterilerin yoğun kart kullanımını teşvik edici hizmetler yerine bilinçli kullanımlarına yönelik bankacılık hizmetlerinin verilmesinde yoğunlaşılmalıdır. Müşterilerin kredi kartına uygulanan faiz oranları ve türleri konusunda farkındalık bilincinin oluşturulması sağlanmalıdır. Kredi kartına duyulan risk faktörü unsuruna önem verilip kartlı ödeme sistemlerinin daha güvenilir bir sistem haline getirilebilmesi, müşteride kartlı ödeme sistemlerine dair daha çok tatminkarlık, memnun olma düzeyinin ve aidiyetlik duygusunun yaratılması konusunda dikkat edilmesi bu konuda önem arz etmektedir. Çalışmanın yapıldığı bölgede bireylerin kredi kartına ilişkin görüş, algı, tutum ve davranışlarının mevcut oldukları pozisyon ve özelliklerde çoğunlukta benzer görüşler sergiledikleri gözlenmiş ve bu yüzden onların bu kalıplaşmış algılarını farklılaştıracak hizmetlere ve bilgi sistemlerine yer verilmesi gerektiği de ayrı bir noktayı oluşturmaktadır.

Günümüzde yaygın kullanım alanına sahip banka kartlarının da daha yoğun kullanımının sağlanması, bu istikrarlığını koruması ve sürdürmesi insanlarda daha fazla tüketme alışkanlığına imkan tanıyacaktır.

Finansal davranış, insanları ödeme sistemlerinin ilintili olduğu bankalara yöneltmektedir. Özellikle 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.

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.

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

Finansal açıdan açık hesap kredilerinin de benzer ve yoğun bir şekilde piyasa koşulları doğrultusunda güven duygusunun korunarak ve daha da geliştirilerek kullanımının yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Böylelikle kişiler bankalarla kredi faiz ilişkisine girmeyerek iflas durumuna düşmeden satıcı ve tüketici arasında vade farkının daha makul seviyelerde belirlenmesiyle alışveriş yapma imkanı bulmaktadır. Bu da bir diğer dikkat edilmesi ve üzerinde durulması gereken konuyu oluşturmaktadır.

Araştırmada Elazığ ve Malatya illerindeki AVM müşterilerinin finansal davranışlarında kartlı ödeme sistemlerinin incelenmesi üzerine elde edilen sonuçların güvenilir olduğu gerekçesiyle ileride bu konuya ilişkin yapılacak diğer çalışmalara da ışık tutacaktır. Çalışmada müşterilerin kartlı ödeme sistemleriyle diğer bir finansal davranış olan açık hesap kıyaslanmış olup, yapılacak diğer araştırmalarda da kartlı ödeme sistemlerinin diğer bir finansal davranış unsurlarıyla karşılaştırılması düşünülebilir. Araştırmanın finansal davranış adı altında yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

TEZ VE MAKALELER

- Abay, P., ([Http://Www.Tasarrufegilimleri.Com/Docs/Ingbank_2016_Rapor_4.Pdf](http://Www.Tasarrufegilimleri.Com/Docs/Ingbank_2016_Rapor_4.Pdf))
Erişim Tarihi:18.03.2017).
- Ak, M., “Bankalarda Kartlı Ödeme Sistemleri Ve Muhasebesi”, Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Ve Denetim Programı, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alkaya, A. ve Yağlı İ., (2015), “Finansal Okuryazarlık - Finansal Bilgi, Davranış Ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İibf Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(40), 585-589.
- Alponat, T., “Kartlı Ödeme Sistemlerinin Ekonomiye Etkisi Ve Türkiye’de Kartlı Ödeme Sistemleri”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi ,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Para Banka Ve Sermaye Piyasaları Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Arman, C., (2013), “Gelir Dağılımının Tüketici Davranışlarına Etkisi”, Adnan Menderes Üniversitesi ,Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Arma, [Http://Www.Armaweb.Com.Tr/Elektronikpara.Htm](http://Www.Armaweb.Com.Tr/Elektronikpara.Htm), (Erişim Tarihi:12.04.2017).
- Ateş, A., (2007),”Finansal Yatırımların Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Ayden, C. ve Demir, 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, Social Sciences, Article Number: 3c0058, 6(1), 34-47.
- Bank For International Settlements (BIS), (December 2016), “Red Book”, [Http://Www.Bis.Org/Cpmi/Publ/D155a.Pdf](http://Www.Bis.Org/Cpmi/Publ/D155a.Pdf) : Erişim Tarihi:(09.04.2017).
- Bank Of England, (2000), “Payment Systems Oversight”,[Http://Www.Bankofengland.Co.Uk/Publications/Psor/Ops.Pdf](http://Www.Bankofengland.Co.Uk/Publications/Psor/Ops.Pdf), (Erişim Tarihi: 25.04.2017).
- Banka Kredi Kartları (BKK), [Http://Bankakredikartlari.Blogspot.Com/](http://Bankakredikartlari.Blogspot.Com/), (Erişim Tarihi: 18.04.2017).

- Barış, S., (2016), "Finansal Okuryazarlık Ve Bütçeleme Davranışı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", Tesam Akademi Dergisi,3 (2), 13 – 38.
- Bddk, (2006), "Banka Kartları Ve Kredi Kartları Kanunu", <https://www.bddk.org.tr>: Erişim Tarihi: 22.03.2017.
- Bis, (2001), "Consultative Document : Operational Risk", Basel Committee On Banking Supervision, <https://www.bis.org/publ/bcbsca07.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.04.2017).
- Bis, (2004), "Survey Of Developments In Electronic Money And Internet And Mobile Payments", Commite On Payment And Settlement Systems , Bank For International Settlements, <http://www.bis.org/cpmi/publ/D62.htm>: (Erişim Tarihi:27.03.2017).
- Bkm, <http://bkm.com.tr>, (Erişim Tarihi: 16.04.2017).
- Böyükaslan, A.,(2012)," Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği", Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilimdalı, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- BTOM, <http://www.btom.org.tr>, (Erişim Tarihi: 16.04.2017).
- 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.
- Dayan, V., (2015), "Üniversite Öğrencilerinin İnternet Üzerinden Yaptıkları Alışverişlerde Bankaların Çağdaş Ödeme Araçlarının Kullanımının Ve Bilgi Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 7(2), 143-153.
- Demirci, A.,(2008),"Tüketim Olgusunun Tarihsel Dönüşümü (Sembolik Toplum Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Analiz Denemesi)", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Kalkınma İktisadi Ve İktisadi Büyüme Bilim Dalı, İstanbul.
- Demirci, 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 Behavior Scale: Development And Validation”, *Journal Of Financial Counseling And Planning*, 22(1),43-59.
- Erdoğan, C. (2004), “Avrupa Birliği’nde Elektronik Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler”, *Bankacılar Dergisi*, (48), 80-93.
- Hafalır İncekara, E. ve Loewenstein, G.F.(2009), “The Impact Of Credit Cards On Spending: A Field Experiment”, Available At Ssrn: [Http://ssrn.com/abstract=1378502](http://ssrn.com/abstract=1378502) (Erişim Tarihi:28.04.2017), Working Paper Series, 1-24.
- Girginer, N., Çelik, A. ve Uçkun, N., (2008), “Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kredi Kartı Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), Eskişehir, 193-208.
- Goyal, A., (2008), "Managing Perceived Risk For Credit Card Purchase Through Supplementary Services", *Journal Of Financial Services Marketing*, 12(4), Palgrave Macmillan Ltd., Uk, 331–345.
- Gönen E., ve Özmete, E., (2007), “Finansal Refah: Finansal Yönetim Sürecinden Duyulan Tatmin, Finansal Davranışlar İçin 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.
- Kıyılar, M., ve Acar,O.,(2012), “Ülkemizde Tasarruf Oranlarını Etkileyen Faktörler Ve Bölgeler Arası Tasarruf Alışkanlıklarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma”, *İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 1(73), 1-24.
- Kieschnick, D. A., (2006),” Financial Knowledge Levels And Savings Behaviors Of Bermudian High School Seniors At Cedar Bridge Academy”, Master Of Science, Ames, Iowa State University, [Http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1863&context=rtd](http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1863&context=rtd) (29.04.2017)

- Kirdaban, M.İ., 82011), “Finansal Sistem İçerisinde Ödeme Sistemleri Ve Hizmetleri: Türkiye Örneğinde Gözetim Ve Avrupa Birliği Uyum Süreci”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Ankara.
- KKB, Wwww.Kkb.Com.Tr, (Erişim Tarihi: 18.04.2017), Nilson Report: Nisan 2016.
- Lusardi, A. (2008),” Financial Literacy: An Essential Tool For Informed Consumer Choice?” ,Dartmouth College, Harvard Business School And Nber, Working Paper No.14084, National Bureau Of Economic Research, Inc ,[Http://Wwww.Nber.Org/Papers/W14084](http://Wwww.Nber.Org/Papers/W14084).
- Lusardi, A. Ve Olivia, S. M., (2008),“How Much Do People Know About Economics And Finance” Policy Brief, Number 5, 1-5.
- Nar, M.Ş., (2015), “Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(37), 941-954.
- Öz, E., (2011), “Ödeme Sistemlerinde Merkez Bankalarının Rolü Ve Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Özsağır, A., (2007), “Ekonomide Güven Faktörü”, Gaziantep Üniversitesi İktisat Bölümü, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(20), 46-62.
- Papatya, N.,(2005),” Tüketici Davranışları İle İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik Ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), S.221-240.
- Penpece, D.,(2006), “Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi”, Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.
- Resmi Gazete, (1 Mart 2006), “ Banka Kartları Ve Kredi Kartları Kanunu”, 26095 Sayılı Nüshası.
- Reyes, R. L., (2006), “The Psychological Meanings Of Money” Yayımlanmamış Doktora Tezi, Alliant Internaional University.
- Ricciardi, V., (2005),”A Research Starting Point For The New Scholar: A Unique Perspective Of Behavioral Finance”, Social Science Research Network (Wwww.Ssrn.Com), Maliye Ve İktisat Bölümü Golden Gate Üniversitesi, 1-21.

- Sam, Y., Geetha, C. Ve Mohidin, R.A. (2012) “What Were The Factors That Influence Financial Management Behavior Of Undergraduates?”, International Journal Of Business Trends And Technology, 2(1), 1-10.
- Sansar, N.G., (2016), “Değişen Finansal Akımlar: Rasyonalizmden Davranışsal Finans Yaklaşımına”, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (İgüsbd), 3(2), 135-150.
- Sheppard, D., (1996), “Payment Systems”, Handbooks In Central Banking, No:8., Centre For Central Banking Studies, Bank Of England(Boe), <Http://Www.Bankofengland.Co.Uk/Education/Ccbs/Handbooks/Pdf/Ccbshb08.Pdf> (Erişim Tarihi: 22.03.2017).
- Tabak, Ş. Ş., (2002), “Elektronik Para Ve Merkez Bankacılığı”. Tcmb Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara.
- Takasbank, <Http://Www.Takasbank.Com.Tr>, (Erişim Tarihi:16.04.2017).
- Taner, B. ve Akkaya, G.C., (2005), “Yatırımcı Psikolojisi Ve Davranışsal Finans Yaklaşımı”, Muhasebe Ve Finansman Dergisi, 1(27), 47-54.
- Tarı, R. ve Pehlivanoğlu, V.,(2007), “Kocaeli İlinde Tüketici Davranışlarının Gelir-Harcama Grupları İlişkisi Açısından Analizi (Tüketim Harcamaları Profili)”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(13), 192-210.
- Tbb Vergi Konseyi, (2011), “Kayıtlı Ekonominin Geliştirilmesi Sürecinde Kartlı Ödeme Sistemleri İle Yeni Yöntem Ve Teknolojiler”, Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No: 274, Paragraf Basım, İstanbul-Ankara, (Erişim Tarihi: 28.04.2017).
- Tuğay, O., ve Başgöl, 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.
- Tuik, Http://Www.Tuik.Gov.Tr/Veribilgi.Do?Alt_Id=24: Erişim Tarihi:20.03.2017.
- Tuik,<Http://Www.Tuik.Gov.Tr/Prehaberbultenleri.Do?Id=24906>:Erişimtarihi:21.03.2017.
- Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi(TBBRM),<Https://Www.Riskmerkezi.Org>: (20.04.2017).

- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası(TCMB), (2014), “Ödeme Sistemleri”, Tcmb Yayınları, [Http://Www.Tcmb.Gov.Tr](http://www.tcmb.gov.tr), (Erişim Tarihi: 23.04.2017).
- Türkiye Garanti Bankası, [Https://Www.Garanti.Com.Tr](https://www.garanti.com.tr), (Erişim Tarihi:19.04.2017).
- World Bank, (2005), “ Financial Sector Assessment: A Handbook”, The International Bank For Reconstruction And Development, The World Bank, The International Monetary Fund.
- Yereli, A.B. ve Koç, A.F., (2010), “Kredi Kartları Piyasasında Takas Komisyonunun Kamu Düzenlemesine Tabi Tutulması”, Rekabet Ekonomisi Ve Politikası Sempozyumu Iıı (Reps-Iıı), (8-9 Ekim 2010), Pamukkale Üniversitesi İ.İ.B.F., Denizli, 1-43.
- Yıldız, O., (2010), “Türkiye’de Kartlı Ödeme Sistemleri: Etkileşimli Karar Verme Yöntemlerine Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Yılmaz, V., (2006), “Kartlı Ödeme Sistemlerinde Dış Kaynak Kullanımı”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi ,Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yılmaz, V.,Aktaş, C., 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 Credit Counselling”, International Journal Of Consumer Studies, 30(2),108–121.

KİTAPLAR

- Buhur, O., (2004), “Tüketici Kredisi Açısından Kredi Kartı Uygulaması”, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Çırpan, B., (2000), “Kredi Kartları”, Ezgi Kitapevi, İstanbul.
- Döm, S.,(2003), “Yatırımcı Psikolojisi” (Birinci Basım), Değişim Yayınları, İstanbul.
- Ekinci, M., ve Esen, S., (2005), “ Anlatımlı Ve Gerekçeli Yeni Türk Ceza Kanununda Yer Alan Hırsızlık, Yağma, Dolandırıcılık, Hileli İflas, Karşılıksız Yararlanma, Belgelerde Sahtecilik Ve Bilişim Alanında Suçlar”, Adalet Yayıncılık, Ankara.
- Fry, M. J., Kilato, I., Roger S., Senderowicz, K., Sheppard, D., Solis, F. ve Trundle, J., (1999), “Payment Systems İn Global Perspective”, London: Routledge, The Bank Of England.
- İslamoğlu, A. H. ,(2008) ,” Pazarlama Yönetimi”, Dördüncü Baskı, Beta Basım, İstanbul.
- Kaya, F., (2009), “Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması”, Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No:263, İstanbul.
- Kıyılar, M. ve Akkaya, M., (2016), “Davranışsal Finans”, Literatür Yayıncılık, Birinci Basım, İstanbul.
- Kızılot, Ş., Kılıç, C., Ve Tokatlıoğlu, İ., (2011), “Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tasarruf Üzerindeki Etkileri Ve Ekonomik Katkıları Raporu 2011 Özeti”, Bankalararası Kart Merkezi Yayınları.
- Kırçova, İ., (2007), “Kredi Kartı Kullanımının Tüketici Alışkanlıklarına Ve Alışverişlerin Yer, Zaman Ve Marka Tercihlerine Etkisi”, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.
- Mankiw, G. (2007),”Makroekonomi”, (Çev. Ed.: Ömer Faruk Çolak), Efil Yayınevi, Ankara.
- Mazlum, M.,(2010),”Pazarlama İlkeleri”, Çağ Üniversitesi Yayınları No:13, İİBF Yayınları No:4, Mersin.
- Odabaşı, Y., (1996), “Tüketici Davranışı Ve Pazarlama Stratejisi”, Anadolu Üniversitesi Yayınları; No: 908, Eskişehir.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G., (2003),” Tüketici Davranışı, Mediacat Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul.

- Odabaşı, Y. ve G. Barış (2007). Tüketici Davranışı, İstanbul: Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Özkan, A., (2015), “Anı Ve Fotoğraflarla Türkiye’nin Kartlı Ödeme Sistemleri Tarihi”, Bkm, Aryan Basım, İstanbul.
- Sungur, İ., (2013), “Türkiye’de Banka Ve Kredi Kartları Operasyonlarının Hukuki Çerçevesi”, Bankalararası Kart Merkezi(Bkm), İstanbul.
- Tek, Ö.B. ve Özgül,E.,(2010), “Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım”, (3. Baskı), Birleşik Matbaacılık, İzmir.
- Teoman, Ö., (1989), “Hukuki Yönden Kredi Kartı Uygulaması”, İktisat Bankası Eğitim Yayınları No:12, İstanbul
- Tufan, E.,(2008),”Davranışsal Finans”, İmaj Yayınevi, Ankara.
- Yetim, S., (1997), “Kredi Kartları Ve Tüketici Kredileri”, Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları, No: 69, İstanbul.
- Yılmaz, E., (2000),“ Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması Ve Ekonomik Etkileri”, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

EKLER

EK 1. Orijinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Zeynep DENK
Öğrenci Numarası	151216111
Enstitü Anabilim Dalı	İŞLETME
Programı	İŞLETME
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Yrd.Doç.Dr.Özcan DEMİR
Tez Başlığı (Türkçe)	AVM MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLARINDA KARTLI ÖDME SİSTEMLERİNİNİNCELENMESİ:ELAZIĞ-MALATYA BÖLGESİNDE YAPILAN BİR ÇALIŞMA

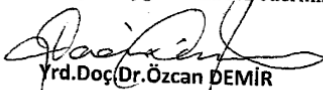
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

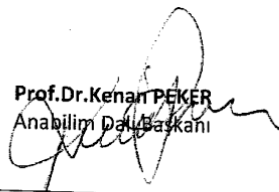
Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 181 sayfalık kısmına ilişkin, 10/07/2017 tarihinde Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 22 'dir

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin yüksek lisans tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.


Yrd.Doç.Dr.Özcan DEMİR
Danışman


Prof.Dr.Kenan PEKER
Anabilim Dalı Başkanı

F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Madde 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

EK-2: Araştırma Anketi

ANKET FORMU

AVM MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞLARINDA KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE MÜŞTERİLERİN KART VE AÇIK HESAP KULLANIMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ ANKETİ

Değerli katılımcılar;

Bu anket çalışması Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı öğrencisi Zeynep DENK' in Yüksek Lisans Tezi için yapılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, kartlı ödeme sistemlerini kullanan tüketicilerin kullanım tercihlerini, beklentilerini, bilinçlerini, görüş ve algılarını tespit ederek bu faktörlerin kart kullanımı üzerindeki ilişkisini araştırmaktır.

Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar tarafımızca saklı tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır.

Bu anket iki bölümden oluşmaktadır. **Birinci bölümde** katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri, kart sayıları, kart edinim şekilleri, harcama eğilimleri, borç ödeme kabiliyetleri ve kullanım alanları sorgulanmakta, **ikinci bölümde** ise kart kullanımıyla ilgili görüş ve düşünceleri belirleme amacıyla hazırlanan sorulardan meydana gelmektedir.

Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için soruları samimi ve doğru olarak yanıtlamanız gerekmektedir.

İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkürlerimi sunarım.

Sorumlu Öğretim Üyesi

Yrd.Doç.Dr. Özcan DEMİR

Sorumlu Araştırmacı

Zeynep DENK

BİRİNCİ BÖLÜM

Katılımcıların Demografik ve Sosyoekonomik Özellikleri

Cinsiyet	☐ Bayan	☐ Erkek				
Medeni Hal	☐ Evli	☐ Bekar	☐ Dul/Boşanmış			
Yaş	☐ 18-24	☐ 25-35	☐ 36-45	☐ 46-55	☐ 56 ve üzeri	
Eğitim Düzeyi	☐ İlkokul/ortaokul	☐ Lise	☐ Önlisans	☐ Lisans	☐ Yüksek Lisans	☐ Doktora
Aylık Gelir Düzeyi	☐ 0-1000	☐ 1001-2000	☐ 2001-3000	☐ 3001-4000	☐ 4001-5000	☐ 5001 ve Üzeri
Meslek	☐ Kamu Sektörü	☐ Özel Sektör	☐ Esnaf/Serbest Meslek	☐ Öğrenci	☐ Emekli	☐ Çalışmıyor
Kaç tane bankada hesabınız var?	☐ 1	☐ 2-4	☐ 5-7	☐ 8 ve üzeri		
Kredi Kartını Kullanıyor musunuz?	☐ Evet	☐ Hayır				
Kredi Kart Sayısı	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4 ve üzeri		

Aile Fert Sayısı	☐ 1-3	☐ 4-6	☐ 7-9	☐ 10 ve üzeri		
Ailede Toplam Kullanılan Kredi Kartı Sayısı	☐ 1-3	☐ 4-6	☐ 7-9	☐ 10 ve üzeri		
Kaç yıldır kredi kartı kullanıyorsunuz?	☐ 0-1	☐ 2-3	☐ 4 yıl ve üzeri			
Kredi Kartı kullanım Amacı	☐ Alışveriş	☐ Para Çekme	☐ İki birden			
Kullanılan Kredi Kartı Çeşidi	☐ Visa	☐ Master Card	☐ Visa-Mastercard	☐ Diğer		

Kredi Kartına Nasıl Sahip Oldunuz?

- ☐ Şahsen müracaat üzerine
☐ Banka dışı form doldurma üzerine
☐ Tavsiye üzerine
☐ Bankanın müşteri adına düzenlemesi üzerine
☐ İnternet aracılığı üzerine

Kredi Kartını Kullanma Nedenleriniz?

- ☐ Para taşıma riskini azalttığı için
☐ Ödeme kolaylığı sağladığı için
☐ Taksitle ödeme imkanı sağladığı için
☐ Puan biriktirerek bedava alışveriş imkanı sağladığı için
☐ İnternet üzerinden e-ticareti kullanabilmek için
☐ İtibar göstergesi olduğu için

İşlem Yönteminiz yada Ödeme Şekliniz?

- ☐ Otomatik ödeme talimatıyla
☐ Banka şubesinden
☐ İnternet aracılığıyla
☐ Telefon aracılığıyla
☐ ATM aracılığıyla

Aylık kart borçlarının ne kadarını ödersiniz?

- ☐ Ekstre tutarın tamamı
☐ Asgari ödeme tutarı
☐ Ekstre tutar ile asgari tutar arasında bir tutar
☐ Hiç ödemedem bulunmuyorum

Kredi Kartı İçin Tercih Ettiğiniz Harcama Türleri?

- ☐ Market alış-verişleri
☐ Giyim alış-verişleri
☐ Dayanıklı tüketim ve ev eşyaları alışverişi
☐ Diğer mal ve hizmet alışverişleri

Kredi kart limitleriniz?

- ☐ 0-1000
☐ 1001-2000
☐ 2001-5000
☐ 5001-10000
☐ 10000 ve üzeri

Kredi kart ile yapılan harcamalara yönelik aylık tutar?
☐ 0-1000
☐ 1001-2000
☐ 2001-5000
☐ 5001-10000
☐ 10000 ve üzeri

Ek Kart Kullanıyor musunuz?
☐ Evet
☐ Hayır

Kredi Kartına Uygulana Faiz Oranını Biliyor Musunuz?
☐ Evet
☐ Hayır

Kredi Kartı Kullanmak Riskli midir?
☐ Evet
☐ Hayır
☐ Kısmen

Kredi Kartı Kullanmaktan Memnun musunuz?
☐ Evet
☐ Hayır

Kredi Kartıyla ilgili Yenilikleri Nereden Öğrenmektесiniz?
☐ Hesap ekstresinden
☐ Basın reklamları ile
☐ İnternet veya sosyal medya aracılığı ile
☐ Telefona gelen mesaj ile
☐ Müşteri temsilcisinden
☐ Çevreden

Açık Hesap (Veresiye Hesabı) Kullanıyor musunuz?
☐ Evet
☐ Hayır

Eğer Açık Hesaba ilişkin kullanım cevabınız HAYIR ise Açık Hesapla ilgili soruları boş bırakınız.

Açık Hesabı Kullanma Nedeniniz?
☐ Kredi kartı kullanmak istemediğinden
☐ Daha güvenli bulunduğundan
☐ Bürokrasi ve formalitelerin olmayışından
☐ Faiz olayına girmek istemediğinden
☐ Finans kuruluşlarına aracılık yaptırmak istemediğinden

Açık hesapla yaptığınız aylık harcama tutarı ne kadar?
☐ 0-1000 ☐ 1001-2000 ☐ 2001-3000 ☐ 3001-4000 ☐ 4001-5000 ☐ 5001 ve üzeri

Açık hesabı ayda ne sıklıkla kullanıyorsunuz?
☐ 1-3 ☐ 4-6 ☐ 7-9 ☐ 10 ve üzeri

Açık hesapla hangi tür alışverişleri tercih edersiniz?
☐ Market alış-verişleri ☐ Giyim alış-verişleri ☐ Dayanıklı tüketim ve ev eşyaları alış-verişi ☐ Diğer mal ve hizmet alış-verişleri

Açık Hesap Kullanmak Riskli Midir?
☐ Evet ☐ Hayır ☐ Kısmen

İKİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde kart kullanımına ilişkin görüşlerinizi öğrenmek amacıyla çeşitli varsayımlar verilmiştir. Lütfen bu varsayımları kendi düşünceleriniz doğrultusunda; **1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum**, seçeneklerinden birini tik (X) koyarak cevaplandırınız.

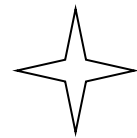
SAYI NO	GÖRÜŞLER	KATILIM DERECELERİ				
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Kredi kartı kullanmak, avantajlı harcama yapma olanağı sağlamaktadır.					
2.	Kredi kartı kullanmak, satın alma kararlarımı etkilememektedir.					
3.	Kredi kartı kullanmak, aşırı borçlanmama neden olmamaktadır.					

4.	Kredi kartı kullanmak, harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellememektedir.					
5.	Kredi kartı kullanmak, alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellememektedir.					
6.	Kredi kartı kullanmak, ihtiyaçtan fazla yada gereksiz harcama yapmaya yol açmamaktadır.					
7.	Genel olarak kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici olmaktadır.					
8.	E-bankacılık hizmetleri güvensizlik düşüncesiyle pek fazla kullanılmamaktadır.					
9.	Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundurmaktayım.					
10.	Kredi kartıyla alışveriş yaptığımda önceki taksitlerimi göz önünde bulundurmaktayım.					
11.	Kredi kartı borcuma işletilecek faiz oranını kontrol etmekteyim.					
12.	Kredi kartı borçları genellikle aylık gelirin üstünde bir tutar olarak yer almaktadır.					
13.	Kredi kartı borcu ödenmediği zaman oluşan faiz tutarı oldukça fazla olmaktadır.					
14.	Aylık kredi kartı borçlarının ödemeleri genellikle aksatılmaktadır.					
15.	Kredi kartı kullanmak; prestij göstergesi olarak daha çok saygı duyulduğumu, diğer insanları etkilediğimi ve daha güzel şeylere sahip olduğumu bana hissettirmektedir.					

Eğer Açık Hesap (Veresiye Hesap) Kullanmıyorsanız Bu Görüşleri Cevaplandırmayınız.						
SAYI NO	GÖRÜŞLER	KATILIM DERECELERİ				
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Açık hesap kullanmak, avantajlı harcama yapma olanağı sağlamaktadır.					
2.	Açık hesap kullanmak, satın alma kararlarımı etkilememektedir.					
3.	Açık hesap kullanmak, aşırı borçlanmama neden olmamaktadır.					
4.	Açık hesap kullanmak, harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellememektedir.					
5.	Açık hesap kullanmak, alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellememektedir.					
6.	Açık hesap kullanmak, ihtiyaçtan fazla ya da gereksiz harcama yapmaya yol açmamaktadır.					
7.	Açık hesapla alışveriş yaptığımda önceki taksitlerimi göz önünde bulundurmaktayım.					
8.	Açık hesap borçları genellikle aylık gelirin üstünde bir tutar olarak yer almaktadır.					
9.	Aylık açık hesap borçlarının ödemeleri genellikle aksatılmaktadır.					
10.	Açık hesap, işyeriyle müşteri arasında sağlam bir güven ortamının oluşmasına sebep olmaktadır.					
11.	Açık hesapla karşılıklı güven duygusu yaratılarak daha fazla alış-veriş yapma olanağı sağlanmaktadır.					



ANKET BİTMİŞTİR. İLGİNİZ İÇİN TEŞEKKÜRLER



EK-3: Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 13/12/2016-175766

T.C.

**FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**

Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu

Sayı :97132852/050.01.04/
 Konu :Yrd. Doç. Dr. Özcan DEMİR (Yük. Lis. Öğr. Zeynep DENK)

İŞLETME ANABİLİM DALINA

İlgi :03/11/2016 tarihli, 169357 sayılı ve "Etik Kurul (Zeynep DENK)" konulu yazı

Anabilim Dalınız Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Özcan DEMİR yönetiminde, Yük. Lis. Öğr. Zeynep DENK'e ait "AVM Müşterilerinin Finansal Davranışlarında Kartlı Ödeme Sistemlerinin İncelenmesi. Elazığ -Malatya Bölgesinde Yapılan Bir Araştırma" konulu çalışma ile ilgili Etik Kurul Kararı ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır.
 Prof.Dr. Mustafa KAPLAN
 Kurul Başkanı

Not : Araştırmacıların TÜBİTAK'a yapılacak başvurular için, tüm üyelerin ıslak imzalarının bulunduğu etik kurul kararını talep etmeleri gerekmektedir.

EK :
 Etik Kurul Kararı 1(bir) sayafa

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı

ETİK KURUL KARARI

TOPLANTI TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR NO	ÇALIŞMACININ ADI SOYADI
08.12.2016	19	13	Yrd. Doç. Dr. Özcan DEMİR

KARAR

“AVM Müşterilerinin Finansal Davranışlarında Kartlı Ödeme Sistemlerinin İncelenmesi. Elazığ -Malatya Bölgesinde Yapılan Bir Araştırma” konulu çalışma etik kurulumuzda görüşülmüş olup; çalışmanın etik kurallara uygun olduğuna oybirliğiyle karar verilmiştir.

Prof. Dr. Mustafa KAPLAN (Başkan)			
Prof. Dr. Demet ÇİÇEK (Üye)	İmza	Prof. Dr. Figen DEVECİ (Üye)	İmza
Prof. Dr. Erdal TAŞKIN (Üye)	İmza	Prof. Dr. Nuri GÖMLEKSİZ (Üye)	İmza
Doç. Dr. Funda GÜLCÜ BULMUŞ (Üye)	Bulunmadı	Doç. Dr. Süleyman İLHAN (Üye)	İmza
Doç. Dr. İrfan EMRE (Üye)	İmza	Doç. Dr. Sebahattin DEVECİOĞLU (Üye)	İmza
Doç. Dr. Özge HANAY (Üye)	İmza	Yrd. Doç. Dr. Nurhan HALİSDEMİR (Üye)	İmza
Yrd. Doç. Dr. Taner YILDIRIM (Üye)	Bulunmadı	Yrd. Doç. Dr. Mehmet TUZCU (Üye)	Bulunmadı

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı :Zeynep DENK
Doğum Yeri :Kocaeli-İzmit
Doğum Tarihi :01.03.1990
Medeni Hali :Bekar

Eğitim Durumu

İlkokul :İzmit Akmeşe Yatılı İlköğretim Bölge Okulu
Ortaokul :Elazığ Selçuklular Ortaokulu
Lise :Elazığ Balakgazi Lisesi
Lisans :Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
Yüksek Lisans :Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı
Yabancı Dili ve Seviyesi :İngilizce – Orta Düzey

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar: -

İletişim

Adres : ELAZIĞ/MERKEZ
Tel :05348336027
E-mail : zeynep_denkyg@hotmail.com