

DOI: 10.7596/taksad.v1i4

## Kredi Kartının Plansız Satın Alma Davranışına Etkisi: Karabük Üniversitesi Akademik Personeline Yönelik Bir Uygulama\*

Ali Çağlar Çakmak\*\*, Selçuk Yurtsever\*\*\*

### Özet

Kredi kartı kullanımının giderek yaygınlaşması, satın alma eylemlerinde ödeme kolaylığı sağlayarak hayatı kolaylaştırmasının yanı sıra tüketimi ve ihtiyaç fazlası satın almayı artırarak tüketicilerin gereksiz ürünlere sahip olmalarına ve kredi kartı borçlarını ödemede zorluk çekmelerine neden olmaktadır. Bu araştırma kredi kartının kontrolsüz bir tüketici davranışı olan plansız satın alma davranışlarına etkisini incelemektedir. Araştırma kapsamında Türkiye’de sosyo-ekonomik sınıf olarak en üst sınıfın bir altı olan B sosyo-ekonomik sınıf içerisinde yer alan akademisyenlerin kredi kartı kullanımları ele alınmaktadır. Bu bağlamda Karabük Üniversitesi akademik personeline anket uygulaması yapılmıştır. Anket sonucu ulaşılan verilere, Yüzde Analizi, Mertebeli Dereceleme, Çoklu Regresyon Analizi ve Tek Faktörlü Çoklu Varyans Analizi (MANOVA) uygulanmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre araştırmaya katılan akademisyenlerin kredi kartını kontrollü ve bilinçli kullandıkları ve kredi kartı kullanımlarının plansız satın alma davranışına neden olmadığı ifade edilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Kredi Kartı, Plansız Satın Alma Davranışı, Karabük Üniversitesi, Akademisyenler.

\* Bu makale Karabük Üniversitesi tarafından düzenlenmiş olan “Tüketim Toplumu ve Çevre” konulu Ulusal Sempozyumda sunulan tebliğin geliştirilmiş şeklidir.

\*\* Karabük Ü. İktisadi ve İdari Bilimler F. İşletme Bölümü, [accakmak@karabuk.edu.tr](mailto:accakmak@karabuk.edu.tr)

\*\*\* Karabük Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, [yurtseverselcuk@gmail.com](mailto:yurtseverselcuk@gmail.com)

# **The effect of Credit Card on Impulse Purchase: An application for the Academic staff of Karabuk University**

## **Abstract**

Along with providing facility in payment, the widening use of credit cards also increases consumption and causes consumers to buy non-essential products and experience difficulties in paying their credit card debts by increasing surplus purchases. This research focuses on the effects of credit cards on impulse purchase, which is an uncontrolled consumer behavior. Within the scope of the research, the use of credit cards by academicians in the socio-economic class B which comes next after the top level socio-economic class in Turkey is assessed. In this context, a survey is carried out with the academic staff of Karabuk University. The data acquired as the result of the survey is evaluated with Percentage Analysis, Staged Grading, Multiple Regression Analysis and Single Factor Multiple Variance Analysis (MANOVA). As a consequence of the research, it can be stated that the academicians who took part in this research use their credit cards in a controlled and conscious way, and that the use of their credit cards do not cause impulse purchases.

**Keywords:** Credit Card, Compulsive Buying Behaviour, Karabuk University, Academicians.

## **1. Giriş**

Tüketici davranışları sürekli değişim gösteren dinamik bir yapıya sahiptir. Tüketici davranışlarında satın alma karar süreci, bir ihtiyacın ortaya çıkmasıyla başlamaktadır. Satış odaklı hareket eden firmalar pazara sundukları ürünlerle ilgili olarak hedef tüketiciler üzerinde ihtiyaç hissettirme politikası izleyerek tüketicilerin satın alma karar sürecini başlatmayı hedeflemektedirler. Tüketiciler bir ürüne gerçekten ihtiyaç duyup duymadıkları konusunda firmaların yönlendirmelerine maruz kalmaktadır. Ayrıca peşin paranın yerini hızlı bir şekilde alarak kullanıcılarına ödeme kolaylığı sağlayan, tüketicilerin istedikleri her ürünü satın almalarını kolaylaştıran ve firmalar ve bankalar tarafından kullanıcılarına bir ödül gibi sunulan kredi kartları, ürünlerle ilgili ihtiyaç hissettirilen tüketicilerin satın alma karar sürecini hızlıca tamamlamalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda kredi kartının kontrolsüz tüketici davranışlarından birisi olan plansız satın alma davranışını etkileyebileceği düşüncesinden yola çıkılarak hazırlanan bu çalışmada akademisyenlerin kredi kartı kullanım bilgileri ve kart kullanımlarıyla satın alma davranışları arasındaki etkileşim incelenmektedir.

## **2. Kavramsal Çerçeve**

### **2.1. Kredi Kartı**

“Plastik para” olarak adlandırılan ve modern bir ödeme aracı olarak kredi kartları, çek kullanımının sağladığı en önemli avantaj olan para taşımamanın yanında, hesapta para bulundurma zorunluluğunu ortadan kaldırması, geç ödeme avantajından yararlanma, itibar görme, kolayca kredi kullanma gibi üstünlüklerinden dolayı kısa sürede yaygınlaşmış ve

kolay kabul görmüştür (Çiçek ve Demirdelen, 2010:4). Bu kartlar bankalar tarafından müşterilerine verilir. Tüketiciler yine bankaların anlaşmalı olan alışveriş yerlerinden bu kartlarla alışveriş yapabilir ve bu kartlar aynı zamanda nakit kredi aracı olarak kullanılabilir (Torlak, 2002:1). Kart hamili açısından kredi kartı karşılıksız olarak belirli bir süreliğine kredi sağlayan bir araçtır. Ayrıca prestij, emniyet gibi faydalar da kredi kartı bulundurmaya teşvik eden ve kullanmayı yaygınlaştıran özelliklere de sahiptir. İşyerleri ise bireye parası olmasa da satış yapabilmekte ve çek senetteki ödenmeme riskini üzerinden atmaktadır. Bankalar ise sağladıkları bu hizmet karşılığında belirli bir komisyon almaktadırlar. Ülke ekonomisinde ise yapılan işlemlerin sisteme kaydedilmesi sayesinde bir güvenlik sağlanmakta ve paranın yıpranma payı azalmaktadır. Ayrıca yabancıların kullandığı kredi kartları ülke ekonomisine önemli bir döviz girdisi sağlamaktadır (Çavuş, 2004:2).

Dünya genelinde kredi kartları soğuk savaş sonrasındaki ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişimlere paralel olarak 1960'lı yıllarda kullanılmaya başlanmış olup, son 20 yılda tüketici satın almalarının finansmanında bu kartların kullanımını giderek önem kazanmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır (Karamustafa ve Biçkes, 2003:1).

Türkiye’de kredi kartı uygulaması 1968 yılında Diners kart ile başlamış ve sınırlı bir kitleye hitap etmiştir. Yalnızca yurt içinde kullanılan bu kartla, sadece alışveriş yapılabilen ve kısa bir süre sonra borcun tamamı ödenmek zorundaydı. 1980’li yıllarda dünyada otomasyon alanındaki gelişmeler ve kredi kartlarının sağladığı döviz girdisiyle, piyasada gördüğü ilgi sebebiyle, bankalar müşterilerine yeni hizmet sunabilmek amacı ile kredi kartı piyasasında daha etkin olmaya başlamışlardır. Türkiye’de gerçek anlamda kredi kartı olgusu 1980’li yıllarda başlamakla birlikte, sistemin gelişimi ve aktivite kazanması 1983 yılının sonlarında. 1983- 1988 yılları arasında kredi kartı sisteminde yer alan bankaların küçük ve az şubeli bankalar olması nedeni ile kredi kartı ve kullanıcı sayısı oldukça azdır. Fakat 2000 yılına kadar geçen kısa süre içerisinde, 1990 yılında bir milyon civarında olan kredi kartı sayısının on milyonu aştığı, 2000’li yıllarda ise 20 milyona yaklaştığı görülmektedir (Çavuş, 2004:2). Son 10 yılda da Türkiye’de kredi kartı kullananların sayısında her geçen gün yeni kullanıcıların eklenmesiyle kart sahipliğinde hızlı bir artış olmuştur. Bankalararası Kart Merkezinin (BKM) verilerine göre 2012 Haziran ayında Türkiye’deki kredi kartı sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 1: Yıllar İtibariyle Türkiye’deki Kredi Kartları ve Sayıları**

<b>Kart Türü / Yıllar</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Visa	24.332.198	25.201.351	27.378.115	29.478.043
Master Card	18.824.985	18.712.739	19.125.697	21.369.911
Diğer	236.842	478.524	452.312	512.855
<b>Toplam</b>	<b>43.394.025</b>	<b>44.392.614</b>	<b>46.956.124</b>	<b>51.360.809</b>

**Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi – Haziran 2012**

Bu tabloya bakıldığında tablodaki veriler, kredi kartı kullanımı artışının bir süre daha devam edeceğine işaret etmektedir. Nakit para yerine kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, bireylerin harcama kalıplarını, tercihlerini ve paraya yönelik tutumlarını değiştirmektedir. Kredi kartı kullanımını özendiren ve kolaylaştıran bazı uygulamalar (başvuru sürecinin hızlı ve az koşullu yürütülmesi, nakit çekebilme, harcama limitlerinin rahatça artırılabilmesi, ek kart çıkartma, taksitlendirme, puan ve hediye olanakları vb.) da kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasında etkili olmaktadır. Ancak bu yaygınlaşma bilinçsiz kredi kartı kullanımı oranında önemli artışlar getirmekte, kredi kartı kullanımı sosyolojik ve psikolojik boyutları ile beraber göz ardı edilemeyecek finansal sorunların oluşmasına neden olmaktadır (Girginer vd., 2008:194).

## 2.2. Plansız Satın Alma

Tüketiciler bazen belli ürünleri hiç düşünmemişken veya planlanmamışken tepkisel olarak satın alırlar. Tepkisel satın alma daha çok gereksinim (zarurî) olmayan fakat satın almaya karşı konulamaz bir dürtüyle, zorlanmış gibi dürtüyle yapılabilen satın almalarıdır. Tepkisel satın almayı etkileyen faktörlerin temelinde kendini kontrol gücünü etkileyen para ve harcama ile ilgili tutumlar, öz saygı, kendini tanımlama isteği, heyecan ve uyarı arayışı, hedonik unsurlar ve içsel çatışmalar gibi pek çok faktör etkili olabilmektedir (Koç, 2011:323). Yukarıdaki tipolojide ortaya çıkan genel bir ihtiyacın belirlenmemiş olması halidir. Eğer birey bir ihtiyacı alışveriş öncesinden belirlemeden, yani alım niyeti yokken alışveriş ortamında alım yapıyor ise **“plansız satın alma”** söz konusudur. Plansız satın almalar herhangi bir plana dayanmadan çoğunlukla, bir dürtünün aniden ortaya çıkmasının neticesinde yapılan alımlardır. Plansız yaptığımız alımların farklı türlerinden söz etmek mümkündür (Odabaşı ve Barış, 2011:378):

a) Tamamen Plansız Alımlar: Yeni bir ürün markayı görüp ona sahip olma isteği duymak, onu denemek istemekle harekete dönüştürülen alımlardır.

b) Hatırlamalarla Yapılan Plansız Alımlar: Önceden alışveriş listesinde olup da alınması unutulmuş bir ürünü hatırlayıp anında alım yapılan durumlardır.

c) Öneriyle Gelen Plansız Alımlar: Önceden hissedilmeyen bir ihtiyacı tatmin eden bir ürünle karşılaşp ürünün ve diğer unsurların çekiciliğine kapılarak yapılan alımlardır.

d) Yapılan Planlı Alışverişin Getirdiği Plansız Alımlar: Bir şeyi alma planı ile alışverişe gidip ve diğer markaların çekiciliğine, promosyonuna kapılıp alım yapılan durumlardır.

## 2.3. Kredi kartı ve Plansız Satın Alma İlişkisi

Dünyada bu alanda yapılan çalışmalar birbirleriyle ilişkili başlıca iki alanda incelenebilir. Birincisi kredi kartının, ödeme sıkıntısını nasıl etkilediği, ikincisi ise satın almayı teşvik edici bir faktör olarak nasıl çalıştığıdır (Özkul ve Tapşın; 2010:142). Ödeme sıkıntısı kavramı, alışveriş yapan bir tüketicinin ödeme esnasında hissettiği rahatsızlığı ifade etmektedir. Ödeme sıkıntısı türleri ise, yüksek, orta ve düşük seviyede şeffaflık olarak adlandırılmaktadır. Nakit, en yüksek şeffaflık seviyesini temsil eder, bur da tüketici ne kadar harcadığını anında görmektedir. Çek ve benzeri ödeme türlerinde ise orta derecede şeffaftır.

Tüketici kıymetli evraklara ilgili tutarı yazmak zorunda olduğunda, harcadığı parayı görmektedir. En düşük şeffaflık seviyesi ise kredi kartı ödemelerinde görülmektedir. Tüketici paranın nasıl el değiştirdiğini görmemekte ve budan dolayı, kredi kartı ile alışveriş yapan tüketici, yaptığı alışveriş adedini ve miktarını unutmaktadır. Sonuç olarak karşılayabileceğinin çok üzerinde borç yükünün altına girmektedir (Soman ve Cheema, 2002:42). Alışverişin tüketici zihninde çok belirgin olmaması, tüketicileri planlı ve plansız olmak üzere iki tür durumla karşı karşıya bırakmaktadır. Kredi kartı sahibi olan tüketicilerin, daha fazla borç altına girmeye meyilli olduğu düşünülmektedir (Prelec ve Loewenstein, 1998:14). Çünkü kredi kartı kullanıcıları bir alışverişin artılarını ve eksilerini tartmaya durumda değiller ve kredi kartı ile alışveriş yapan tüketicinin karar verme süresi çok daha kısadır. Bu yüzden tüketicinin kredi kartı borcu kontrol dışına çıkabilir ve bir kredi kartı bağımlılığına dönüşebilir (O'Guinn ve Faber, 1989:3). Türkiye'de kredi kartının harcamalar üzerindeki etkisi konusunda yapılan çalışmalara bakıldığında ise; Özbek ve Koç'un, kırsal kesimde ve kentlerde yaşayan ailelerin dayanıklı tüketim malları satın alma kararlarının karşılaştırılmasına yönelik yaptıkları araştırmada: kırsal yerleşim yerlerinde insanların daha çok taksitli alışverişini tercih ettikleri kentsel yerleşim yerinde ise buna ek olarak tüketicilerin kredi kartıyla alışveriş yaptığı sonucuna ulaşılmıştır (Özbek ve Koç, 2009:155). Durukan vd.'nin, kredi kartlarındaki taksit uygulamasının tüketicinin harcama alışkanlıkları üzerindeki etkisini konulu çalışmasında; kredi kartında taksit uygulamasının harcamaları artırdığı düşüncesi çoğunlukta çıkmıştır (Durukan vd., 2005:152).

### **3. Karabük Üniversitesi Akademik Personeline Yönelik Bir Uygulama**

#### **3.1. Araştırmanın Konusu**

Araştırma, kredi kartı kullanımının plansız satın alma davranışlarına etkisini ölçmeyi konu edinmektedir. Bu kapsamda Karabük Üniversitesi'nde görev yapan akademik personel, araştırmanın konusuna dâhil edilmektedir. Türkiye'de sosyal sınıfların (katman) pazarlama açısından sınıflandırılması ile ilgili yapılan bir araştırmada (Oluç, 1987:9) üniversite öğretim üyeleri toplum içerisindeki %3,4'lük oranıyla en üst sosyal sınıfın bir altı olarak üst-orta katman içerisinde yer almaktadır. Yine Capital Dergisi tarafından yapılan araştırmalarda (Capital, 1995, 1998, 2000) öğretim üyeleri, en üst sosyo-ekonomik grup olan A grubunun bir altı olarak B sosyo-ekonomik grup içerisinde gösterilmektedir. Araştırmada örneklem olarak öğretim üyelerinin seçilmesi, gelir düzeyi itibarıyla Türkiye'nin sosyo-ekonomik grupları içerisinde en üst grubun bir alt grubunda yer almalarıdır. Çünkü yüksek gelir düzeyine sahip kredi kartı kullanıcılarının, düşük gelir düzeyine sahip olanlara göre plansız satın alma davranışı yapabilme ihtimali daha yüksektir.

#### **3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı**

Kredi kartının alternatif ve kolay ödeme aracı olarak yoğun şekilde kullanılmaya başlanması, tüketicilere alışverişte kolaylık sağlamakla birlikte ihtiyaç fazlası satın almaları körükleyen bir faktör olması dolayısıyla kredi kartı kullanıcılarının borç ödeme zorluğu yaşamalarına neden olmaktadır. Kredi kartının ihtiyaç dışı tüketimi ve satın almaları ne

ölçüde etkilediğini belirlemek, tüketicilere bilinçli ve kontrollü tüketim konusunda yol gösterici olabilecektir. Araştırma; kredi kartı ile plansız satın alma davranışları arasındaki etkileşimi ölçmekle, tüketim ve satın alma konularında tüketicilerde farkındalık oluşturabilmesi açısından önem taşımaktadır. Araştırma, kredi kartının plansız satın alma davranışlarına etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre akademisyenlerin kredi kartı kullanımlarının plansız satın alma davranışlarına etkileri arasında farklılık olup olmadığını saptamaktır.

### **3.3. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma uygulamalı bir araştırmadır. Tasarımı ise tanımlayıcı (betimsel) araştırma olarak ifade edilebilir. Araştırmanın problemi, kredi kartı kullanımının plansız satın alma davranışlarına etkilerini ölçmektir. Araştırmada veriler anket yöntemiyle elde edilmektedir. Araştırma, Karabük Üniversitesi akademik personeli üzerinde gerçekleştirilmektedir. Araştırmanın ana kütesini Karabük Üniversitesinde görev yapan akademisyenlerin tamamı oluşturmaktadır. Akademisyenlerin tamamına anket formu ulaştırılmaya çalışılmış olup, toplanabilen anketler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Çalışmada kullanılan anket formu dört ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda akademisyenlere demografik özellikleri olarak; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni hali, akademik unvanı ve ortalama hane aylık geliri sorulmuştur. İkinci kısımda, akademisyenlerin kredi kartı kullanımlarıyla ilgili bilgiler sorulmaktadır. Üçüncü kısımda akademisyenlerin kredi kartı kullanımlarının satın alma davranışlarına etkileri ölçülmeye çalışılmaktadır. Son kısım ise üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde akademisyenlerden, kredi kartı kullanım amacı ile ilgili verilen yargıları önem derecesine göre değerlemeleri istenmiştir. İkinci bölümde kullanmış oldukları kredi kartını ya da kartlarını tercih etme sebepleri ile ilgili yargıları önem derecesine göre değerlemeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde ise literatür taraması sonucunda ((Çiçek ve Demirdelen, 2002:50), (Çavuş, 2004:180), (Torlak, 2002:69), Girginer, 2008:196), (Yılmaz vd., 2007:87), (Karamustafa ve Biçkes, 2003:93)) kredi kartının plansız satın alma davranışına etkilerini ölçmek için geliştirilen 18 ifadeye akademisyenlerin katılıp katılmadıkları sorulmaktadır. Akademisyenlerden son kısımdaki bu üç bölüm içerisinde yer alan yargıları 5'li Likert Ölçeği ile cevaplamaları istenmiştir. Anketteki soruların anlaşılabilir olmasını sağlamak ve dolayısıyla anketin geçerliliğini arttırabilmek amacıyla farklı eğitim düzeyinden 10 kredi kartı kullanıcılarına anket uygulanarak ön test yapılmıştır. Ön test sonucunda elde edilen geri bildirimler doğrultusunda, anket formundaki soruların daha anlaşılabilir olması için, birtakım düzeltmeler yapılmıştır. Araştırma kapsamında Mayıs 2012 ayı içerisinde 537 adet anket formu Karabük Üniversitesi akademik personeline dağıtılmış olup, 152 anket toplanabilmiştir. Ancak anket formlarının 8 tanesi tam olarak doldurulmadığından değerlendirmeye dâhil edilmemiş olup, toplam 144 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. Anket yöntemiyle elde edilen verilere Yüzde Analizi, Mertebeli Dereceleme, Çoklu Regresyon Analizi ve Tek Faktörlü Çoklu Varyans Analizi (MANOVA) uygulanmaktadır. MANOVA analiziyle farklı demografik özellikleri ve kredi kartı kullanım bilgileri dikkate alınarak gruplandırılan akademisyenlerin, kredi kartının plansız satın alma

davranışına etkisi ile ilgili yargılara verdikleri cevaplar karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır.

### 3.4. Araştırmadan Elde Edilen Verilerin Analizi Ve Değerlendirilmesi

#### 3.4.1. Akademisyenlerin Demografik Özellikleri

Akademisyenlerin demografik özelliklerine ilişkin Yüzde Analizi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2: Akademisyenlerin Demografik Özellikleri**

<b>Yaş</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	<b>Medeni Hal</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
29 yaş ve altı	42	29,2	Evli	99	68,8
30-36 yaş arası	46	31,9	Bekâr	45	31,2
37 yaş ve üstü	49	34,0	<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>
Belirtmemiş	7	4,9	<b>Akademik Unvan</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	Yardımcı Doçent	56	38,9
<b>Cinsiyet</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	Araştırma Görevlisi	40	27,8
Erkek	102	70,8	Öğretim Görevlisi	32	22,2
Kadın	41	28,6	Okutman	8	5,6
Belirtmemiş	1	0,6	Doçent	4	2,8
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	Profesör	3	2,1
<b>Eğitim</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	Belirtmemiş	1	0,6
Doktora	71	49,3	<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>
Yüksek Lisans	68	47,2	<b>Hane Kişi Sayısı</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
Belirtmemiş	5	3,5	4 kişi	37	25,7
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	2 kişi	33	22,8
<b>Gelir (TL)</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	1 kişi	32	22,6
2400 TL altı	47	32,6	3 kişi	25	17,5
2401-3600 TL arası	47	32,6	5 kişi	14	9,7
3601 TL üstü	49	34,2	6 kişi	3	2,1
Belirtmemiş	1	0,6	<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>			

Elde edilen verilere göre akademisyenlerin yaş dağılımlarına bakıldığında 36 yaş altı %60 üstündedir. Araştırmaya katılan akademisyenlerin yaş ortalaması 33’tür. Araştırmanın genç bir akademisyen kitlesiyle gerçekleştirildiği söylenebilir. Cinsiyet açısından katılımcılar

değerlendirildiğinde %71 erkek, %29 kadındır. Eğitim durumuna bakıldığında ise %47 yüksek lisans, % 49 doktorasını tamamlamıştır. Akademik unvanında ise Yardımcı Doçent, yaklaşık % 39 oranla ağırlıktadır. Araştırmaya katılan akademisyenlerin gelir düzeyleri incelendiğinde, yaklaşık %65'inin 3.600 TL ve altı gelire sahip olduğu söylenebilir. Akademisyenlerin ortalama geliri 3.256,32 TL çıkmıştır.

### 3.4.2. Akademisyenlerin Kredi Kartı Kullanımları İle İlgili Bilgiler

Akademisyenlerin kredi kartı kullanımı ile ilgili bilgileri Tablo 3'de verilmiştir. Araştırmaya katılan akademisyenler, ortalama olarak 3 adet kredi kartına sahiptir. Aktif olarak kullandıkları kart sayısı en yüksek 2 olup toplam içerisindeki oranı %43'tür. Akademisyenler ortalama 11 yıldır kredi kartı kullanmakta olup, en fazla kart kullanım süresi yaklaşık %42'lik payla 10 yıl olarak ortaya çıkmıştır. Akademisyenlerin aylık kredi kartı harcama miktarında en fazla oran yaklaşık %38'le 901 ve 1500 TL arasında olup, büyük çoğunluğu (yaklaşık %83) kredi kartı borcunun tamamını ödemektedir.

**Tablo 3: Akademisyenlerin Kredi Kartı Kullanım Bilgileri**

<b>Kart Sayısı</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	<b>Aktif Kart Sayısı</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
2 kartı olan	61	42,8	2 kartı aktif kullanan	62	43,4
1 kartı olan	34	23,8	1 kartı aktif kullanan	55	38,3
3 kartı olan	27	18,8	3 kartı aktif kullanan	16	11,1
4 kartı olan	11	7,6	4 kartı aktif kullanan	6	4,2
5 kartı olan	7	4,9	5 kartı aktif kullanan	2	1,2
6 kartı olan	2	1,2	6 kartı aktif kullanan	1	0,6
8 kartı olan	2	1,2	8 kartı aktif kullanan	1	0,6
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	Belirtmemiş	1	0,6
			<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>

  

<b>Kart Kullanım Yılı</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	<b>Kartla Aylık Harcama (TL)</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
5 yıldır kullanan	33	22,9	900 TL altı	50	34,7
10 yıldır kullanan	60	41,7	901-1500 TL arası	54	37,7
15 yıldır kullanan	39	27,1	1501 TL üstü	38	26,4
20 yıldır kullanan	7	4,9	Belirtmemiş	2	1,2
Belirtmemiş	5	3,4	<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>			

  

<b>Aylık Ödeme Miktarı</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>
Borcun tamamı	119	82,6
Borcun büyük kısmı	13	9,6
Borcun yarısı	6	4,2
Borcun asgari tutarı	4	2,4
Hiç ödemiyorum	2	1,2
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>



### 3.4.3. Kredi Kartı Kullanımının Satın Alma Davranışlarına Etkisi İle İlgili Bilgiler

Tablo 4'te akademisyenlere kredi kartının satın alma davranışlarına etkisi sorulduğunda %63,20'si harcamalarını artırdı yanıtını verirken, %36,80'i ise harcamalarında bir değişiklik olmadığını söylemiştir. Araştırmaya katılan akademisyenler, kredi kartı kullanımının harcamalarını artırdığını ya da değiştirmedini ifade etmektedir. Harcamaları azalttığına dair bir cevap bulunmamaktadır. Kredi kartını hangi işlemlerde kullanmaktasınız sorusunda ise akademisyenlerden kredi kartı ile yaptıkları toplam işlemleri 100 puan üzerinden değerlendirmeleri ve kullandıkları işlemlere göre dağıtmaları istenmiştir. Sonuçlara bakıldığında araştırmaya katılan akademisyenler kredi kartını en çok peşin alışveriş yaparken (%49,40) kullanmaktadır. Daha sonra taksitli alışverişte kullandıklarını (%44,60) belirtmişlerdir. Üçüncü olarak ise nakit çekimde kullanım (%6) gelmektedir. Bu sonuca göre araştırmaya katılan akademisyenler, kredi kartını çok büyük oranda alışverişte kullanmaktadırlar. Ayrıca alışverişte peşin ödeme olarak kullanım oranı yaklaşık %50 iken taksitli ödemede kullanım oranı yaklaşık %45 oranında gerçekleşmektedir.

**Tablo 4: Kredi Kartının Satın Alma Davranışına Etkisi**

<b>Kredi Kartının Harcamalara Etkisi</b>	<b>F</b>	<b>(%)</b>	<b>Kredi Kartıyla Yapılan İşlem Yüzdesi*</b>	<b>(%)</b>
Harcamalarımı arttırdı.	91	63,2	Peşin alışveriş yaparken	49,4
Harcamalarımda bir değişiklik olmadı	53	36,8	Taksitli alışveriş yaparken	44,6
Harcamalarımı azalttı	0	0	Nakit çekimde kullanım	6,0
<b>Toplam</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>100</b>

**\*100 puanın seçenekler arasında paylaşılması istenmiştir.**

Akademisyenlerden kredi kartı ile yaptıkları harcama kalemlerini sektör bazında önem sırasına göre sıralamaları istenildiğinde verilen cevaplar mertebeli dereceleme yöntemine tabi tutulmuştur. Sıralı bir ölçek olan mertebeli derecelemede nesnel, cevaplayıcıya tesadüfi (ya da alfabetik) bir sırada sunulur ve belirli bir ölçüte göre sıralanması istenir. Burada ikili karşılaştırma olmayıp, önem derecesine göre sıralama söz konusudur (Nakip, 2006: 138). Araştırmaya katılan akademisyenlerin en çok harcama yaptığı sektör, gıda olurken, gıdayı sırasıyla giyim ve akaryakıt izlemektedir. Harcamaların en az olduğu kalemler ise sırasıyla Mobilya/Dekorasyon, Tatil/Seyahat ve Sağlık gelmektedir. Veriler Tablo 5'te sunulmaktadır. Akademisyenler kredi kartıyla büyük çoğunlukla gıda, giyim ve akaryakıt sektörlerindeki ürünlerin alımlarını yapmaktadır.

**Tablo 5: Kredi Kartıyla Yapılan Alışveriş Kalemlerinin Dağılımı**

Sıra No	Harcama Kalemi	Puan <sup>i</sup>
1	Gıda	1275
2	Giyim	1028
3	Akaryakıt	1024
4	Fatura Ödemeleri	589
5	Elektronik / Beyaz Eşya	578
6	Temizlik	570
7	Eğitim	514
8	Ulaşım	487
9	Sağlık	331
10	Tatil/Seyahat	295
11	Mobilya/Dekorasyon	257

#### 3.4.4. Akademisyenlerin Kredi Kartı İle İlgili Verilen İfadelere Katılma Durumları

Akademisyenlere kredi kartı ile ilgili bazı ifadeler verilmiş ve bu ifadelere katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Bu ifadeler kredi kartının plansız satın alma davranışına etkisini ölçmek amacıyla geliştirilen ifadelerdir. Cevaplar Tablo 6’da verilmektedir.

**Tablo 6. Akademisyenlerin Kredi Kartıyla İlgili İfadelere Verdikleri Cevaplar**

	İfadeler	N	Ortalama*	Standart Sapma
1	Kredi Kartına Sahip Olmayı Seviyorum.	144	3,21	1,292
2	Kredi Kartını Fazla Kullanmak Fazla Borç Demektir.	144	3,82	1,2217
3	Kredi Kartı Kullanmanın Maliyeti Çok Yükseklerdir.	144	2,87	1,260
4	Kredi Kartı Kullandığım İçin Borcum Her Geçen Gün Artıyor.	144	2,34	1,139
5	Daha Çok Kredi Kartım Olsun İsterim.	144	1,38	0,713
6	Farklı Kredi Kartı Türlerini Kullanmak İsterim.	144	1,77	1,113
7	Kredi Kartı Sadece Acil Durumlarda Kullanılmalıdır.	144	2,91	1,301
8	Kredi Kartları Güvenlidir.	144	3,26	1,125
9	Kredi Kartları Risksizdir.	144	2,59	1,102
10	Kredi Kartını Kullanırken Bütçemin Üzerinde Harcama Yapacağımdan Korkarım.	144	3,12	1,268
11	Kredi Kartını Kullanmak Daha Savurgan Alışveriş Yapmaya Sebep Oluyor.	144	3,35	1,237
12	Kredi Kartını Kullanırken Belli Mağazalardan Alışverişim Artmaktadır.	144	2,80	1,253

<sup>i</sup> Araştırmaya katılan akademisyenlerden kredi kartı ile yaptıkları harcama kalemlerini sektör bazında önem sırasına göre sıralamaları istenmiş ve cevaplar mertebeli dereceleme yöntemiyle puanlamaya tabi tutulmuştur.

13	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyacım Dışı Ürünler Almaktayım.	144	2,80	1,277
14	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaçlarımı Ertelemeden Alabiliyorum.	144	3,61	1,087
15	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaç Hissetmediğim Ama Arzu Ettiğim Mal Ve Hizmetleri Arzu Ettiğim An Satın Alabiliyorum.	144	3,27	1,168
16	Kredi Kartını Kullanırken Fiyata Daha Az Dikkat Eder Oldum.	144	2,54	1,239
17	Kredi Kartını Kullanırken Çok Sayıdaki Mağazadan Alışverişim Arttı.	144	2,91	1,298
18	Kredi Kartını Kullanırken Plansız Alışverişlerim Arttı.	144	2,75	1,305
	<b>Genel Ortalama</b>		<b>2,85</b>	<b>1.217</b>

\***Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum

Tablodaki verilere bakıldığında hiçbir ifadenin ortalama değerinin 4 ve üzeri çıkmadığı görülmektedir. Akademisyenlerin kredi kartı ile ilgili verilen ifadelerle tam olarak katılmadıkları görülmektedir. 18 ifade bakımından genel ortalamasının 2,85 çıkması, akademisyenlerin Katılmıyorum-Fikrim Yok arası ve Fikrim Yok görüşüne yakın bir görüş içerisinde olduklarını göstermektedir. Akademisyenlerin en yüksek katılım bildirdikleri en yüksek ortalamaya sahip ifade, 3,82 ile “kredi kartını fazla kullanmak fazla borç demektir” ifadesi olmuştur. Akademisyenlerin en çok katılmadıkları en düşük ortalama değere (1,38) sahip ifade “daha çok kredi kartım olsun isterim” ifadesi olmuştur. Özellikle kredi kartının plansız satın alma davranışına etkileri ile ilgili ifadelerde akademisyenlerin cevaplarına bakıldığında, akademisyenler kredi kartı kullanımlarının plansız satın alma davranışına sebep olmadığını belirtmektedir. Aşağıda kredi kartının plansız satın alma davranışına etkileri ile ilgili ifadeler ve akademisyenlerin cevaplarının ortalama değerleri yer almaktadır:

<b><u>İfadeler</u></b>	<b><u>Ortalama*</u></b>
Kredi Kartını Kullanmak Daha Savurgan Alışveriş Yapmaya Sebep Oluyor.	3,35
Kredi Kartını Kullanırken İhtiyacım Dışı Ürünler Almaktayım.	2,80
Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaç Hissetmediğim Ama Arzu Ettiğim Mal Ve Hizmetleri Arzu Ettiğim An Satın Alabiliyorum.	3,27
Kredi Kartını Kullanırken Plansız Alışverişlerim Arttı.	2,75

\***Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum

Bu verilere göre akademisyenlerin kredi kartı kullanımı konusunda daha bilinçli ve kontrollü oldukları ve kredi kartının ile plansız satın alma davranışına neden olmadığı anlaşılmaktadır.

### 3.4.5. Kredi Kartı Kullanım Alışkanlığının Plansız Satın Almaya Etkisi

Kredi kartı kullanım alışkanlığının, plansız satın almaya etkisini belirlemek için Regresyon Analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi bağımlı değişken ile bağımsız değişken veya değişkenler arasında ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılmakta olan bir analiz türüdür (Altunışık vd., 2010:231). Regresyon analizi, bağımlı ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin var olduğu ve bağımsız değişkenlerde yapılan değişimlerin bağımlı değişken üzerinde değişikliklere sebep olduğu durumlarda kullanılan ve bu etkinin tanımlanmasını amaçlayan analiz türüdür (Kurtuluş, 2010:187). Bir bağımlı değişken ile iki ve daha fazla bağımsız değişken arasında nedensellik ilişkisinin tespitinde regresyon türlerinden biri olan Çoklu Regresyon Analizi uygulanır. Aşağıdaki çalışmada kredi kartı kullanım alışkanlığının plansız satın alma davranışına etkileri özellikle ortaya koyan ilgili 4 ifade de, Çoklu Regresyon Analiziyle ayrı incelenmiş olup etki düzeyi ortaya konmaya çalışılmıştır (Nakip, 2006:332).

#### 3.4.5.1. Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıklarının, “Kredi Kartını Kullanmak Daha Savurgan Alışveriş Yapmaya Sebep Oluyor” İfadesine Etkisi

Kredi kartı kullanım alışkanlığının, kredi kartını kullanmak daha savurgan alışveriş yapmaya sebep oluyor ifadesi üzerine etkisi regresyon analizi ölçülerek çıkan sonuç aşağıdaki verilmiştir.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,224	,050	,015	1,221

Yukarıdaki tabloda kredi kartını kullanmak daha savurgan alışveriş yapmaya sebep oluyor ifadesinin %22,4’ünü, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığını; geriye kalan %77,6’sı ise, modele dâhil edilmeyen değişkenler tarafından açıklandığı söylenebilir.

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	10,499	5	2,100	1,408	,225

Residual	198,278	133	1,491		
Total	208,777	138			

Yukarıdaki tablo bir bütün olarak modelin testidir. 1,40 olan F değeri, 0,225 düzeyinde geçerli olmadığını gösteriyor. Bundan hareketle kredi kartını kullanmak daha savurgan alışveriş yapmaya sebep oluyor ifadesini, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığımız modelin anlamlı olmadığını göstermektedir.

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,791	,686		6,980	,000
	Kart Sayı	,056	,124	,059	,451	,653
	Kart Kullanım Yılı	,024	,025	,094	,946	,346
	Kart Aktif Sayısı	-,104	,147	-,091	-,709	,480
	Kart Aylık Hacama Mikt.	,000	,000	-,136	-1,256	,211
	Borç Ödeme Miktarı	-,299	,135	-,191	-2,214	,069

Yukarıdaki tabloda modelin tahmini sonucu elde edilen değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Bağımsız değişkenlere ve sabit değere ilişkin t değerleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tabloda görüleceği üzere sabit terim 4,79 olarak bulunmuştur. Bunu anlamı kredi kartı kullanım alışkanlıkları, kredi kartını kullanmak daha savurgan alışveriş yapmaya sebep oluyor'u desteklemediğini göstermektedir. Tabloda standartlaştırılmış katsayı altında yer alan beta bağımsız değişkenleri önem sırasını gösterir. İşareti dikkate almaksızın en yüksek beta değerine sahip olan değişken, görece olarak en önemli değişkendir. Modelde borç ödeme miktarı değişkeni nispeten önemli değişkendir.

#### 3.4.5.2. Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıklarının, “Kredi Kartını Kullanırken İhtiyacım Dışı Ürünler Almaktayım” İfadesine Etkisini

Kredi kartı kullanım alışkanlığının, kredi kartını kullanırken ihtiyacım dışı ürünler almaktayım ifadesi üzerine etkisi regresyon analizi ölçülerek çıkan sonuç aşağıdaki verilmiştir.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,178	,032	-,005	1,285

Yukarıdaki tabloda kredi kartını kullanırken ihtiyacım dışı ürünler almaktayım ifadesinin %17,8'ine, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığını; geriye kalan %82,2'sini ise, modele dâhil edilmeyen değişkenler tarafından açıklandığı söylenebilir.

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7,226	5	1,445	,875	,500
1 Residual	219,724	133	1,652		
1 Total	226,950	138			

Yukarıdaki tablo bir bütün olarak modelin testidir. 0,87 olan F değeri, 0,500 düzeyinde geçerli olmadığını gösteriyor. Bundan hareketle kredi kartını kullanırken ihtiyacım dışı ürünler almaktayım ifadesini, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığımız modelin anlamlı olmadığını göstermektedir.

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,797	,723		5,254	,000
	Kart Sayı	-,157	,130	-,160	-1,203	,231
	Kart Kullanım Yılı	,025	,027	,093	,930	,354
	Kart Aktif Sayısı	,098	,155	,082	,632	,529
	Kart Aylık Hacama Mikt.	-4,606	,000	-,036	-,331	,741
	Borç Ödeme Miktarı	-,212	,142	-,130	-1,492	,138

Yukarıdaki tabloda modelin tahmini sonucu elde edilen değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Bağımsız değişkenlere ve sabit değere ilişkin t değerleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tabloda görüleceği üzere sabit terim 3,79 olarak bulunmuştur. Bunu anlamı kredi kartı kullanım alışkanlıkları, kredi kartını kullanırken ihtiyacım dışı ürünler almaktayım'ı desteklemediğini göstermektedir. Tabloda standartlaştırılmış katsayı altında yer alan beta bağımsız değişkenleri önem sırasını gösterir. İşareti dikkate almaksızın en yüksek beta değerine sahip olan değişken, görece olarak en önemli değişkendir. Modelde kart sayısı miktarı değişkeni nispeten önemli değişkendir.

**3.4.5.3. Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıklarının, “Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaç Hissetmediğim Ama Arzu Ettiğim Mal Ve Hizmetleri Arzu Ettiğim An Satın Alabiliyorum” İfadesine Etkisi**

Kredi kartı kullanım alışkanlığının, kredi kartını kullanırken ihtiyaç hissetmediğim ama arzu ettiğim mal ve hizmetleri arzu ettiğim an satın alabiliyorum ifadesi üzerine etkisi regresyon analizi ölçülerek çıkan sonuç aşağıdaki verilmiştir.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,127	,016	-,021	1,184

Yukarıdaki tabloda kredi kartını kullanırken ihtiyaç hissetmediğim ama arzu ettiğim mal ve hizmetleri arzu ettiğim an satın alabiliyorum ifadesinin %12,7'ine, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığını; geriye kalan %87,3'sini ise, modele dâhil edilmeyen değişkenler tarafından açıklandığı söylenebilir.

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,038	5	,608	,434	,824
1 Residual	184,940	133	1,401		
1 Total	187,978	138			

Yukarıdaki tablo bir bütün olarak modelin testidir. 0,43 olan F değeri, 0,824 düzeyinde geçerli olmadığını gösteriyor. Bundan hareketle kredi kartını kullanırken ihtiyaç hissetmediğim ama arzu ettiğim mal ve hizmetleri arzu ettiğim an satın alabiliyorum ifadesini, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığımız modelin anlamlı olmadığı göstermektedir.

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,026	,666		6,049	,000
	Kart Sayı	,066	,120	,074	,551	,583
	Kart Kullanım Yılı	,006	,025	,026	,262	,794
	Kart Aktif Sayısı	-,127	,142	-,118	-,894	,373
	Kart Aylık Hacama Mikt.	2,326	,000	,020	,181	,856
	Borç Ödeme Miktarı	-,159	,131	-,107	-1,217	,226

Yukarıdaki tabloda modelin tahmini sonucu elde edilen değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Bağımsız değişkenlere ve sabit değere ilişkin t değerleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tabloda görüleceği üzere sabit terim 4,02 olarak bulunmuştur. Bunu anlamı kredi kartı kullanım alışkanlıkları, kredi kartını kullanırken ihtiyaç hissetmediğim ama arzu ettiğim mal ve hizmetleri arzu ettiğim an satın alabiliyorum düşüncesini desteklemediğini göstermektedir. Tabloda standartlaştırılmış katsayı altında yer alan beta bağımsız değişkenleri önem sırasını gösterir. İşareti dikkate almaksızın en yüksek beta değerine sahip olan değişken, görece olarak en önemli değişkendir. Modelde aktif kart sayısı değişkeni nispeten önemli değişkendir.

#### 3.4.5.4. Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıklarının, “Kredi Kartını Kullanırken Plansız Alışverişlerim Arttı” İfadesine Etkisi

Kredi kartı kullanım alışkanlığının, kredi kartını kullanırken plansız alışverişlerim arttı ifadesi üzerine etkisi regresyon analizi ölçülerek çıkan sonuç aşağıdaki verilmiştir.

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,260	,067	,032	1,287

Yukarıdaki tabloda kredi kartını kullanırken plansız alışverişlerim arttı ifadesinin %26'sını, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığını; geriye kalan %74'ünün ise, modele dâhil edilmeyen değişkenler tarafından açıklandığı söylenebilir.

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,923	5	3,185	1,923	,095
	Residual	220,264	133	1,656		
	Total	236,187	138			

Yukarıdaki tablo bir bütün olarak modelin testidir. 1,92 olan F değeri, 0,095 düzeyinde geçerli olmadığını gösteriyor. Bundan hareketle kredi kartını kullanırken plansız alışverişlerim arttı ifadesini, kredi kartı kullanım alışkanlıkları ile açıkladığımız modelin anlamlı olmadığı göstermektedir.



Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,741	,724		6,553	,000
	Kart Sayı	,115	,130	,115	,883	,379
	Kart Kullanım Yılı	-,011	,027	-,040	-,405	,686
	Kart Aktif Sayısı	-,237	,155	-,196	-1,532	,128
	Kart Aylık Hacama Mikt.	3,141	,000	,000	,002	,998
	Borç Ödeme Miktarı	-,363	,142	-,218	-2,549	,012

Yukarıdaki tabloda modelin tahmini sonucu elde edilen değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Bağımsız değişkenlere ve sabit değere ilişkin t değerleri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tabloda görüleceği üzere sabit terim 4,74 olarak bulunmuştur. Bunu anlamı kredi kartı kullanım alışkanlıkları, kredi kartını kullanırken plansız alışverişlerim arttı'yı desteklemediğini göstermektedir. Tabloda standartlaştırılmış katsayı altında yer alan beta bağımsız değişkenleri önem sırasını gösterir. İşareti dikkate almaksızın en yüksek beta değerine sahip olan değişken, görece olarak en önemli değişkendir. Modelde borç ödeme miktarı değişkeni nispeten önemli değişkendir.

#### 3.4.6. Demografik Özellikler ve Kart Kullanım Bilgileri İtibariyle Akademisyenlerin Kredi Kartı Kullanım Amacı İle İlgili Verilen Yargıları Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan akademisyenlerin kredi kartı kullanım amacı ile ilgili yargıları değerlendirmeleri şu kriterler açısından karşılaştırılmaktadır:

- Akademisyenlerin cinsiyetleri,
- Akademisyenlerin medeni halleri,
- Akademisyenlerin kredi kartının harcamalara etkisi olup olmaması ile ilgili soruya verdikleri cevaplar.

Belirtilen kriterlere göre akademisyenler gruplandırılmış ve bu gruplar arasında kredi kartı kullanım amacı ile ilgili verilen yargıları değerlendirmeleri bakımından farklılık olup olmadığını ölçmek için MANOVA analizi kullanılmıştır. MANOVA analizi uygulanırken Hotelling's T testi sonuçları %5 anlamlılık düzeyine göre değerlendirilmiştir. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.

**Tablo 7: Cinsiyet İle Kart Kullanım Amacının Karşılaştırılması Sonuçları**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Kadın	Erkek		
1	Para Taşımamak	3,18	3,21	0,012	0,912
2	Nakit para Kullanmadan Alışveriş Yapabilmek	3,61	3,64	0,020	0,887
3	Taksitli Alışveriş Yapabiliyor Olmak	4,08	4,12	0,049	0,825
4	Prestij ve Güvenlik Sağlaması	2,47	2,53	0,043	0,837
5	Bugün Alıp Sonra Ödüyör Olmak	3,47	3,15	1,620	0,205
6	Gelirimın Masraflarımı Karşılammaması	2,11	2,58	2,553	0,113
7	İnternetten Alışveriş Olanağı Sağlaması	3,97	3,97	0,001	0,974
8	Ertelemeden İhtiyaçlarıma Ulaşabilme Kolaylığı Olması	3,89	3,28	6,414	0,013
<b>Genel Toplam</b>		<b>3,22</b>	<b>3,31</b>		
<b>Hotelling's T Testi F Değeri = 1,748 Serbestlik Derecesi = 8 Anlamlılık Düzeyi = 0,094</b>					

\***Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 7'de verilen MANOVA analizi sonucuna göre cinsiyet açısından akademisyenlerin kredi kartı kullanım amacı ile ilgili değerlendirmeleri arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,094>0,05**). Erkek ve kadın akademisyenlerin, kredi kartının kullanım amacı ile ilgili yargıları önem derecesine göre değerlendirirken farklı düşünmedikleri anlaşılmaktadır.

### *Medeni Hal*

Araştırmaya katılan akademisyenlerden 99'u evli, 45'i bekârdır. Evli ve bekâr akademisyenlerin kredi kartı kullanım amacı ile ilgili değerlendirmeleri karşılaştırılmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 8'de gösterilmektedir. Tablodaki Hotelling's T testi sonuçlarına bakıldığında testin anlamlı çıkmadığı görülmektedir (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,087>0,05**). Hotelling's T testinin anlamlı çıkmaması, evli ve bekâr akademisyenlerin değerlendirmelerinin bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir.

**Tablo 8: Medeni Hal İle Kart Kullanım Amacının Karşılaştırılması**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Bekâr	Evli		
1	Para Taşımamak	2,83	3,40	5,131	0,025
2	Nakit para Kullanmadan Alışveriş Yapabilmek	3,46	3,71	1,080	0,301
3	Taksitli Alışveriş Yapabiliyor Olmak	4,17	4,08	0,213	0,645

4	Prestij ve Güvenlik Sağlaması	2,61	2,48	0,243	0,623
5	Bugün Alıp Sonra Ödüyör Olmak	3,37	3,20	0,457	0,500
6	Gelirimın Masraflarımı Karşılammaması	2,39	2,46	0,056	0,814
7	İnternette Alışveriş Olanağı Sağlaması	4,27	3,79	4,548	0,035
8	Ertelemeden İhtiyaçlarımına Ulaşabilme Kolaylığı Olması	3,37	3,52	0,392	0,532
<b>Genel Toplam</b>		<b>3,30</b>	<b>3,32</b>		
<b>Hotelling's T Testi F Değeri = 1,781 Serbestlik Derecesi = 8 Anlamlılık Düzeyi = 0,087</b>					

**Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

### *Kredi Kartının Harcamalara Etkisi Olup Olmaması*

Araştırmaya katılan akademisyenlere, kredi kartının harcamalarını ne şekilde etkilediği sorulmuş ve 91 kişi harcamalarını artırdığını belirtirken 53 kişi de harcamalarında bir değişiklik olmadığını ifade etmiştir. Bu iki grup, kredi kartının amacına yönelik değerlendirmeler açısından karşılaştırılmaktadır.

**Tablo 9: Kredi Kartının Harcamalara Etkisinin Olup Olmaması İle Kart Kullanım Amacının Karşılaştırılması**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		1**	2***		
1	Para Taşımamak	3,37	3,12	0,367	0,546
2	Nakit para Kullanmadan Alışveriş Yapabilmek	3,67	3,56	0,224	0,637
3	Taksitli Alışveriş Yapabiliyor Olmak	4,22	3,88	3,167	0,078
4	Prestij ve Güvenlik Sağlaması	2,59	2,40	0,575	0,450
5	Bugün Alıp Sonra Ödüyör Olmak	3,42	2,91	4,437	0,037
6	Gelirimın Masraflarımı Karşılammaması	2,68	1,95	6,583	0,011
7	İnternette Alışveriş Olanağı Sağlaması	3,92	4,00	0,135	0,714
8	Ertelemeden İhtiyaçlarımına Ulaşabilme Kolaylığı Olması	3,67	3,07	6,641	0,011
<b>Genel Toplam</b>		<b>3,44</b>	<b>3,11</b>		
<b>Hotelling's T Testi F Değeri = 2,023 Serbestlik Derecesi = 8 Anlamlılık Düzeyi = 0,049</b>					
**Harcamalarım Arttı. ***Harcamalarımında Bir Değişiklik Olmadı.					

**\*Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 9'daki Hotelling's T testi sonuçlarına bakıldığında (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,049<0,05**) testin anlamlı çıktığı görülmektedir. Hotelling's T testinin anlamlı çıkması, karşılaştırılan gruplar itibariyle kredi kartının kullanım amacıyla ilgili değerlendirmelerinin bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Harcamalarım arttı diyen grubun ortalaması (3,44) Harcamalarım değişmedi diyen grubun

ortalamasından (3,11) yüksek çıkmıştır. Kredi kartını daha çok kullanan akademisyenler, kart kullanım amacı ile ilgili verilen yargıları daha fazla önemsediklerini belirtmişlerdir.

### 3.4.7. Akademisyenlerin Demografik Özellikleri İtibariyle Kredi Kartını Tercih Etme Sebebi İle İlgili Verilen Yargıları Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan akademisyenlerin kredi kartını tercih etme sebebi ile ilgili verilen yargıları değerlendirmeleri şu kriterler açısından karşılaştırılmaktadır:

Akademisyenlerin cinsiyetleri,

Akademisyenlerin medeni halleri.

Belirtilen kriterlere göre akademisyenler gruplandırılmış ve bu gruplar arasında kredi kartını tercih etme sebebi ile ilgili verilen yargıları değerlendirmeleri bakımından farklılık olup olmadığını ölçmek için MANOVA analizi kullanılmıştır. MANOVA analizi uygulanırken Hotelling's T testi sonuçları %5 anlamlılık düzeyine göre değerlendirilmiştir. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.

#### *Cinsiyet*

Araştırmaya katılan akademisyenler, cinsiyetleri bakımından gruplandırılarak kredi kartı tercih sebeplerinde önem verdikleri faktörleri değerlendirmeleri karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmada kullanılan MANOVA Analizi sonuçları Tablo 10'da verilmektedir.

**Tablo 10: Cinsiyet İle Kredi Kartını Tercih Etme Sebebinin Karşılaştırılması**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Kadın	Erkek		
1	Yüksek Harcama Limitinin Olması	2,65	2,57	0,090	0,765
2	Hizmet Kalitesi Yüksek Olması	3,38	3,20	0,549	0,460
3	Tavsiye Edilmesi	2,65	2,27	2,744	0,100
4	Şubenin Yakın Olması	2,76	2,31	3,295	0,072
5	Maaşın Aynı Bankadan Alınması	2,89	2,88	0,001	0,976
6	Faiz Oranın Uygun Olması	2,86	2,38	2,984	0,086
7	Hesap Kesim Tarihini Benim Belirlemem	3,38	3,06	1,434	0,233
8	Taksit İmkânın Çok Olması	3,57	3,50	0,072	0,789
9	Yaygın Kullanım (İşyeri) Alanına Sahip Olması	4,00	3,79	0,863	0,355
10	Diğer Avantajlar( Puan, Hediye) Olması	3,51	3,28	0,828	0,365
	<b>Genel Toplam</b>	<b>3,16</b>	<b>2,93</b>		
<b>Hotelling's T Testi</b>		<b>F Değeri = 0,514</b>		<b>Serbestlik Derecesi = 10</b>	<b>Anlamlılık Düzeyi = 0,877</b>

\***Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum

Tablodaki verilere göre karşılaştırılan gruplar itibariyle değerlendirmeler arasında fark olmadığı anlaşılmaktadır (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,8779>0,05**). Kadın ve erkek akademisyenlerin kredi kartlarını tercih etme sebepleri ile ilgili yargılara verdikleri önem dereceleri arasında bir farklılık bulunmamaktadır.

### **Medeni Hal**

Akademisyenler evli ve bekâr olarak iki gruba ayrılmakta ve bu iki grubun kredi kartını tercih etme sebepleri ile ilgili yargılara verdikleri önem dereceleri karşılaştırılmaktadır. Analiz sonuçları Tablo 11'de gösterilmektedir.

**Tablo 11: Medeni Hal İle Kredi Kartını Tercih Etme Sebebinin Karşılaştırılması**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Bekar	Evli		
1	Yüksek Harcama Limitinin Olması	2,49	2,63	0,370	0,544
2	Hizmet Kalitesi Yüksek Olması	3,23	3,27	0,026	0,871
3	Tavsiye Edilmesi	2,49	2,34	0,388	0,535
4	Şubenin Yakın Olması	2,49	2,43	0,054	0,817
5	Maaşın Aynı Bankadan Alınması	2,97	2,86	0,157	0,692
6	Faiz Oranın Uygun Olması	2,56	2,52	0,030	0,863
7	Hesap Kesim Tarihini Benim Belirlemem	3,10	3,18	0,096	0,757
8	Taksit İmkânın Çok Olması	3,72	3,44	1,277	0,261
9	Yaygın Kullanım (İşyeri) Alanına Sahip Olması	3,95	3,81	0,401	0,528
10	Diğer Avantajlar( Puan, Hediye) Olması	3,36	3,34	0,003	0,954
<b>Genel Toplam</b>		<b>3,03</b>	<b>3,08</b>		
<b>Hotelling's T Testi</b>		<b>F Değeri = 0,379</b>		<b>Serbestlik Derecesi = 10</b>	
<b>= 0,954</b>				<b>Anlamlılık Düzeyi</b>	

\***Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 11'deki bilgilere göre (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,954>0,05**) bu iki grup arasında anlamlı bir fark çıkmadığı anlaşılmaktadır.

### 3.4.8. Demografik Özellikler ve Kart Kullanım Bilgileri İtibariyle Akademisyenlerin Kredi Kartının Plansız Satın Alma Davranışına Etkisi İle İlgili Verilen Yargıları Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

Anket formunun son kısmında literatür taramasından yola çıkarak ((Çiçek ve Demirdelen, 2002:50), (Çavuş, 2004:180), (Torlak, 2002:69), Girginer, 2008:196), (Yılmaz vd., 2007:87), (Karamustafa ve Biçkes, 2003:93)) kredi kartının plansız satın alma davranışına etkisini ölçmek amacıyla ile ilgili hazırlanmış yargılar yer almaktadır. Araştırmaya katılan akademisyenlerin, kredi kartının plansız satın alma davranışına etkisi ile ilgili verilen bu yargıları değerlendirmeleri aşağıdaki kriterler açısından karşılaştırılmaktadır: Akademisyenlerin cinsiyetleri, Akademisyenlerin kredi kartının harcamalara etkisi olup olmaması ile ilgili soruya verdikleri cevaplar.

#### *Cinsiyet*

Cinsiyet değişkeni açısından akademisyenlerin kredi kartının plansız satın alma davranışına etkileri ile ilgili değerlendirmeleri karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma amacıyla uygulanan analiz sonucu Tablo 12’de verilmektedir. Tablodaki bilgilere göre (**Hotelling’s T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,279>0,05**) karşılaştırılan iki grup arasında anlamlı bir fark çıkmadığı görülmektedir. Kadın ve erkek akademisyenler, kredi kartının plansız satın alma davranışına etkileri konusunda farklı düşünmemektedir.

**Tablo 12: Cinsiyet İle Kredi Kartının Plansız Satın Alma Davranışına Etkisinin Karşılaştırılması**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Kadın	Erkek		
1	Kredi Kartına Sahip Olmayı Seviyorum.	3,48	3,12	2,176	0,142
2	Kredi Kartını Fazla Kullanmak Fazla Borç Demektir.	4,18	3,70	4,629	0,033
3	Kredi Kartı Kullanmanın Maliyeti Çok Yüksektir.	2,83	2,88	0,053	0,819
4	Kredi Kartı Kullandığım İçin Borcum Her Geçen Gün Artıyor.	2,32	2,36	0,032	0,857
5	Daha Çok Kredi Kartım Olsun İsterim.	1,35	1,39	0,107	0,745
6	Farklı Kredi Kartı Türlerini Kullanmak İsterim.	1,93	1,72	0,987	0,322

7	Kredi Kartı Sadece Acil Durumlarda Kullanılmalıdır.	2,78	2,99	0,777	0,380
8	Kredi Kartları Güvenlidir.	3,22	3,28	0,075	0,785
9	Kredi Kartları Risksizdir.	2,55	2,62	0,101	0,751
10	Kredi Kartını Kullanırken Bütçemin Üzerinde Harcama Yapacağımdan Korkarım.	3,22	3,09	0,320	0,572
11	Kredi Kartını Kullanmak Daha Savurgan Alışveriş Yapmaya Sebep Oluyor.	3,20	3,43	1,037	0,310
12	Kredi Kartını Kullanırken Belli Mağazalardan Alışverişim Artmaktadır.	3,08	2,76	1,829	0,178
13	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyacım Dışı Ürünler Almaktayım.	2,72	2,86	0,311	0,578
14	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaçlarımı Ertelemeden Alabiliyorum.	3,70	3,60	0,267	0,606
15	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaç Hissetmediğim Ama Arzu Ettiğim Mal Ve Hizmetleri Arzu Ettiğim An Satın Alabiliyorum.	3,23	3,28	0,069	0,793
16	Kredi Kartını Kullanırken Fiyata Daha Az Dikkat Eder Oldum.	2,67	2,49	0,598	0,441
17	Kredi Kartını Kullanırken Çok Sayıdaki Mağazadan Alışverişim Arttı.	3,05	2,83	0,827	0,365
18	Kredi Kartını Kullanırken Plansız Alışverişlerim Arttı.	2,77	2,75	0,013	0,911
	<b>Genel Toplam</b>	<b>2,73</b>	<b>2,86</b>		
<b>Hotelling's T Testi F Değeri = 1,191 Serbestlik Derecesi = 18 Anlamlılık Düzeyi = 0,279</b>					

\***Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum

### ***Kredi Kartının Harcamalara Etkisi Olup Olmaması***

Kredi kartının harcamaları ne şekilde etkilediği ile ilgili olarak akademisyenler, harcamalarımı artırdı (91 kişi) ve harcamalarım da değişiklik olmadı (53 kişi) demek suretiyle iki gruba ayrılmışlardır. Bu iki grubun kredi kartının plansız satın alma davranışına etkisi ile ilgili görüşleri karşılaştırılmaktadır. Yapılan karşılaştırma sonucu elde edilen veriler Tablo 13'de gösterilmektedir. Tablodaki sonuçlara göre (**Hotelling's T Testi Anlamlılık Düzeyi = 0,000<0,05**) bu iki grup arasında anlamlı bir fark ortaya çıktığı görülmektedir. Harcamalarım arttı diyenlerin kredi kartı ile ilgili yargılara katılma oranlarının (3,10) harcamalarım da bir değişiklik olmadı diyenlere göre (2,38) daha yüksek olduğu söylenebilir.

**Tablo 13: Kredi Kartının Harcamalara Etkisinin Olup Olmaması İle Kredi Kartının Plansız Satın Alma Davranışına Etkisinin Karşılaştırılması**

Sıra No	İfadeler	Ortalamalar*		F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		1**	2***		
1	Kredi Kartına Sahip Olmayı Seviyorum.	3,19	3,31	0,274	0,601
2	Kredi Kartını Fazla Kullanmak Fazla Borç Demektir.	4,20	3,16	28,487	0,000
3	Kredi Kartı Kullanmanın Maliyeti Çok Yüksektir.	3,09	2,49	7,576	0,007
4	Kredi Kartı Kullandığım İçin Borcum Her Geçen Gün Artıyor.	2,66	1,78	22,155	0,000
5	Daha Çok Kredi Kartım Olsun İsterim.	1,43	1,29	1,276	0,261
6	Farklı Kredi Kartı Türlerini Kullanmak İsterim.	1,82	1,67	0,581	0,447
7	Kredi Kartı Sadece Acil Durumlarda Kullanılmalıdır.	3,15	2,51	8,273	0,005
8	Kredi Kartları Güvenlidir.	3,33	3,12	1,076	0,301
9	Kredi Kartları Risksizdir.	2,59	2,59	0,000	0,995
10	Kredi Kartını Kullanırken Bütçemin Üzerinde Harcama Yapacağımdan Korkarım.	3,38	2,67	10,879	0,001
11	Kredi Kartını Kullanmak Daha Savurgan Alışveriş Yapmaya Sebep Oluyor.	3,77	2,63	33,889	0,000
12	Kredi Kartını Kullanırken Belli Mağazalardan Alışverişim Artmaktadır.	3,21	2,16	26,151	0,000
13	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyacım Dışı Ürünler Almaktayım.	3,25	2,00	39,374	0,000
14	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaçlarımı Ertelemeden Alabiliyorum.	3,86	3,20	12,919	0,000
15	Kredi Kartını Kullanırken İhtiyaç Hissetmediğim Ama Arzu Ettiğim Mal Ve Hizmetleri Arzu Ettiğim An Satın Alabiliyorum.	3,59	2,67	22,876	0,000
16	Kredi Kartını Kullanırken Fiyata Daha Az Dikkat Eder Oldum.	2,82	2,04	13,967	0,000
17	Kredi Kartını Kullanırken Çok Sayıdaki Mağazadan Alışverişim Arttı.	3,32	2,12	33,274	0,000
18	Kredi Kartını Kullanırken Plansız Alışverişlerim Arttı.	3,25	1,86	49,431	0,000
<b>Genel Toplam</b>		<b>3,10</b>	<b>2,38</b>		
<b>Hotelling's T Testi F Değeri = 5,059 Serbestlik Derecesi = 18 Anlamlılık Düzeyi = 0,000</b>					
**Harcamalarım Arttı. ***Harcamalarımda Bir Değişiklik Olmadı.					

**\*Açıklama:** 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum



#### 4 - Sonuç ve Öneriler

Kredi kartı, para yerine kullanılan kolay bir ödeme aracı olmasının yanı sıra satın alma davranışını da etkileyen bir unsur olarak son yıllarda ön plana çıkmaktadır. Tüketiciler, para yerine kullanılmasıyla sadece ödeme kolaylığı sağlayan ve fakat yapılan bütün alışverişlerin para ile ödenmesi gereken kredi kartı ile ihtiyaç fazlası ve peşin paraya göre daha kolay satın alma eylemi gerçekleştirebilmektedir. doğru ve yerinde kullanıldığında bir sorun oluşturmayacak olan kredi kartı, plansız satın alma davranışı olarak da adlandırılan bu davranış şekli ile tüketicilerin kart borcu ödeme konusunda oldukça zorlanmalarına neden olabilmektedir. Araştırma, kredi kartı kullanımının plansız satın alma davranışına etkilerini ölçmeye çalışmaktadır.

Araştırma, Türkiye’de sosyo-ekonomik sınıf bakımından üst-orta katman içerisinde yer alan akademisyenlerin kredi kartı kullanımlarını ve kart kullanımının plansız satın alma davranışına etkisini konu edinmektedir. Bu bağlamda Karabük Üniversitesi akademik personeli araştırma kapsamına alınmaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; araştırmaya katılan akademisyenlerin %65’inin 3.600 TL ve altı gelire sahip ve ortalama gelirlerinin 3.256,32 TL olduğu söylenebilir. Sosyo-ekonomik sınıf olarak en üst katmanın bir altında üst-orta katmanda yer alan akademisyenlerin ortalama gelirinin 3.250 TL civarında çıkması akademisyenlerin gelir düzeyleri ile içindi buldukları sosyo-ekonomik sınıf arasında bir çarpıklık olduğu sonucunu göstermektedir. Aynı sınıf içerisinde geçen diğer gruplara göre akademisyenler, en düşük gelir düzeyinde yer almaktadır. Araştırmaya katılan akademisyenlerin tamamının kredi kartı olmakla birlikte yaklaşık %43’lük oranla akademisyenlerin yaklaşık yarısının 2 kredi kartı olduğu anlaşılmaktadır. Akademisyenlerin büyük bir kısmı (yaklaşık %83) aylık kredi kartı borcunun tamamını ödemektedir. Araştırmaya katılan akademisyenlerin kredi kartı borçlarını bir sonraki aya bırakmadan ödemeleri, kredi kartı borcunu biriktirmedikleri ve kartı kontrollü kullandıkları sonucunu çıkarabilmektedir. Akademisyenler kredi kartlarını en çok gıda, giyim ve akaryakıt sektörlerinde kullanmaktadır ((Çiçek ve Demirdelen, 2002:66), (Çavuş, 2004:185), (Torlak, 2002:70), (Girginer, 2008:196), (Karaman, 2011:13), (Karamustafa ve Biçkes, 2003:104)) . Akademisyenlere kredi kartı ile ilgili verilen ifadelerle katılıp katılmadıkları sorulduğunda alınan cevaplar, akademisyenlerin kredi kartını kontrollü kullandıkları ve kart kullanımlarının plansız satın alma davranışına neden olmadığı sonucunu göstermektedir. Akademisyenler çeşitli kriterlere göre gruplara ayrılıp bu gruplar bakımından kredi kartı kullanım amacı ile ilgili verilen yargıları ne derecede önemli buldukları karşılaştırıldığında kadın-erkek ve evli-

bekâr akademisyenler arasında bir farklılık çıkmadığı sadece kredi kartı harcamalarını artırdı diyen grup ile değiştirmediyen grup arasında bir farklılık olduğu görülmektedir. Kredi kartı harcamalarını artırdı diyen grup, kredi kartının kullanım amacı ile ilgili verilen yargıları daha fazla önemsemektedir. Bankaların kredi kartının kullanım amacı ile ilgili kullanıcılara kolaylık sağladığını belirttikleri özellikleri önemseyen akademisyenler kredi kartını daha çok kullanmaktadır. Araştırmaya katılan akademisyenler demografik özellikleri bakımından gruplara ayrılarak, kredi kartını tercih etme sebebi olarak neye önem verdikleri karşılaştırılmıştır. Kadın-erkek ve evli-bekâr olarak ayrılan grupların kredi kartı tercih sebeplerinde önem verdikleri unsurlar bakımından farklılık ortaya çıkmamaktadır. Kadın ve erkek akademisyenlerin, kredi kartının plansız satın alma davranışına etkileri konusunda görüşleri arasında fark olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Kredi kartının plansız satın alma davranışlarına etkisi ile ilgili ifadelere, kredi kartının harcamalarını artıran akademisyenlerin, harcamalarını değiştirmeyenlere göre daha fazla katıldıkları görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre araştırmaya katılan akademisyenlerin kredi kartını kontrollü ve bilinçli kullandıkları ve farklı kriterlere göre gruplandırılan akademisyenlerin görüşleri arasında genelde farklılık çıkmadığı görülmektedir.

Bu araştırma Karabük Üniversitesi akademik personeline uygulanmıştır. Farklı üniversitelerde yapılabilecek çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılabilir. Ayrıca araştırmanın yapıldığı zaman dilimi değiştirilirse yine farklı sonuçlara ulaşılacaktır. Araştırma, sosyo-ekonomik sınıflar bakımından farklı bir katmanda bulunan farklı meslek gruplarına uygulandığında yine farklı sonuçlara ulaşılabilir. Bu araştırma akademisyenlerin kredi kartı kullanımlarıyla ilgili veriler sunmaktadır. Farklı araştırmalarla farklı verilere ulaşılabilir.

## Kaynakça

Altunışık, R., E.Yıldırım, R. Çoşkun, S. Bayraktaroğlu (2005), “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri; SPSS Uygulamalı, 5. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Çavuş, M. Fedai (2006), “Bireysel Finansmanın Temininde Kredi Kartları: Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 15, s.173-187

Çiçek, Recep ve Kemal Demirdelen (2010), “Kredi Kartı Kullanıcılarının Kart Tercihlerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Niğde Üniversitesi Akademisyenleri Örneği”, Yönetim-İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, Cilt 66, Sayı 1, s.45-69

Durukan, T, H. Elibol, M. Özhavzalı (2005), “Kredi Kartlarındaki Taksit Uygulamasının Tüketicinin Harcama Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma: Kırıkkale Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 13, s.143-153.

Girginer, N., A. E. Çelik, N. Uçkun (2008), “Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kredi Kartı Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 8, Sayı 1, s.193-208

Kahraman, A. Burak (2011), “Hacettepe Üniversitesi ile Erciyes Üniversitesi’nde Görev Yapan Öğretim Üyelerinin Tüketim Alışkanlıkları ve Yaşam Tarzı Profilleri”, Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi, s.1-32

Karamustafa, Kurtuluş ve Durdu Mehmet Biçkes (2003), “Kredi Kartı Sahip Ve Kullanıcılarının Kredi Kartı Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Nevşehir Örneği”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 15-2, s.91-113

Koç, Erdoğan, (2011), “Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım”, 3 Baskı, Seçkin Yayıncılık, İstanbul

Kurtuluş, Kemal (2010), “Araştırma Yöntemleri, 1. Baskı, Türkmen Kitabevi, Ankara.

Nakip, Mahir (2006), Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, 2. Baskı, Seçkin Yayınları, Ankara

Odabaşı, Yavuz ve Gülfidan Barış (2010), “Tüketici Davranışı”, 10. Baskı, Mediat Kitapları, Eskişehir

O’Guinn, Thomas and Ronald J. Faber (1989), “Compulsive Buying: A phenomenological exploration”, Journal of Consumer Research, Vol. 16, No 2, pp.147-157.

Oluç, Mehmet (1987), “Sosyal Sınıflar (Sosyal Katmanların) Pazarlama Açısından Önemi”, Pazarlama Dünyası Dergisi, Sayı Nisan-Mayıs.

Özbek, Volkan ve Fatih Koç (2009), “Kırsal Kesimde Ve Kentlerde Yasayan Ailelerin Dayanımlı Tüketim Malları Satın Alma Kararlarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 12, Sayı 22, s.127-139.

Özkul U, Fatma ve Gülçin Tapşın (2010), “Kredi Kartı Kullanımı ile Kullanılabilir Gelirin Tüketim Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Ampirik Çalışma”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı 47, s.138-153.

Prelec, Drazen and George Loewenstein (1998), “ The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt”, Marketing Science, Vol. 17, No 1, pp.4–28.

Soman, D. and Cheema (2002), “The Effect of Credit on Spending Decisions: The Role of the Credit Limit and Credibility”, Marketing Science, Vol. 21, No 1, pp.32-53.

Torlak, Ömer (2002), “Kredi Kartı Kullanımının Satınalma Alışkanlıklarına Etkileri Üzerine Eskişehir’de Bir Araştırma”, Yönetim-İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, Cilt 13, Sayı 41, s.67-78

Yılmaz, Veysel ve Gaye Karpat Çatalbaş (2007), “Kredi Kartlarına İlişkin Algının Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi”, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar, Yıl 44, Sayı 513, s. 83-94

Capital, Aralık 1995.

Capital, Eylül 1998.

Capital, Haziran 2000.