



**KREDİ KARTLARINA GETİRİLEN TAKSİT SINIRLANDIRMASININ TÜKETİCİNİN
HARCAMA DÜZEYİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK BİR UYGULAMA
(TRABZON-GÜMÜŞHANE-BAYBURT ÖRNEĞİ)**

Kurtuluş MERDAN*

Selahattin OKUROĞLU**

Öz

Kart sahibine peşin para ödemedi bir mal satın almayı veya bir hizmetten faydalanmayı sağlayan kredi kartları, modern bir ödeme aracı olarak tercih edilmektedir. Günümüzde paranın tedavül hızından ve kötü kullanımından dolayı kirlenmesi, yıpranması ve değer kaybetmesi gibi nedenlerinden dolayı kredi kartları yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Kredi kartları daha çok maddi imkânları kısıtlı olan kişilerin alım güçlerini desteklemek, varlıkları yerinde olan kişilerin de güvenliklerini sağlamak için kullanılan bir araçtır. Kredi kartıyla gerçekleştirilen işlemler, tüketicilerin ödeme ve borçlanma imkânlarının artmasına, zorunlu olarak elde tutulan para miktarının azalmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda kredi kartı kullanımı paranın dolaşım hızının dengelenmesine ve toplam talebin canlı tutulmasına yardımcı olmaktadır.

Bu makalede kredi kartlarına getirilen taksit sınırlandırılmasının tüketicilerin harcama düzeyleri üzerindeki etkisi analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Gümüşhane- Trabzon- Bayburt illerinde uygulanan anket formlarından 390'ı geçerli sayılmıştır. Bu bağlamda, anket formları SPSS paket programında değerlendirilerek frekans dağılımları çıkarılmış ve %95 güven aralığında güvenilirlik testleri yapılmıştır. Daha sonra çapraz tablolara Pearson Chi-Square (Ki- kare) testi uygulanarak anlamlılık düzeylerine bakılmıştır. Araştırma sonucunda, kredi kartlarına getirilen sınırlandırmaların, sürekli ihtiyaç oluşturan kalemlerdeki tüketimi fazla etkilemeyeceği; ancak diğer kalemlerdeki harcamalarda azalışa yol açabileceği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kredi Kartları, Ödeme Araçları, Tüketici Araştırması, Ki- Kare Analizi

An Application To Measure The Effects Of The Restrictions In The Installment Sellings With Credit Cards, On The Consumption Levels (The Sample Of Trabzon-Gümüşhane-Bayburt)

Abstract

Enabling to buy commodities or services without paying cash at the time of purchase, credit cards are preferred as modern means of payment. Today, the speed of the circulation and depreciation of banknotes are also the reasons for the usage of cards widely. A fortiori, credit cards have been using to support the purchasing power of the people with limited income, on the other hand they are the instruments to ensure the safety of the people with sufficient assets. Operations carried out by credit cards cause increasing in payment and borrowing abilities of the consumers, at the same time diminishing precautional holdings. However, credit card usage helps to stabilize the velocity of money circulation and supports aggregate demand.

In this article, it is intended to measure the effects of the restrictions in the installment sellings, which are actualized by credit cards, on consumer spending levels. For this purpose, 390 of the survey forms applied in Gümüşhane-Trabzon-Bayburt provinces were approved valid. Upon evaluated data with SPSS software, frequency distributions were obtained and reliability tests were performed in the 95% confidence intervals. Then, Pearson Chi-Square tests were implied for the significiance levels. According to the results, the restrictions on

* Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Meslek Yüksekokulu, kurtulus_m@hotmail.com

** Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Meslek Yüksekokulu,



the credit card usage could not affect the consumption of the compulsory or basic items; however, could cause decreases in the expenditures for the other goods.

Keywords: Credit Cards, Payment Tools, Consumer Research, Chi-Square Analysis

GİRİŞ

Bir asırdan daha fazla geçmişe sahip olan kredi kartları, kart sahibine peşin ödemeye ihtiyaç duymadan finansal kurumla anlaşmalı işyerlerinden mal ve hizmet satın alma olanağı veren bir ödeme aracıdır. Kredi kartının modern anlamda kullanımı ilk defa yirminci yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) gerçekleşmiştir. Buna karşın, 19. yüzyılın son çeyreğine doğru ABD'de kredi kartıyla benzer nitelik taşıyan kredi jetonu uygulamasına rastlanmaktadır. Jetonlar, genelde toptan alışveriş yapan tacirleri, mal tedariki açısından rahatlatmaya yöneliktir. Ancak, para transferleri ve kredilendirme özellikleri taşıyan bu aracın ortaya çıkışı, genel anlamda tüketim düzeylerinde bir artış olmasıyla ilişkilidir. Buna paralel olarak söz konusu dönem, reklamcılık-gazetecilik ilişkisinin kemikleştiği; basında magazin içeriklerinin oran olarak arttığı, sadece burjuvazinin değil işçi sınıfının da siyasal kamusalıktan uzaklaştığı döneme denk gelmiştir (Conboy, 2004).

Klasik kapitalizmin eseri olan sanayi toplumlarının refah toplumuna dönüşmesi; sosyal politikalar, verimlilik artışı ve ücret mücadelesi çerçevesinde ortaya çıkan bir sonuçtur (Heffernan, 2000). Buna karşın, tüketim toplumunun yükselişi, farklı bir durumdur ve daha çok tüketicilerin dünya algısında, satın alınan materyallerin nasıl konumlandığıyla ilgilidir. Tüketim toplumunda, bireyler için materyale sahip olmak hayatın amacı haline gelmekte ve tüketim biriminin (birey ya da aile) iflas etmesine yol açacak ağır borç yükü altına girilebilmektedir. Böyle bir dünya algısının yaygınlaşması, kültürde ve medyada yaşanan değişimlere bağlıdır. Medyanın kullandığı iletişim altyapısı ise, aynı zamanda, finansal ağların yaşam destek sistemidir (Schiller, 1986). Tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkan değişimler iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle bir araya geldiğinde, bankacılık ve medya alanlarında değişim yaşanmış; sonuçta, tüketim toplumu yükselişe geçmiştir. Böylece, 1958'de ABD'de kullanıma sunulan Diner's Clup kartlarının işlevi, tacirlerin, her tedarikçiyle ayrı ayrı anlaşma yapmasına gerek kalmadan farklı noktalardan vadeli mal almasını sağlayan bir sistem sunmakla sınırlıydı. Kısa zamanda, kartlar, tüketicilere nakit kullanmadan harcama olanağı sağlayan bir araç haline geldi ve farklı kuruluşların çıkarttığı kartlarla yeni bir pazar oluştu (Bergsten, 1967:485). Türkiye'de ise, ilk kredi kartı Diners Clup adıyla 1968 yılında çıkarılmıştır.

Yirminci yüzyılın çoğunu, sanayileşme ya da üretimi arttırma çabasıyla geçiren Türkiye'de, toplumun genelinde tüketmek değil, zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak ve tasarruf etmek anlayışı egemen olmuştur. Böylece, kredi kartları uzun bir süre, az sayıda seçkinin yurt dışı gezilerinde kullandığı bir araç oldu (Demirdağ ve Baydemir, 1997). Ancak, ABD ve Batı Avrupa'da, yeni sağ ya da yeni liberal iktidarlar, dünya çapında mal ve sermaye dolaşımını serbestleştirmeye girişmiş; Türkiye de bu eğilimin dışında kalamamıştır. Dolayısıyla, iletişim



altyapısı-medya-finans ilişkisi eksenindeki değişimin, tüketim toplumunu desteklemesi, Türkiye örneği için de geçerlidir. Öte yandan, 1980 sonrasında hem medyayı hem de ulusal pazarı liberal ilkelere terk eden merkezi siyasalar en önemli faktör olarak ayrıca, irdelenebilir. Deregülasyon ya da devletin düzenleme yapmaktan vazgeçmesi olarak uygulanan siyasalar, medyanın sahiplik yapısını, bankacılığı ve toplumun tüketim alışkanlıklarını hızla dönüştürmüştür (Adaklı, 2001). Gazetecilik, istihdam güvencesine sahip bir meslek olmaktan çıkmış; magazinleşme ve reklamcılığın etkisi, içerikleri başkalaştırmıştır (Dağtaş, 2003). Aynı dönemin bir başka gelişmesi, analog santrallere dayalı iletişim altyapısının yerine dijital santrallere dayalı altyapının kuruluşudur. Sonuç, Türkiye'nin genel anlamda tüketim toplumuna dönüşmesi ve milli gelir artarken, gelir dağılımı bozulmasıdır.

1980'li yıllarda, yüksek gelirli tüketiciye özgü olan kredi kartının, milli gelirdeki payı giderek azalan yoksul kesimlerde ise, refahın ve itibarın sembolü olarak görülmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu durum, bazı malların gösterge değeriyle algılanmasına benzetilebilir. Tüm materyalleri sağlayan materyal olarak sunumu yapılan kredi kartının, yeni toplumsal yapıdaki önemi herhangi bir maldan çok daha büyüktür. Böylece, 1990'lı yıllarda mal alışverişi ve hizmet sektöründe de kullanılmaya başlanan kredi kartlarının asıl yaygınlaşması 2000'li yıllara denk gelmektedir. Dolayısıyla, kartlarla gerçekleşen alışverişlerin oranının süratle arttığı söylenebilir.

2000 Kasım ve 2001 Şubat kriziyle birlikte nakit sıkışıklığına giren tüketicilerin harcamalarını kısınamaması ve temerrüde giren borçlarını, yine borçla kapatmaya çalışmaları, tüketim toplumunun tipik görünüşleri arasındadır. Bu noktada, zenginliğin sembolü olan kredi kartlarına duyulan arzu, daha fazla borca girmek gibi akılcı olmayan bir tercihi yaygınlaştırmış olabilir. Bankaların, herkesi kredi kartı sahibi yapmaya çalışan reklam kampanyaları ya da alışveriş merkezlerinin kampanyaları, birçok insanı zayıf bir anında yakalayarak kredi kartı almaya itmiştir. Geniş bir yelpazedeki malların/hizmetlerin alınması karşılığı önerilen hediye ya da bonuslar, indirimler ve taksitler, bu finansal ürünün cazibesini artırmıştır. Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının geliştiği bu dönemde, hemen her reklam kuşağında ürün ya da hizmete yönelik reklamların arasında, en az bir kredi kartı reklamı yayınlanmış; dolayısıyla, ürünlere ulaşmayı sağlayan ürün imajı da oturtulmuştur. Tüm bunlar, kredi kartlarının pozitif yönlerinin yanında negatif yönlerinin irdelenmesini ve bunu yaparken, yaygın kültürün ve medyanın göz önünde tutulmasını gerektiren çerçeveyi çizmektedir.

Tüketimin artması ve ödemelerin kayıt altına alınması gibi sonuçları bağlamında rasyonel bir aygıt gibi görünen kredi kartı kullanımı, orta ve dar gelirli sınıflar arasında yaygınlaştıkça, rasyonel olmayan sonuçlar doğurmaktadır; bu noktada, ekonomi üzerindeki etkileri ise, negatiftir. Borç batağına girerek finansal sisteme sürekli faiz ödeyen ve gelir dağılımı içindeki durumu daha da bozulan tüketiciler, önemli bir sosyal problemdir. Bu bağlamda sınırlı gelirini, en üst gelir gruplarına transfer eden yurttaşların durumu, klasik liberalizmin varsayımları içerisinde incelenemez (Freeman, 2013:151). Söz konusu koşullar



altındaki kredi kartı sahiplerinin konumu, tüketim birimi ya da üretim birimi/emek olmanın dışındadır ve *içsel sömürgeleşme* kavramını akla getirmektedir (Habermas, 1989).

Negatif yönlü servet transferinin, bireyin ya da ailenin tüm birikimini yok ederek, yaşamı sürdüreceği gelire de el koyması, kredi kartlarının başlangıçta arttırdığı tüketim düzeylerini, sonradan çok daha geriye çekebilir. Mal satacak tüketicinin kalmayacağı bu koşullar altında, üretimin temel faktörü olan emeğin de yaşama ve üretme olanağı ortadan kalkmakta topyekûn bir kriz olasılığı doğmaktadır. Gerçekte, 2000 ve 2001 yılı krizleri, Türkiye'nin kendi finansal sisteminden kaynaklanan bir kriz yaşama olasılığının her zaman bulunduğu kanıtıdır. Tam bu noktada, sistemin, toplumun yaşam dünyası ile uzlaşmak zorunda kaldığı alanda, hukuk kodları, (Habermas, 1989) bireyi, tüketici kadar yurttaş olarak da görmek zorundadır. Ancak, Türkiye'de hükümetlerin düzenleme önerilerine uzun süre tepkisiz kalması, -tıpkı 24 Şubat kararları ve 12 Eylül 1980 sonrasında olduğu gibi-, kendi gereksinimleri için kendi siyasalarını üretmekten uzak bir yapıya işaret etmiştir.

Bankalar kanununda Şubat 2014 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere yeni bir düzenlemeye gidilmiştir. Bu bağlamda, **kredi kartları**yla gerçekleştirilecek; yemek, gıda, akaryakıt, iletişim ve sarrafiye mal ya da hizmetlerinin alımlarında taksit uygulaması kaldırılmıştır. Bunların dışındaki mal ve hizmet alımlarıyla nakit çekimlerinde ise, taksitlendirme süresinin en fazla 9 ay olacağı hükmü getirilmiştir. Böylece, kredi kartlarındaki taksit uygulamasına getirilen söz konusu sınırlamaların, belli tüketim alışkanlıkları içine hapsolmuş tüketicilerin harcama düzeyinde yaratacağı değişim irdelenebilir.

1. Kredi Kartları: İtibar ve İflas

Kullanıcılar için kredi kartı, fazla nakit para taşımaya gerek bırakmayışı, alışverişler için kısa süreli faizsiz kredi kullandırması, vadeli satın alma ve nakit kredisi olanağı sağlaması bağlamında, finansal bir üründür. Bunların yanı sıra, itibar göstergesi kabul edilmesi, puan birikimi sağlayarak bedava alışveriş yapma imkânı ve ödeme kolaylığı yaratması gibi avantajları, kredi kartlarını yaygınlaştıran özellikler olarak görülmüştür (Kaya, 2009:1). Öte yandan, kredi kartlarının tanımında yer alan, güven unsuru ve prestij kaynağı gibi nitelikler, ekonomini rasyonel bir işleyişe sahip olması halinde geçerlidir. Ekonomik yaşamın sağlıklı ve bankalar piyasasındaki işleyişin kontrollü olması bağlamında kart hamili, nakit ödeme güçlüğü çeken değil, kredisi yüksek bir birey olarak algılanabilir. Gerçekte, Batı dillerinde, *credit* kelimesi, güvenmek ve inanmak anlamına gelen Latince bir fiilden türemiştir. Buna bağlı olarak, tacirin itibarı ve borçlanabilmesi arasındaki ilişkiye, liberal ekonomi politişin ve sosyolojinin temel eserlerinde yer verilmiştir (Weber, 1985). Ancak, Türk toplumunda kredi, öncelikle borç ve faiz anlamında, getirdiği yükümlük çerçevesinde algılanan bir kavramdır. Ekonominin işleyişinin ve tüketici davranışının sağlıklı olmaktan uzaklaştığı yakın geçmişte, giderek sıradanlaşan kredi kartı kullanımı, saygınlıkla değil, ödeme güçlüğü ve yoksullukla algılanmaya başlamıştır. Bu bağlamda, medyada kredi kartlarının saygınlık, seçkinlik ve kolaylık olarak sunumunun sürmesi tutarsız bir durum oluşturmaktadır. Finansal ürünlerin, tutarlı çerçevede sunulmadığı ve kredi kartıyla borçlanan



tüketicilerin rasyonel tercih yapma imkânının kalmadığı koşullar altında, hukuki düzenlemelerden beklenen sonuç elde edilemeyebilir.

Ulusal ya da uluslararası çapta alışverişlerin internet üzerinden yapılabilmesi de kredi kartlarının kullanımını desteklemektedir. Ancak, ürünlerin uzak mesafelere nakledilmesinin maliyeti ve nakil süreleri, hiçbir zaman ortadan kalkmayacak engellerdir. Böylece, gümrük oranlarının sıfırlanacağı varsayılsa dahi, malların tüm dünyada aynı fiyattan satılması gibi bir olasılık yoktur. Son tüketicinin, mesafeli alışveriş çerçevesindeki olanaklarının sınırlı kalacağı söylenebilir.

Harcamaların artması, kredi kartı hizmetini sunan bankalar arasında bir mücadele doğurmuştur. Böylece, kredi kartları pazarında ilk anda rekabet durumuna benzeyen bir çeşitlilik gözlenmektedir. Öte yandan, finansal piyasalarda tam rekabet koşullarına yaklaşılması olası değildir. Ülkelerin kendi içinde faiz oranları sabittir ve sermaye, doğası gereği kıt olmak zorundadır. Küreselleşmenin ortaya çıkardığı uluslararası bütünleşik finansal piyasa ise, büyük sermayenin ya da yatırımcıların dolaşım özgürlüğü olarak kabul edilebilir. Bu bağlamda, bankaların dünya piyasalarından ucuza sağladığı krediler, ulusal pazarlardaki sermayenin fiyatından bağımsızdır. Bir başka deyişle, kredi kartları pazarındaki çeşitlilik, fiziki görünüm ve kullanım özellikleri çerçevesinde biçimseldir. Gecikme ve nakit çekim faizlerinde ya da ödeme koşullarında, önemli bir farklılaşmadan söz edilemez. Gerçekte, kredi kartı kullanımının ve tüketimin artması, hane başına düşen borç miktarını arttırarak sermayeyi kitledirmekte ve dünya çapında faiz oranı düşse dahi yeni gelişen ulusal pazarlarda faiz, yüksek kalmaktadır.

Türkiye’de bankalar arasındaki pay kapma yarışını, rekabet kavramıyla açıklamak zordur. Mevcut durum, finansal ürünleri ucuzlatmadığı gibi, bankalar arası işbirliğini arttırmakta; dolayısıyla, eksik rekabet piyasası kavramıyla örtüşmektedir. Verimliliği arttırmak için işbirliğine giden birden çok banka, Worldcard, Bonus Card, Axess, Maksimum, Advantage gibi ortak kredi kartı platformları kurmuştur. Rekabete aykırı bu uygulamalar karşısında bankalar, işbirliğinin, bankacılık sektörünün sağlıklı gelişimine ve sürdürülebilir büyümesine katkı sağladığı gibi argümanlar sunabilir. Öte yandan, bankacılığı da içeren liberalleşme sürecinin geçmişi otuz yıla yaklaştığı halde, bankaların kendileri için savunduğu büyümenin, genel anlamda ekonominin büyümesine ya da kalkınmaya katkısı tartışmalıdır. Türk ekonomisi, geçen zaman içinde gerçekten büyüme yaşamıştır; ancak, benzer koşullara sahip ülkelerin aynı süreçteki kalkınmasıyla karşılaştırıldığında, Türkiye’nin performansı olağanüstü değildir.

Liberalleşerek küresel finans piyasalarına eklemlenen bankaların, kalkınmayı destekleyen bir unsur olarak incelenmesi kadar, milli gelir artışından payını alarak, kalkınmayı kontrol altında tutan sınırlayıcı bir faktör olarak görülmesi de olasıdır. Bankaların, tüketicilere sundukları finansal ürünlerin ve özelde kredi kartlarının, toplumun genel refahı açısından durumu benzer biçimde, çift taraflı olarak incelenmelidir. Medyaya reklam verenler arasında başı çeken bankaların, özel yayıncılıkta prodüksiyon ya da içerik kalitesini



desteklediği; bunun da kültürel yaşamı zenginleştirdiği iddiası benzer çerçevede ele alınabilir. Öte yandan, bu durum, profesyonelce hazırlanmış metinlerin, tüketicileri rasyonel tercihlerden uzaklaştırması; daha sonra üretim ve tüketim birimi olan bireylerin bütçelerini çökertmesi ve sonuçta ekonomik krize götüren faktörler arasında yer alması biçiminde açıklanabilir.

Kredi kartı kullanımı, avantajlar yanında dezavantajlar da içermektedir. Söz konusu avantajları kart hamili, finansal kuruluş, üye işyeri, kredi kartını çıkaran ya da kabul eden banka ve ülke ekonomisi açısından değerlendirebiliriz.

1.1. Avantajları

1.1.1. Kart Hamili Açısından

Dijital ağlar üzerinden doğrudan banka hesabına bağlanan kartlar, diğer ödeme araçlarına göre güvenilir bir alternatiftir; böylece, kartı kabul işletme açısından hizmet yönü ağır basmaktadır. Bu durum, yeterli kaynağı olanları da para taşıma külfetinden kurtarmaktadır.

Kredi kartları, ekonomik sıkıntıyla karşılaşan tüketicilere, alışverişlerde vade avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda, müşterilerden genelde ücret ya da komisyon talep edilmemektedir. Kredi kartı, diğer ödeme araçları olan çek ya da senetle karşılaştırıldığında kullanım açısından daha pratik, güvenilir ve hızlıdır.

Kredi kartları ülke dışında da rahatlıkla kullanılabilir. Uluslararası nitelik taşıyan ve sisteme kayıtlı olan bankaların ATM'leri nakit çekimler için ulusal sınırlar dışında hizmet vermektedir. Yurtdışına ulusal ya da yerel para götürme, ulusal paranın gittiğiniz ülkenin parasına çevrilmesi esnasında kayba uğrama gibi dezavantajlara karşı kredi kartları kolaylık sağlamaktadır.

Kredi kartları, acil durumlarda tüketicilere finansal destek sağlamaktadır. Kart hamilleri, ellerinde her zaman yeteri kadar para bulunduramayabilirler. Ücretli çalışanlar, ay sonu gelmeden mevcut gelirini tüketebilmekte ve maaş gününe kadar ödeme güçlüğü çekebilmektedir. Bu durumda kişiler, kredi kartı kullanarak yaşam standartlarını düşürmeden geçimini sağlayabilmektedir. “Önce harcayın, sonra ödeyin” avantajıyla kart sahipleri, yaptıkları alışverişlerin ödemesini erteleyerek ihtiyaçlarını karşılamakta ya da kartı veren bankanın ATM'lerinden ve şubelerinden nakit avans çekebilmektedir. Kredi kartı sahipleri posta, telefon ya da internet ağlarını kullanarak uçak, otobüs, tren, konser, maç, tiyatro, sinema biletlerini ya da diğer ihtiyaçlarını sipariş ederek, adreslerine teslim edilmesini isteyebilmektedirler (www.kredi-kartlari.net). Ayrıca, kullanıcılarına promosyon, sigorta imkanı ve diğer bankacılık işlemlerinde kolaylık sağlanabilmektedir.

1.1.2. Üye İşyeri Açısından

Kredi kartları tüketicilerin harcama kalemlerinde artış yaratmaktadır. Kredi kartı kullanımında uygulanan taksit ve ödeme kolaylıkları, genel harcamalarda bir artış sağlarken,



üye işyerlerinin de müşteri sayısı, iş hacmi ve cirosu da artmaktadır. İşyerleri, kredi kartı kullanımıyla birlikte nakit para sayım işleminden ve sahte para alma olasılığından kurtulmuş olacaktır. Böylece, kartlar firmanın, müşterilerine zaman kaybettirmeden seri ve rahat işlem yapmasına katkıda bulunmaktadır.

1.1.3. Kredi Kartını Çıkaran Kurum Açısından

Kredi kartını çıkaran bankalar, kredi kartı kullanan müşteriler ilk defa kredi kartı sahibi olduklarında kredi kartı ücreti, her kart yenilemede ise, kredi kartı yenileme ücreti almakta ve işyerlerindeki farklı bankalara ait kredi kartı cihazlarıyla (POS) yapılan alışverişler üzerinden komisyon kazanabilmektedir. Müşteri ödeme gününü geçirdiği takdirde, hesap özeti borcu üzerinden faiz, nakit çekimlerinde işlem komisyonu, alışverişlerde limit aşım ücreti, fiş ücreti, yıllık kullanım ücreti şeklindeki farklı kalemler bankaların kazandığı diğer ücretlerdir.

1.1.4. Kredi Kartını Kabul Eden Banka Açısından

Kredi kartı sistemi uygulamada iki farklı şekilde gerçekleştirilebilir. Kredi kartını veren banka ile POS ya da imprinter cihazını veren, (kartı kabul eden) banka genellikle aynı değildir. Kredi kartını kabul eden bankanın ana geliri komisyon bedeli ya da ödenen paraya bloke koyduğu gün sayısıdır.

1.1.5. Kredi Kartı Kurumları Yönünden

Kredi kartlarının organizasyonu içerisinde, MasterCard, Visa, Amex, Diners Club ve JCB adı altında başlıca beş kurum bulunmaktadır. Bu kuruluşların dünyada 1 milyar âdetin üzerinde kredi kartı bulunmaktadır. Kredi kartlarında bir artış gerçekleşmesi bu kuruluşlara prestij sağlamakta, özellikle bu kuruluşlar bankalara kredi kartı sistemini oluştururken ya da sistemin devamı sırasında sunmuş oldukları hizmetler karşılığında belirli bir ücret ya da komisyon almaktadırlar.

1.1.6. Ülke Ekonomisi Açısından

Kredi kartları banknot kullanım ihtiyacını azaltmakta ve kayıt dışılığı önlemektedir. **Kredi kartı** ile gerçekleştirilen tüm para akışı ve harcama kalemleri ekonomik sistem içerisinde kayıt altına alınmakta ve yatırım- tasarruf akış hızı eşliğince ticari faaliyetler canlanmaktadır.

Kredi kartlarının kullanımıyla birlikte genel olarak kâğıt üstünden kayıt zorunluluğu azalmakta; böylece, kartların işlem maliyeti konusunda ve GSYİH’de tasarruf sağlanmaktadır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması GSYH’de olası dalgalanmaları azaltarak ‘otomatik sabitleyici’ işlevi görmesini sağlamaktadır.

Nakit para yerine kart kullanılması hem bürokrasiyi azaltmakta, hem de harcamaların kontrolünü sağlayarak şeffaflık getirmektedir.

Kredi kartı kullanımındaki % 1’lik artış vergi gelirlerinde yaklaşık %0,85 büyüme sağlamaktadır. Para arzındaki artış enflasyonda artış yaratırken, alışverişlerde nakit yerine kredi kartı kullanımı, enflasyonda düşürücü etki yaratmaktadır (www.yeniisfikirleri.net).



1.2. Dezavantajları

Kredi kartı, genel anlamda bakıldığında insanların hayatını kolaylaştırmak için kullanılan bir araç olarak görülmektedir. Kredi kartlarının bilinçsizce kullanılması ise, yaşamı zorlaştırarak kullanıcılarını ciddi oranlarda zarara uğratabilir.

Kredi kartı kullanıcıları kendini kontrol edemeyip aşırı derecede harcama yaparak büyük bir borç altına girmektedirler. Zamanla bu borcu ödeyemez hale gelmeleri, banka tarafından hukuki takip işlemleri başlatılmasına kadar gidebilmektedir.

Kredi kartı ile alışverişi kabul eden kuruluşlar, kredi kartı kullandırma bedeli olarak bankaya ödemiş oldukları komisyonu, satılan mal ve hizmetlerin fiyatlarında artış yaratarak karşılamaya yönelmekte; dolayısıyla fiyat artışları tüketicilere yansımaktadır.

Kredi kartları konusundaki mevzuatın yetersiz oluşu nedeniyle, ilgili uyumsuzluklar daha çok kart veren kuruluşların lehine sonuçlanmaktadır. Bu durumun tek istisnası, kart kullanım aidatı adı verilen yıllık ücrettir. Öte yandan, konu üzerine genel bir düzenleme yapılmadığı için, ilgili itirazlar halen, her kart hamilinin şahsi başvurusunu gerektiren uzun bir süreçten sonra karara bağlanmaktadır. Finansal kurumlar, kredi kartı hamillerine imzalattıkları sözleşmeleri kendi lehlerine düzenlemeyi ve müşterilerine açıklama yapmadan işlem gerçekleştirmeyi sürdürmektedir.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

Kredi kartlarına getirilen taksit sınırlandırılmasının tüketicinin harcama düzeyleri üzerindeki olası etkisi Gümüşhane-Trabzon- Bayburt ekseninde incelenmiştir. Kuramsal çerçeveyi oluşturmak açısından, kredi kartları üzerine gerçekleştirilmiş çalışmalardan bazıları şunlardır.

Torlak (2002), bireylerin demografik özellikleri ile kredi kartı kullanımına konu olan tüketici davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma sonucunda, farklı tüketici gruplarının kredi kartı kullanımının; gıda, temizlik harcamaları, giyim ve akaryakıt alanlarında yoğunlaştığı; bunları, diğer ürünlerin izlediği tespit edilmiştir.

Örücü (2003) ise, kredi kartı kullanım hacmine ve tüketici davranışlarına etki eden faktörleri belirlemeye çalışmıştır. Bu bağlamda, kullanım tercihleri açısından meslek, yaş, eğitim, faiz oranları ve gelir düzeyinin etkileri araştırılmıştır. Bulgular çerçevesinde, yaş, eğitim ve gelir düzeyinin etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Karamustafa ve Biçkes (2003) tarafından Nevşehir iline yönelik gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise, bireylerin demografik özellikleri ve kredi kartı kullanımı çerçevesinde, tüketim alışkanlıklarında görülen farklılıklarını araştırmışlardır. Çalışmalarında, kredi kartlarının finansal destek oluşturma ve alışverişlerde kolaylık sağlama özellikleri, kredi kartı sahibi olmaya ve kullanmaya iten faktörler olarak belirlemişlerdir. İstatistiksel olarak anlamlı farklılık yaratmayan değişkenler ise, cinsiyet, gelir getirici bir işte çalışıp çalışmama ve emeklilik olarak bulunmuştur. Buna karşın, Çavuş (2006) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucunda, sosyo-ekonomik ve demografik faktörler ile kredi kartı sahipliği ve kullanımı arasında kesin bir ilişki



bulunmuştur. Bu çalışmada, Türkiye’deki kredi kartı kullanıcılarının kredi kartı taleplerini ve kullanımlarını etkileyen faktörler incelenmiş; daha sonra, kredi kartlarının harcamalar ve para talebi üzerindeki etkisi ele alınmıştır.

Pinto vd., (2005) tarafından ortaya konulan çalışmada, yükseköğretim öğrencilerinin kredi kartı kullanımına yönelik davranışlar ile toplumsal etmenler arasındaki ilişkiler değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bulgular, kredi kartı kullanımıyla ilgili bilgi akışında ailenin en önemli faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, aile kadar etkisi olmasa da diğer önemli bir faktörün de okul olduğu sonucuna varılmıştır.

Durukan, Elibol ve Özhavzalı (2005), kredi kartlarındaki taksit uygulamasının tüketicilerin harcama alışkanlıkları üzerindeki etkisini ölçmeye çalışmışlardır. Bu çalışmanın sonuçları ekseninde, Bankalar Kanunu’nda ve Tüketici Koruma Kanunu’nda yapılacak ilave değişikliklerle, tüketicilerin korunmasına yönelik önlemler artırılması önerisi getirilmiştir. Buna ilaveten düzenli bir geliri olmayanlara kart verilmesinin engellenmesi ve tüketicinin gelir düzeyinin üzerindeki kart limitlerinin sınırlandırılması düşünülmektedir. Bu bağlamda, alış-veriş, nakit çekim ve temerrüt faizlerinin belirli bir oranın üzerine çıkması durumunda yasal açıdan sınırlandırmaya gidilebilir. Önerilen diğer bir yöntem ise, kredi kartları konusunda yazılı, işitsel ve görsel iletişim araçları üzerinden tüketicinin bilgilendirilmesidir.

Tuğay ve Başgül (2007) çalışmalarında, Burdur ilinde kredi kartı kullanıcılarının demografik özellikleri ile harcama miktarları arasında bir ilişkinin olup olmadığını belirlemeye çalışılmışlardır. Ayrıca, kredi kartlarının kullanıcılar açısından finansal bir nitelik taşıyıp taşımadığının demografik açıdan değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma da, kredi kartı kullanımı konusunda toplumun bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalara önem verilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda, devlet ile tüm sivil toplum kuruluşları arasındaki koordinasyon sağlanarak, toplumu kredi kartlarının kullanımı konusunda bilgilendirme ve bilinçlendirme toplantıları, paneller, seminerler, konferanslar düzenlenmesi önem arz etmektedir.

Keskin ve Koparan (2010), üniversite öğrencilerinin sosyo- ekonomik ve demografik faktörlerin kredi kartı kullanımı üzerindeki etkilerini Logit modeli çerçevesinde incelemeye çalışmışlardır. Çalışmada, Öğrencilerin eğitim gördüğü yer ile ailelerinin ikamet ettiği yer arasındaki mesafe arttıkça öğrencilerin kredi kartına sahip olma ihtimalinin de arttığı görülmektedir. Diğer yandan, öğrencilerin yaşları ilerledikçe, aylık harcama tutarları arttıkça ve ailelerinin aylık gelirleri yükseldikçe kredi kartına sahip olma olasılığı artmaktadır. Buna karşılık, öğrencilerin kardeşlerinin sayısı arttıkça kredi kartına sahip olma olasılığı azalmaktadır. Sonuç olarak, üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımında sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin önemli bir etkiye sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Çiçek ve Demirdelen (2010) ise, akademisyenlerin kredi kartına yönelik tercihlerini, demografik açıdan değerlendirmeye çalışmıştır. Çalışmada, kredi kartlarının harcamalar üzerindeki etkisi, kredi kartı kullanım sıklığı ve kredi kartı kullanım alanları, farklı



derecelerdeki akademik personelin, demografik özellikleri açısından incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına göre kredi kartlarını, yardımcı doçent ve araştırma görevlileri taksit imkânları; profesör ve doçentler ise, yaşam kalitesini yükseltmesi nedeniyle tercih etmektedirler. Kadın akademisyenlerin kullanımı çerçevesinde ortaya çıkan farklılık, daha çok nakit ihtiyacının karşılanması çerçevesindedir.

Akın vd., (2013) İngilizce olarak yayınladıkları çalışma, kredi kartlarına yönelik yasal düzenlemelerin sadece bankacılık piyasasını değil; tüm ekonomiyi olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Türkiye’de bankaların kredi kartları üzerinden aldıkları işlem ücretlerine yönelik 2005 tarihli düzenleme tek başına fazla etkili olmadığı halde; 2006’da faiz oranları için getirilen sınırlamalar, sektörde rekabeti arttırarak bankaların toplam gelirini yükseltmiştir. Bulgular, oligopol niteliğindeki piyasaların, ekonominin genel gelişimini olumsuz etkilediğini; bankacılık ürünleri piyasasının da buna uyduğunu kanıtlamaktadır. Dolayısıyla, piyasaların kendi haline bırakılmasının, uzun vadede refah üreteceği yönündeki klasik kuramlar; en azından finans alanı için, geçerli değildir.

Yasal düzenlemelerin, ekonomik büyüme ve genel refahı destekleyeceği yönündeki daha geniş kapsamlı bir çözümlenme ise, Freeman (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma, Amerikan ekonomisinin genelinde tüketiciler arasında *yapısal eşitsizlik* bulunduğunu ve bankacılık sektörünün başarısının, bu eşitsizliği yoksul tüketici aleyhine daha da arttırdığını öne sürmektedir. Düşük gelirli tüketiciler, geçimini sürdürmek için kredi kartına bağımlı hale geldikçe, ekonominin temel varsayımı olan rasyonel tercihte bulunabilme yetisini yitirmektedirler. Bu bağlamda, kredi kartı faizlerini azaltmak ve temerrüte düşmüş borçların yeniden yapılandırılmasını sağlamak gibi tedbirler, sağlıklı işleyen bir ekonomi için gereklidir.

Kredi kartları kullanımına bağlı harcamaları irdelleyen Durkin, Elliehausen ve Zywicki’nin (2015) çalışması ise, klasik ekonomi politiğin rasyonel tercih yaklaşımı karşısında, *davranışsal yasalar ekonomisi* çerçevesindeki kuramları ele almaktadır. ABD’deki federal kuruluşların 2010 sonrası politika değişimleri bağlamında dikkate aldığı yeni yaklaşım, destekleyici bulgular açısından bazı kusurlar içermektedir. Öte yandan, artan kredi kartı kullanımının; tüketicilerin bilinçsiz davranışlarına ya da kısa vadede mali sıkıntıları aşma düşüncesine bağlı olduğu yönünde genel bir kabul oluşmuştur. Freeman’ın (2013) tarihli çalışmasına paralel biçimde, Durkin, Elliehausen ve Zywicki (2015) de, dar gelirli tüketicinin kullanımını sınırlandıracak ya da borçların yeniden yapılandırmasını sağlayacak yasal düzenlemelerin, ekonominin genel işleyişi açısından yararlı olduğu sonucuna varmışlardır. Öte yandan, ABD bazındaki çalışmaların, kapsamlı öneriler içerdiği; ayrıca bu yönde siyasal irade oluştuğu görülmektedir. Türkiye’de önceki yıllarda, bankacılık piyasasına ve kredi kartı pazarına yönelik yapılan düzenlemeler dahi fazla kapsamlı değildir. Belli ürünlere taksitli satışı yasaklayan; diğerlerine yönelik taksit sayısını sınırlandıran düzenleme ise, oldukça dar kapsamlıdır. Mevzuattaki boşluklar da dikkate alındığında; bankalara değil tüketiciye yönelik düzenlemenin beklenenden farklı sonuçlar doğurması olasılığı dikkate alınmalıdır.



3. YÖNTEM VE ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Çalışma, son dönemde kredi kartlarına getirilen taksit sınırlandırmasının tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde yaratacağı etkinin düzeyini ve yönünü belirlemek amacıyla yapılmıştır. Olası etkiyi analiz edebilmek için, Trabzon-Gümüşhane-Bayburt il merkezleri çalışma alanı seçilmiştir. Yapılan araştırma, örnek iller içerisinde kredi kartına getirilen taksit sınırlandırmasının ülke ekonomisi üzerindeki sonuçlarını ortaya koyması ve bu ekseninde öneriler sunması açısından önem oluşturmaktadır.

Kullanılacak veri setini elde etmek için, öncelikle Trabzon- Gümüşhane- Bayburt illerinde kredi kartı kullanıcılarına ulaşılmıştır. Örneklem, üç il merkezinde, harcamalarını kredi kartıyla gerçekleştiren 18 yaş ve üstü tüketicileri kapsamaktadır. Bu ekseninde, sağlıklı veriler elde edebilmek için anket formları 15 Mart-20 Haziran 2015 tarihleri arasında ağırlıklı olarak kamu kuruluşlarında çalışan kredi kartı sahiplerine uygulanmıştır. Daha sonra, her ilin nüfusu ve çalışan sayısı dikkate alınarak örneklem oluşturulmuştur.

Evren sayısı bilinmediğinden, bu yöntemde uygun örnek kütleinin büyüklüğünün belirlenebilmesi için;

$$n = \pi(1 - \pi) / \left(\frac{e}{Z}\right)^2 \text{ formülü kullanılmıştır.}$$

π ve $(1 - \pi)$ değerlerinin hesaplanmasında en büyük varyans değeri olan 0.25 kullanılmıştır. Standart sapma (Z) olarak da 0.95 güven aralığı esas alınmıştır. Standart hata (e) ise, 0.05 olarak belirlenmiştir. Bu formülde değerler yerine konulduğunda minimum örneklem büyüklüğü 384 olarak bulunmuştur. Ana kütleinin tamamına ulaşmanın zaman ve maliyet açısından epeyce güç olmasından dolayı araştırma örnek olarak ele alınan kitleden meydana gelmektedir. Her ildeki toplam ve çalışan nüfus, kredi kartı kullanıcısı tüketicilerin sayısı için ölçüt kabul edilerek, minimum büyüklükteki örneklem il bazında dağılımı sağlanmıştır

Araştırma sırasında, katılımcıların eksik ya da hatalı anket doldurması olasılığı düşünülmüş ve 550 adet anket alana uygulanmıştır. İl bazında, Trabzon'da katılımcılara sunulan 350 anketten 280 âdeti, Gümüşhane'de sunulan 100 anketten 80 âdeti, Bayburt'ta ise, 50 adet anketten 30'ı olmak üzere, 390 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır.

3.2. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmaya yol gösterici olarak daha önce benzer konuları ele alan anket çalışmalarından faydalanılmıştır. Geri dönüşlerin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi amacıyla 35 adet sorunun yer aldığı bir form düzenlenerek yüz yüze anket uygulaması tercih edilmiştir. Araştırmanın yöntemi için, örneklem çerçevesinin belirlenme zorluğu nedeniyle tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır.



3.3. Araştırmanın Modeli

Genel yaklaşım, kredi kartında uygulanan taksitli satış işlemlerine yönelik sınırlandırmanın satın alma davranışları üzerinde yaratacağı etkinin ölçülmesidir. Araştırmada mevcut durumu tespit etmek için betimleyici araştırma modeli kullanılmış; elde edilen veriler ile değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisine dayanılarak bağlantılar kurulmaya çalışılmıştır

3.4 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın değişkenleri olarak; kredi kartı kullanıcılarının gelir ve harcama düzeyleri, kredi kartı borç ödeme oranları, kredi kartlarına getirilen sınırlandırmanın kredi kartına olan talebe ve harcama düzeyine etkileri dikkate alınmıştır. Değişkenler ve elde edilen veriler ışığında çalışmanın hipotezleri şu şekilde sıralanabilir:

H1: Kredi kartı kullanıcılarının harcama düzeyleri, gelir düzeylerine göre değişmektedir.

H2: Kredi kartı hamillerinin, kart borçlarını ödeyebilme güçlüğü yaşaması, gelir düzeylerine göre değişmektedir.

H3: Kredi kartları kullanımına dönük genel düzenlemelerin, kredi kartlarına gösterilen talep üzerinde yaratacağı etki, kart kullanıcılarının gelir düzeyine göre değişmektedir.

H4: Kredili alışverişlere taksitlendirme imkânlarını sınırlandıran düzenlemenin, kredi kartıyla yapılan işlem sayısında yaratacağı etki, kullanıcıların gelir düzeyine göre değişmektedir.

3.5. Verilerin Analizi

SPSS paket programı yardımıyla gerçekleştirilen ön çalışma sırasında, faktör ve güvenilirlik analizlerinin uygulanması için minimum anket sayısı 50 olarak kabul edilmiştir. Bu çerçevede, 2 adet soru 0,400'ün altında değer aldığından faktör analizine uygun olmadığı tespit edilmiştir. Böylece, bu iki soru ankettan çıkarılmış, anket formuna son şekli verilerek alana uygulanmıştır.

Katılımcıların, bazı soruları yanıtlamada kararsız davranması, bazılarında yanıt vermektan kaçınması ya da birden çok yanıtı tercih etmesi, bir kısım anket formunun analizden çıkarılmasında etkili olmuştur. Geçerli kabul edilen 390 formdan elde edilen veriler güvenilirlik analizine tabi tutulduğunda bulunan *alpha değeri* 0,756'dır. Ayrıca, katılımcıların soruların tamamına yanıt vermemesinden dolayı bazı soruların yanıt sayıları farklılık göstermektedir.

Kredi kartındaki taksit uygulamasına getirilen sınırlandırmanın tüketicinin harcama düzeyi üzerindeki etkisini ölçmek için 33 adet soru tüketicilere yöneltilmiştir. Anketin ilk kısmında tüketicilerin demografik özellikleri (1-6), ikinci kısmında kredi kartının tüketici-harcama üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik çoktan seçmeli sorular (7-24) yöneltilmiştir. Üçüncü kısımda ise, kredi kartının kullanımını konusunda tüketicilerin düşüncelerini



belirlemeye yönelik sorulara (25-33) yer verilmiştir. Sonda yer alan sekiz soru, Likert tipi 5’li ölçek kullanılarak yapılandırılmıştır.¹

Analiz için SPSS 21 paket programı kullanılmıştır. Yanıtların frekans dağılımları tek tek bulunmuş; %95 güven aralığında güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiş ayrıca, çapraz tablo yöntemine göre sonuçlara Pearson’ın Chi-Square testi uygulanmıştır.

3.6. Araştırmanın Bulguları

Kredi kartlarına getirilen taksit sınırlandırmasının, satın alma davranışları üzerinde yaratacağı etkiyi belirlemeye yönelik bu çalışmada cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, meslek ve gelir düzeyi gibi demografik özellikler, Tablo 1 üzerinde gösterilmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Kredi Kartı Kullanıcılarının Demografik Özellikleri

Cinsiyet	N	%	Mesleki Durum	N	%
Erkek	270	69,2			
Kadın	120	30,8			
Toplam :	390	100,00			
Yaş	N	%	İşçi	42	10,8
20 ve altı	36	9,2	Öğrenci	82	21,0
21-30	173	44,4	Memur	182	46,7
31-40	102	26,2	Esnaf	59	15,1
41-50	63	16,2	Serbest Meslek	10	2,6
51 ve üzeri	16	4,0	Emekli	6	1,5
Toplam :	390	100,00	Öğretmen	4	1,0
Eğitim Durumu	N	%	Diğer	5	1,3
İlköğretim	10	2,6	Toplam :	390	100,00
Orta öğretim	13	3,3	1.1.1 Gelir Düzeyi	N	%
Lise	70	17,9	0-1000TL	93	24,0
Yüksek okul	84	21,5	1001-2000TL	65	16,8
Lisans	197	50,5	2001-3000 TL	162	41,9
Yüksek Lisans	16	4,1	3001-4000TL	42	10,9
Toplam:	390	100,00	4001TL ve üzeri	25	6,5
			Toplam:	387	100,00

Tablo 1’e göre araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özellikleri dikkate alındığında, araştırmaya 270 erkek, 120 kadın olmak üzere toplamda 390 kişi katılmıştır. Yaş açısından katılımcıların %44,4’ü 21-30, %26,2’si de 31-40 yaş aralığında yer almaktadır. Eğitim durumu açısından; katılımcıların %50,5’i lisans mezunu, %21,5’i yüksekokul, %17,9’u ise, lise mezunudur. Meslek gurupları açısından, ilk sırada %46,7 ile memurlar yer alırken; bunu, %21,0 ile öğrenci ve %15,1 ile esnaf izlemektedir. Aylık gelir düzeyleri açısından, %41,9’luk oranla en büyük grubu 2001-3000TL gelire sahip olanlar meydana getirirken, 0-1000TL arası düşük gelire sahip olanlar %24’lük oranla ikinci sıradadır.

4. Kredi Kartı Kullanıcılarının Harcama Düzeyleri

“Aylık ne kadar tüketim harcaması yapıyorsunuz?” sorusuna 390 tüketiciden 128’i 501-1000TL arasında, 61’i 251-500TL arasında 71’i ise 2000TL ve üzerinde bir harcama yaptığını

¹ Anketin üçüncü kısmındaki sorularda, “Kesinlikle katılıyorum” = 5, “Katılıyorum” = 4, “Kararsızım” = 3, “Katılmıyorum” = 2 ve “Kesinlikle katılmıyorum” = 1 seçenekleri yer almaktadır.



belirtmektedirler. Burada katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%56,9) 1000 TL'nin altında bir harcama yapabilmektedir (Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların Aylık Tüketim Harcamaları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
0-100	16	4,1
101-250	17	4,4
251-500	61	15,6
501-1000	128	32,8
1001-1500	52	13,3
1501-2000	45	11,5
2000 ve Üzeri	71	18,2
Toplam:	390	100,0

“Aylık tüketim harcamanızın ne kadarını peşin olarak yapıyorsunuz?” sorusuna 386 katılımcıdan 104’ü “501-1000TL arasında” seçeneğini belirtirken; 100 kişi “251-500TL arasında”, 53 kişi ise “101-250TL arasında” seçeneğini işaretlemiştir. Bu sonuçlardan hareketle, katılımcıların %74,3’ünün aylık 1000 TL’nin altında peşin harcama yapabildiği görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Katılımcıların Aylık Bazda Peşin Tüketim Harcamaları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
0-100	30	7,8
101-250	53	13,7
251-500	100	25,9
501-1000	104	26,9
1001-1500	50	13,0
1501-2000	28	7,3
2000 ve Üzeri	21	5,4
Toplam:	386	100,0

“Aylık tüketim harcamanızın ne kadarını taksitli olarak yapıyorsunuz?” sorusuna katılımcıların %89,6’sı, 1000 TL’ye kadarlık harcamayı taksitli olarak yaptıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 4).

Tablo 4. Katılımcıların Aylık Bazda Taksitli Tüketim Harcamaları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
0-100	98	26,1
101-250	79	21,1
251-500	79	21,1
501-1000	80	21,3
1001-1500	21	5,6
1501-2000	17	4,5
2000 ve Üzeri	1	0,3
Toplam:	375	100,0

“Kredi kartına nasıl sahip oldunuz?” sorusu karşısında, katılımcıların %53,3’ü bankaya başvuruda bulunduğunu, %33,1’i bankaya herhangi bir talebi olmadan bankanın teklifiyle kart aldığını, %11,8’i ise, diğer nedenlerle kredi kartı aldığını belirtmiştir (Tablo 5).



Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Bankaya Başvuruda Bulundum	208	53,3
Banka Ben Talep Etmeden Gönderdi	129	33,1
Banka Dışı Bir Mekânda Fon Kullanarak	7	1,8
Diğer Nedenler	46	11,8
Toplam:	390	100,0

Tablo 5. Katılımcıların Kredi Kartına Nasıl Sahip Olduklarına İlişkin Yanıtları

“Kaç adet kredi kartı kullanıyorsunuz?” sorusuna katılımcıların %59,2’si 1 adet, %27,2’si ise 2 adet yanıtını vermiştir. 3 ve üzeri kredi kartı kullananların oranı %13,5’dir (Tablo 6).

Tablo 6. Katılımcıların Sahip Oldukları Kredi Kartı Sayıları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
1	231	59,2
2	106	27,2
3	36	9,2
4	9	2,3
5 ve Üstü	8	2,1
Toplam:	390	100,0

“Kredi kartı limitiniz ne kadardır?” sorusuna 386 katılımcı geçerli yanıt vermiştir. Bunların 157’si (%40,7) 4000 TL üzerinde limit belirtirken, 76 katılımcı (%19,7), 1000 TL limite sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Bir başka deyişle, katılımcıların büyük çoğunluğunun (%80,3), 1000 TL’nin üzerinde kredi kartı limitine sahip olduğu görülmektedir (Tablo 7).

Tablo 7. Katılımcıların Kullandıkları Kredi Kartlarının Limitleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
1000	76	19,7
1001-2000	48	12,4
2001-3000	65	16,8
3001-4000	40	10,4
4001 ve Üstü	157	40,7
Toplam:	386	100,0

“Kredi kartı kullanımınız, harcamalarınızı ne yönde etkilemektedir?” sorusuna katılımcıların %49,5’i kredi kartlarının harcamaları arttırdığı yanıtını vermiştir. Buna karşılık, katılımcıların %44,1’lik bölümü bu konuda kararsızdır (Tablo 8).

Tablo 8. Kredi Kartı Kullanımının Harcama Düzeyine Etkisi Konusundaki Yanıtlar

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artırıyor	193	49,5
Azaltıyor	25	6,4
Değiştirmiyor	172	44,1
Toplam:	390	100,0



“Aylık harcamalarınızın ne kadarını kredi kartıyla yapıyorsunuz?” sorusu karşısında, katılımcıların %26,7’si 501-1000TL arasında, %22,9’u 251-500TL ve %18’i de 1001-1500TL arasında rakamlar belirtmişlerdir (Tablo 9).

Tablo 9. Katılımcıların Kredi Kartıyla Yaptığı Aylık Tüketim Harcamaları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
0-100	51	13,1
101-250	48	12,3
251-500	89	22,9
501-1000	104	26,7
1001-1500	70	18,0
1501-2000	17	4,4
2000 ve Üzeri	10	2,6
Toplam:	389	100,0

“Mal ve hizmet satın alırken kredi kartına taksitlendirme yapıyor musunuz?” sorusuna katılımcıların çoğunluğu (%83,6) ‘evet’ yanıtını vermiştir (Tablo 10).

Tablo 10. Katılımcıların Kredi Kartıyla Mal ve Hizmet Alımında Taksitlendirme Yapıp Yapmadıklarına

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Evet	320	83,6
Hayır	63	16,4
Toplam:	383	100,0

İlişkin Yanıtları

“Hangi tür mallarınıza taksitlendirme yapıyorsunuz?” sorusu karşısında katılımcılar, sırasıyla giyim, dayanıklı tüketim malları, ev eşyaları ve akaryakıt alışverişlerinde taksitlendirme yaptıklarını belirtmişlerdir.

“Kredi kartlarına uygulanan taksit seçeneklerinin harcama miktarını artırdığını düşünüyor musunuz?” sorusuna katılımcıların %61,7’si, “Katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum”, %19,7’si “Katılmıyorum”, %12,7’si de, “Kararsızım” yanıtını vermişlerdir.

Kredi kartlarını, taksitli nakit avans çekmek amacıyla kullanmayanların oranı %75,9’dur. Bu bağlamda, tüketicilerin kredi kartlarını daha çok alışveriş, mutfak masrafları, elektronik ve beyaz eşya satın almak için kullandığı anlaşılmaktadır.

“Kredi kartına getirilen taksit sayısındaki sınırlandırma kredi kartı kullanımını ne yönde etkilemektedir?” sorusuna katılımcıların %50,5’i azaltacağını, %43,6’sı da değiştirmeyeceğini yanıtını vermişlerdir (Tablo 11).



Tablo 11. Kredi Kartlarına Getirilen Taksit Sayısındaki Sınırlandırmanın Kredi Kartı Kullanımına Etkisi Konusunda Katılımcıların Yanıtları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artırıyor	23	5,9
Azaltıyor	197	50,5
Değiştirmiyor	170	43,6
Toplam:	390	100,0

5. Tüketicilerin Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörler

“Kredi kartı ile alışverişlerde siz tüketiciyi en çok ne etkilemektedir?” sorusuna katılımcıların %57,2’si taksit olanaklarının, %28,5’i promosyonun, %9’u da reklam kampanyalarının etkili olduğu yanıtını vermişlerdir.

“Kredi kartına taksit uygulamasının kaldırılmasının satın alımınızı ne yönde etkiler?” sorusuna katılımcıların %56,4’ü azaltacağı, %40,1’i değiştirmeyeceği, %3,3’ü de artıracığı yanıtını vermişlerdir.

5.1. Kredi Kartı Harcamalarına Karşı Tüketicilerin Ödeme Durumları

“Kredi kartlarında yaptığınız harcamaların ne kadarını ödeyebiliyorsunuz?” sorusu karşısında katılımcıların %62,3 tamamını ödediğini, %19,2’si asgari ödemesinin üzerinde bir ödeme gerçekleştirdiğini, %18,5’i ise, sadece asgari ödeme yapabildiğini belirtmişlerdir.

“Kredi kartları konusunda getirilmesi düşünülen düzenlemeler, siz tüketiciler için yeterli midir?” sorusuna katılımcıların %17,4’ü ‘kesinlikle yeterli’, %62,1’i ‘bir ölçüde yeterli’, %20,5’i de ‘kesinlikle yetersiz’ yanıtını vermişlerdir.

5.2. Kredi Kartında Taksit Sınırlandırılmasının Harcama Düzeyini Etkileme Durumu

Kredi kartlarına uygulanan taksit seçeneklerinin “**harcama miktarını artırır**” önermesine “Katılıyorum” yanıtını veren katılımcıların oranı %41,5, “Kesinlikle katılıyorum” yanıtını verenlerin oranı ise %23,2’dir. Kredi kartlarına getirilen düzenlemelerin kredi kartlarına **talepte bir azalışa** neden olacağını düşünüyorum ifadesine %31,8’i “Katılıyorum”, %14,2’si “Kesinlikle katılıyorum” karşılığını vermişlerdir. Öte yandan, katılımcıların %17,6’sı soru karşısında kararsız kalmıştır.

5.2.1. Katılımcıların Gelir Düzeyiyle, Kredi Kartı Kullanarak Gerçekleştirilen Harcama Düzeyi Arasındaki İlişki

Ki-kare analizine göre, katılımcıların kredi kartı kullanımıyla yaptıkları toplam harcamanın, gelir düzeyine göre anlamlı ilişki olup olmadığı Tablo 12’de verilmektedir. Kredi kartı kullanıcılarının harcama düzeyi üzerinde, %5 önem seviyesinde $X^2=35,526$, $P=0,000$ ve $p<0,05$ değerlerine göre, gelir düzeyinden kaynaklanan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu durumda, H1 hipotezi kabul edilmektedir. Bir başka deyişle, kredi kartı kullanılarak yapılan



harcamaların gelir düzeyiyle ilişkisi, istatistikî açıdan değerlendirildiğinde anlamlı bir ilişki olarak kabul edilebilir.

Tablo 12. Gelir Düzeyi ile Kredi Kartıyla Gerçekleşen Harcama Arasındaki İlişki

Tablo 12'ye göre, katılımcıların geliri arttıkça kredi kartıyla yapılan harcama miktarlarında bir artış olduğu görülmektedir. Öte yandan, önemli oranda katılımcı da, gelirdeki artışın kredi kartıyla yapılacak harcama kalemlerinde bir değişiklik yaratmayacağını düşünmektedir.

5.2.2. Kredi Kartı Kullanıcıların Gelir Düzeyi ile Kredi Kartı Borcunu Ödeme Güçlüğü Yaşanması Arasındaki İlişki

Kredi kartı kullanıcılarının gelir düzeyi ile kredi kartı borcunu ödeme güçlüğü yaşanması arasındaki ilişki Tablo 13'te gösterilmektedir. Kullanıcılarının verdikleri yanıtlar ekseninde, %5 önem seviyesinde $X^2=46,429$, $P=0,000$ ve $p<0,05$ değerlerine göre, anlamlı bir

		Kredi Kartlarına Getirilen düzenlemelerin Kredi Kartlarına Olan Talepte Bir Azalışa Neden Olacağını Düşünüyorum.					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Kredi Kartı Kullanıcılarının Gelir Düzeyi(TL)	0-1000	14	30	25	21	3	93
	1001-2000	6	22	14	20	3	65
	2001-3000	24	44	28	57	9	162
	3001-4000	7	23		9	3	42
	4001 ve Üzeri	4	4	1	9	4	22
Toplam:		55	123	68	116	22	384

ilişki bulunmuştur. Bu bağlamda, kredi kartı kullanıcılarının gelir seviyesi ile kredi kartı borcunu ödeme güçlüğü yaşanması arasındaki ilişki anlamlıdır ve H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13. Kredi Kartı Kullanıcıların Gelir Düzeyi İle Kredi Kartı Borcunu Ödeme Güçlüğü Yaşanması Arasındaki İlişki

		Kredi Kartı Borcunu Ödemekte Güçlük Yaşadınız mı?		Toplam
		Evet	Hayır	
Kredi Kartı Kullanıcılarının Gelir Düzeyi(TL)	0-1000	53	40	93
	1001-2000	42	23	65
	2001-3000	48	111	159
	3001-4000	10	32	42
	4001 ve Üzeri	3	22	25
Toplam:		156	228	384

Tablo 13'e göre, kredi kartı kullanıcıların geliri arttıkça kredi kartı borcunu ödeme güçlüğü yaşanmasında azalış olmaktadır. En fazla ödeme güçlüğü yaşayanlar, geliri 1001-2000TL arasında kalanlar arasındadır. Gelir düzeyi 0-1000 ile 1001-2000 arasında olanlar içinde, ödeme güçlüğü yaşayanların sayısı yaşamayanlardan fazla iken; gelir düzeyi 2001-



3000, 3001- 4000 ve 4001 ve üzeri aralıklarına çıktıkça, ödeme gücünü yaşayanların oranı azalmıştır.

5.2.3. Kredi Kartları Piyasasına Yönelik Genel Düzenlemelerin, Kredi Kartına Gösterilen Talebe Etkisi Konusundaki Beklentinin, Gelir Düzeyiyle İlişkisi

Kredi kartı kullanıcıların gelir düzeyi ile kredi kartına getirilen genel düzenlemelerin kredi kartı talebinde bir azalışa neden olup olmayacağı konusundaki görüşlerden çıkarılan ilişki, Tablo 14’te gösterilmektedir. Kredi kartı kullanıcılarının verdikleri yanıtlar ekseninde, %5 önem seviyesinde $X^2=37,853$, $P=0,02$ ve $p<0,05$ değerlerine göre, anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu durumda H3 hipotezi kabul edilmiştir. Kredi kartı kullanıcıların gelir düzeyi ile kredi kartına getirilen genel düzenlemelerin kredi kartına olan talepte azalışa neden olacağı beklentisi arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Tablo 14. Kredi Kartları Piyasasındaki Genel Düzenlemelerin Kredi Kartı Talebine Etkisi Konusundaki Beklentinin, Kredi Kartı Kullanıcılarının Gelir Düzeyiyle İlişkisi

Tüm gelir düzeylerinde katılımcılar, kredi kartı kullanımına getirilen genel düzenlemelerin, kredi kartına yönelik talebi azaltacağını düşünmektedir. Bu durumun tek istisnası 4001TL ve üzeri gelire sahip olanlardır. Yasal düzenlemelerin, kredi kartına talebi etkilemeyeceğini düşünenlerin ve soru karşısında kararsız kalanların oranı genelde daha azdır. Öte yandan, 1000TL ve altı gelir düzeyinde, yasal düzenlemelerin etkisi konusunda kararsız

		Kredi Kartı Kullanımınız Harcama Düzeyinizi Ne Yönde Etkilemektedir?			Toplam
		Artırıyor	Azaltıyor	Değiştirmiyor	
Kredi Kartı Kullanıcıların Gelir Düzeyi(TL)	0-1000	52	5	35	92
	1001-2000	27	13	25	65
	2001-3000	89	1	72	162
	3001-4000	15	7	20	42
	4001 ve üzeri	14	3	8	25
Toplam:		197	29	160	386

kalanların sayısı; düzenlemelerin kredi kartına gösterilen talebe, olumsuz bir etki olmayacağını düşünenlerden fazladır. Kullanıcılar, kredi kartına yönelik düzenlemeleri ve gelirlerini dikkate alarak harcama kalemlerini belirlediklerini ifade etmektedir.

5.2.4. Kredi Kartı Kullanıcıların Gelir Düzeyi ile Taksit Sayısının Sınırlandırılmasının, Kredi Kartı Kullanım Miktarıyla İlişkisi

Kredi kartı kullanıcıların gelir düzeyi ile kredi kartı kullanımındaki taksit uygulamasının sınırlandırılmasının, kredi kartı kullanım miktarı üzerinde yaratacağı etki Tablo 15’te gösterilmektedir. Ankete katılan kullanıcılarının vermiş olduğu yanıtlar ekseninde, %5 önem seviyesinde $X^2=34,773$ $P=0,00$ ve $p<0,05$ değerlerine göre, anlamlı bir ilişki görülmektedir. Bu durumda, H4 hipotezi kabul edilmiştir. Bu bağlamda, kullanıcıların gelir düzeyi ile kredi



kartı kullanımındaki taksit uygulamasının sınırlandırılmasının kredi kartı kullanım miktarı üzerinde yaratacağı etki arasında anlamlı bir ilişki olduğu kabul edilebilir.

Tablo 15. Kredi Kartı Kullanıcıların Gelir Düzeyi İle Kredi Kartı Kullanımındaki Taksit Sayısının Sınırlandırılmasının Kredi Kartı Kullanım Miktarı Üzerinde Yaratacağı Etki

		Kredi Kartıyla Gerçekleştirilen Alışverişlerde Taksit Sayısının Sınırlandırılması, Kredi Kartı Kullanımını Ne Yönde Etkilemektedir?			Toplam
		Artırır	Azaltır	Değiştirmez	
Kredi Kartı Kullanıcılarının Gelir Düzeyi (TL)	0-1000	3	46	26	75
	1001-2000	2	19	26	47
	2001-3000	13	89	91	193
	3001-4000	4	41	9	54
	4001TL ve üzeri	1	2	14	17
Toplam		23	197	166	386

Kredi kartı kullanıcıları, kredi kartıyla yapılan alışverişlerdeki taksit sınırlandırmasının, kredi kartı kullanım miktarını arttırmayacağı yönünde ortak kanaate sahiptir. Buna karşın bazı gelir düzeylerinde, yeni düzenlemenin kredi kartıyla alışveriş miktarının değiştirmeyeceği yönünde görüş belirtenlerin sayısı, düzenlemenin kredi kartı kullanımını azaltacağı yönünde görüş belirtenlere yaklaşmaktadır. Bu durum, kullanıcıların geliri elde etme biçimiyle ya da kişisel gelirin kullanıcı açısından konumuyla açıklanabilir. Bazı kredi kartı kullanıcıları için gelir, birinci geçim aracı iken; bazıları için, yakınlarından sağlanan destek ya da aile bütçesine katkı konumundadır. Böylece, 0-1000 TL aralığında gelir belirtenler, düzenlemenin kredi kartı kullanımını azaltacağını düşünmüşlerdir. Gelir, cinsiyet ve çalışma biçimi arasındaki ilişkiye yönelik çapraz tablolar, bu gruptaki katılımcıların çoğunlukla kadın olduğunu ya da yarı zamanlı ve ek gelir sağlayıcı işlerde çalışan gençler olduğunu göstermektedir. Bu durumda, bireysel bütçe, doğrudan ev ihtiyaçları için değil; giyim, beyaz eşya, elektronik ya da kültür-eğlence faaliyetleri için harcanmaktadır. Bu bağlamda, kredi kartıyla alışverişe harcanan 0-1000 TL aralığındaki bütçe, doğrudan düzenlemeye konu olan kalemlere harcanmaktadır. Öte yandan, söz konusu bireysel bütçenin, taksitlendirme olmadan da benzer kalemlere harcanması olasıdır. Dolayısıyla, 0-1000 TL aralığında, düzenlemenin etkisiz kalacağını düşünenlerin oranının da nispeten yüksek çıkması şaşırtıcı değildir.

Bireysel gelirin daha yüksek olarak belirtildiği 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL düzeylerinde ise, kredi kartı kullanıcısı, aile geçiminin asıl üstlenicisidir. Çapraz testler, bunların çoğunlukla ücretli ya da küçük işyeri sahibi erkekler olduğunu göstermektedir. Freeman'ın (2013) ABD'li tüketicilere yönelik analizinde belirttiği gibi, geçim sıkıntısı deneyimleyen bu bireyler için kredi kartı çoğu kez, temel ihtiyaçların karşılanmasında kullanılan finansal bir enstrümandır. Dolayısıyla grubundaki asgari ücret civarında kazancı olan (1001-2000 TL aralığı) düşük gelirliiler arasında, düzenlemenin kart kullanımını değiştirmeyeceğini düşünenler en büyük grubu oluşturmuştur. 2001-3000TL düzeyindeki



gelirle, az şiddetli geçim sıkıntısı çekenler arasında ise, düzenlemenin etkisiz kalacağını düşünenlerin oranı azalmaktadır. Ancak bu grupta da, düzenlemenin kullanım miktarını değiştirmeyeceğini düşünenlerin sayısı, azaltacağını düşünenlere göre fazladır.

Alışveriş taksitlerini sınırlandırmanın, kredi kartı kullanımını azaltacağını düşünenlerin en yüksek oranda bulunduğu grup, yoksulluk sınırının üzerinde yer alan orta gelir grubudur (3001-4000 TL aralığı). Bu grup, temel ihtiyaçları karşıladıktan sonra, diğer kalemlere az miktarda bütçe ayırabilmektedir. Ancak bunun için, uzun vadeli ödeme planlarına bağımlıdırlar. Çapraz testlere bağlı analizin verdiği bu bulgu, 4000 T L ve üzeri üst-orta gelir grubun yanıtlarıyla da desteklenmektedir. Fazladan gelire ve tasarruf olanağına sahip katılımcılar, taksitlendirmeye bağımlı değildir ve düzenlemenin büyük oranda etkisiz kalacağını düşünmektedirler.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kredi kartına getirilen sınırlandırmaların tüketicilerin harcama düzeyindeki etkisini tespit etmeye yönelik bu araştırmanın sonuçlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Araştırmaya katılan erkeklerin sayısı, 0-1000 TL gelir düzeyi dışında, kadınlardan oldukça fazladır.
2. Ankete katılan tüketicilerin büyük bir oranı 21-40 yaş aralığında yer almaktadır.
3. Ankete katılan tüketicilerin %50'sinden fazlası lisans mezunudur.
4. Tüketicilerin meslek grubuna göre dağılımında sırasıyla memur, öğrenci, esnaf, işçi, öğretmen ve diğer (ev hanımı) olduğu görülmektedir.
5. Tüketicilerin kredi kartıyla yaptıkları taksitli harcamalarının sırasıyla, giyim, dayanıklı tüketim malları ve ev eşyaları üzerine olduğu görülmektedir.
6. Araştırmaya katılan tüketicilerin çoğunluğu kredi kartında uygulanan taksit sayısının azaltılmasının kredi kartı kullanımını azaltacağını (%50,5) düşünmüştür. Buna karşılık herhangi bir değişiklik yaratmayacağını düşünenlerde azımsanmayacak sayıda (%43,6).
7. Kredi kartları konusunda getirilmesi düşünülen düzenlemeleri tüketicilerin, %17,4'ü kesinlikle yeterli, %62,1'i bir ölçüde yeterli bulurken, %20,5'i de kesinlikle yetersiz bulmaktadır.
8. Kredi kartıyla alışverişlerde tüketiciyi en çok taksit imkânları etkilemektedir (%57,2). Bunu promosyon (%28,5) ve reklam (%9) izlemektedir.
9. Ankete katılan tüketicilerin %56,4'ü kredi kartında uygulanan taksit sayısının sınırlandırılmasının mal ve hizmet satın alımında bir azalma meydana getireceğini düşünmektedirler. Bu durum, tüketiciye en fazla taksitlendirme imkânının cazip geldiği bulgusuna paraleldir.
10. Ankete katılan tüketicilerin %62,3'ünün kredi kartlarıyla yaptıkları harcamaların tamamını ödedikleri görülmektedir. Kredi kartlarından kaynaklanan borçların toplam miktarı çok fazla olsa da, tüketicilerin gelirleri oranında bir harcamaya yöneldiği görülmektedir.
11. Ankete katılan tüketiciler, kredi kartlarını nakit para çekmekten çok, alışveriş yapmak için kullanmaktadır. Taksitli ve peşin ayırımı bir kenara bırakıldığında en



- önemli kalem mutfak masraflarıdır. Bunu, genelde taksit konusundaki elektronik ve beyaz eşya izlemektedir.
12. Gelir düzeyinden bağımsız olarak, kredi kartları piyasasına yönelik genel düzenlemelerin kredi kartlarına olan talepte bir azalışa yol açacağını düşünen katılımcıların oranı %46 olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların %17,6'sı ise, kararsız kalmıştır. Karşıt görüş belirtenlerin oranı %36,5'dir.
 13. Tüketicilerin, mevcut gelir düzeyi ile kredi kartıyla yaptıkları harcama arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.
 14. Araştırmaya katılanların gelir düzeyi ile kredi kartı borcunu ödeme güçlüğü yaşamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.
 15. Araştırmaya katılan bireylerin gelir düzeyi ile kredi kartları piyasasına yönelik genel düzenlemelerin, kredi kartına yönelik talepte azalışa neden olacağı düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 16. Tüketicilerin gelir düzeyi ile kredi kartı kullanımındaki taksit sayısının azaltılmasının kredi kartı kullanımında yaratacağı etki, geçim biçimini de göz önüne almayı gerektiren çapraz analizle açıklanmıştır. Hane geçimini üstlenme ekseninde, gelir düzeyi ile taksitlendirmenin kredi kartı kullanımına etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bulgular, kredi kartlarına getirilen sınırlandırmaların, tüketicilerin harcamalarında azalışa yol açacağı; ancak, sürekli ihtiyaç oluşturan kalemlere yönelik alışverişin düzenlenmeden etkilenmeyeceğini göstermektedir. Giyim ve dayanıklı tüketim malları söz konusu olduğunda ise, düzenlemenin toplam talep üzerinde olumsuz bir etki yaratacağı görülmektedir. Dolayısıyla, uygulamada düzenlemenin bekleneni vermeyeceğini düşündüren yanıtlar alınmıştır.

Tüketiciler, gelirlerinin yetersiz kaldığı durumda, kredi kartlarını kısa vadeli bir nefes alma aracı olarak görmektedirler. Kredi kartlarını kullanarak harcama kalemlerini daha uzun vadeye yaymakta; bu da bankaya olan bağımlılığı arttırmaktadır. Böylece, kredi kartlarına getirilen sınırlandırmalar daha çok bankaya ipotekli hale gelmiş olan tüketiciyi, bu bağımlılıktan kurtarmayı amaçlamıştır. Öte yandan, yüksek gelire sahip olanlar, bazı kalemlerde tasarrufa giderek bu durumu aşabilmektedir. Bankalara ve kredili alışverişe bağımlılık temelde, tüketicinin bilinçsizce taksitlerin cazibesine kapılmasından değil; düşük gelirden ve temel geçim çerçevesinde gözlenen hayat pahalılığından kaynaklanmaktadır. Düzenleme öncesinde, tüketicilerin çok uzun vadeli taksitlere yönelme davranışı da, bu durumun sonucu olarak yaygınlık kazanmıştır.

Firma ya da üreticiler, uyguladıkları çeşitli yöntemlerle tüketicileri, bankaların ipoteği yerine kendi ipotekleri altına almaya çalışması olasıdır. Cep telefonlarına taksit sınırlandırması getirilince, mobil iletişim şirketleri, bunu fırsat olarak değerlendirmiştir. Şu an Türkiye'de üç büyük hizmet sağlayıcı da, 24-36 ay gibi vadelerle taahhüt imzalatarak, abonelerine tüm cep telefonu modellerini sunmaktadır. Hükümet bu konuda düzenleme yapmadığı için, kredi kartı faizi yerine uzun vadeye bölünmüş yüksek bedeller söz konusu cihazlar için talep edilmekte ya da cayma bedeli adı altındaki ücretler, mobil iletişim firmaları



tarafından alınmaktadır. Burada yapılması gereken özellikle firmaların ya da satıcıların farklı yordamlar ortaya koymalarının önüne geçilmesi ve taksit imkânını azaltan/ortadan kaldırtan düzenlemelerin, daha geniş kapsamlı bir mevzuata bağlanmasıdır.

Geçim sıkıntısı çeken tüketicinin, taksitle alınacak ürünlere göre, daha öncelikli ihtiyaçları vardır. Genel gelir seviyelerinin düşüklüğü ve borçlanma döngüsüne girilmiş olması, tüketicileri, günlük temel ihtiyaçlarda dahi krediye bağımlı kılabilir. Bu problemlere çözüm bulunmadan, salt kredi kartlarına uygulanan taksitlerin sınırlandırılmasının yararı kuşkuludur. Taksitle alınanlar, elektronik eşya gibi, temel ihtiyaçların dışında kalan ürünlerdir. Sürekli satın alınan temel ihtiyaçların taksitlendirilmesi ise, geçim sıkıntısı çekenlerin hali hazırda tercih ettiği bir yol değildir. Temel harcamaları taksitlendirme noktasına gelmiş bir tüketici, büyük olasılıkla, birkaç ay içerisinde iflas ve gelirini yitirme durumuyla karşılaşacaktır. Dolayısıyla, temerrüde düşen kredi kartı borçlarındaki artış sorununun çözümü, başka alanlarda aranmalıdır.

KAYNAKLAR

- ADAKLI, G. 2001: “**Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol. Medya Politikaları**”. (Editör: B. Kejanlıoğlu, G. Adaklı, S. Çelenk). Ankara: İletişim Yayınları.
- AKIN, G. G,-AYSAN, F. A.- BORİCİ, D.-YALDIRAN, L. 2013: “**Regulate One Service, Tame The Entire Market: Credit Cards In Turkey**”, Journal Of Banking & Finance, Vol: 37, 1195-1204
- AŞAN, Z. 2007: “**Kredi Kartı Kullanan Müşterilerin Sosyo-Ekonomik Özelliklerinin Kümeleme Analiziyle İncelenmesi**”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17, 256-267.
- BERGSTEN, Eric E. 1967: “**Credit Cards-A Prelude to the Cashless Society**”, Boston Colluge Industrial and Commercial Law Rewiew, Vol. 8, Issue 3, 485-518
- ÇAVUŞ, M. F. 2006: “**Bireysel Finansman Temininde Kredi Kartları: Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 173-187.
- ÇİÇEK, R.-DEMİRDELEN, K. 2010: “**Kredi Kartı Kullanıcılarının Kart Tercihlerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Niğde Üniversitesi Akademisyenleri Örneği**”, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi, 66, 1-20.
- CONBOY, M. D., 2004: “**Journalism: A Critical History**”. London: Sage Publications.
- DAĞTAŞ, B. 2003: “**Reklamı Okumak**”. Ankara: Ütopya Yayınları.
- DEMİRDAĞ, L.- BAYDEMİR, M. 1997: “**Kredi Kartları ve Uygulaması**” s.1
- DURUKAN, T.-ELİBOL, H.-ÖZHAVZALI, M. 2005: “**Kredi Kartlarındaki Taksit Uygulamasının Tüketicinin Harcama Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye**



- Yönelik Bir Araştırma (Kırıkkale İli Örneği)**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13, s.143-153.
- FREEMAN, A. 2013: **“Financial Reform During The Great Recession: Dood—Frank, Executive Compensation, And The Card Act: Payback: A Structural Analysis OF The Credit Card Problem”**, Arizona Law Review, Vol: 55, s.151-199.
- HABERMAS, J. 1989: **“The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society”**, Vol.1. (İng. Çev: T. McCarthy ve J. Habermas. Boston: Beacon Press.
- HEFFERNAN, N., 2000: **“Capital, class and technology in contemporary American culture: Projecting post-fordism”**. London: Pluto Press.
- KARAMUSTAFA, K.-BİÇKES, M. D. 2003: **“Kredi Kartı Sahip ve Kullanıcılarının Kredi Kartı Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Nevşehir Örneği”**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(2), s.91-113.
- KAYA, F. 2009: **“Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması”**, Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No:263, 1-190
- KESKİN, H, D.-KOPARAN, H. 2010: **“Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kartı Sahipliğini Belirleyen Faktörler”**, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 5(1), s.111-129.
- ODABAŞI, Y. 1996: **“Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi”**, İşletme Fakültesi Yayını, Eskişehir, s.31
- ÖRÜCÜ, E. 2003: **“Kredi Kartı Kullanımının Tüketici Davranışları Üzerine Olan Etkisinin Kamu Çalışanları Açısından İncelenmesi: Manisa Orman İşletmesi Çalışanları Örneği”**, Mevzuat Dergisi Yayını, 6 (68), s.2
- PİNTO, M. B.,-PARENTE, D. H. –MANSFIELD, P.M. 2005: **“Information Learned from Socialization Agents: Its Relationship to Credit Card Use”**, Family and Consumer Sciences Research Journal, 33, s.357-367
- THOMAS, A. D.-GREGORY, E.- ZYWICKI, J.T. 2015: **“An Assessment Of Behavioral Law And Economics Contentions And What We Know Empirically About Credit Card Use By Consumers”**, Supreme Court Economic Review, Vol: 22 (1), 1-54
- TORLAK, Ö. 2002: **“Kredi Kartı Kullanımının Satın Alma Alışkanlıklarına Etkileri Üzerine Eskişehir’de Bir Araştırma”**, Yönetim, 13 (41), s.67-78
- TUĞAY, O. – BAŞGÜL, N. 2007: **“Önemli Bir Finansman Kaynağı Olarak Kredi Kartları: Kredi Kartlarının Kart Sahiplerinin Harcamaları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Burdur İlinde Bir Araştırma”**, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3), s.215-226.



YILMAZ, V.-AKTAŞ, C.-ARSLAN, M.-TALHA, S. :2009 “**Müşterilerin Kredi Kartına Olan Tutumlarının Çoklu Regresyon Ve Faktör Analizi İle İncelenmesi**”, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:12, Sayı:22, s.127-139

WEBER, M. 1985: “**Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**” (Çev: Z. Aruoba). İstanbul: Hil Yayınları.

URL 1: <http://www.kredi-kartlari.net/kredi-kartlari/kredi-kartinin-faydalari/>, 20.03.2014

URL 2: <http://www.ekodialog.com/kredi-karti-piyasasi/kredi-kartlarinin-yararlari.htm>, 14.03.2014

URL 3: <http://www.yeniisfikirleri.net/kredi-kartinin-avantajlari-ve-dezavantajlari/>, 15.03.2014