

Türkiye'de Kredi Kullanım Nedenleri Kapsamında Tüketicilerin Konumlandırılması

Mehmet Ali Tümkiye

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı

Ağustos 2018

The Positioning of Consumers in Turkey in The Scope of Reasons for Credit Usage

Mehmet Ali Tümkaya

MASTER OF SCIENCE THESIS

Department of Industrial Engineer

August 2018

Türkiye'de Kredi Kullanım Nedenleri Kapsamında Tüketicilerin Konumlandırılması

Mehmet Ali Tümkaya

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Lisansüstü Yönetmeliđi Uyarınca
Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı
Yöneylem Araştırması Bilim Dalında
YÜKSEK LİSANS TEZİ
Olarak Hazırlanmıştır

Danışman: Doç. Dr. Servet Hasgl

Ağustos 2018

ONAY

Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Mehmet Ali Tümkeya'nın YÜKSEK LİSANS tezi olarak hazırladığı "Türkiye'de Kredi Kullanım Nedenleri Kapsamında Tüketicilerin Konumlandırılması" başlıklı bu çalışma, jürimizce lisansüstü yönetmeliğin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek oybirliği ile kabul edilmiştir.

Danışman : Doç. Dr. Servet Hasgöl

İkinci Danışman : --

Yüksek Lisans Tez Savunma Jürisi:

Üye: Doç. Dr. Servet Hasgöl

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Banu Güner

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Meryem Uluskan

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun tarih ve
..... Sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Hürriyet ERŞAHAN
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre, Doç. Dr. Servet HASGÜL danışmanlığında hazırlamış olduğum “Türkiye’de Kredi Kullanım Nedenleri Kapsamında Tüketicilerin Konumlandırılması” başlıklı yüksek lisans tezimin özgün bir çalışma olduğunu; tez çalışmamın tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; tezimde verdiğim bilgileri, verileri akademik ve bilimsel etik ilke ve kurallara uygun olarak elde ettiğimi; tez çalışmamda yararlandığım eserlerin tümüne atıf yaptığımı ve kaynak gösterdiğimi ve bilgi, belge ve sonuçları bilimsel etik ilke ve kurallara göre sunduğumu beyan ederim.13/08/2018

Mehmet Ali Tümkaya

ÖZET

Küreselleşmenin yayılması ile beraber sektörler ve hizmet alanları değişim göstermiştir. Bu değişimden en çok etkilenen sektörlerden biri olan bankacılık sektöründeki sıkı rekabet bankaları bireysel bankacılık alanına yöneltmiştir. Günümüzde bireysel bankacılığın en öne çıkan araçlarından biri de kredilerdir. Tüketiciler hemen her ihtiyaçları için kredi kullanımına yönelmektedir. Krediler, bireysel bankacılığın en öne çıkan araçlarından biri haline gelmiştir. Kredi kullanım sayısı ile ilgili güncel veriler, kredi kullanımını, detaylı bir şekilde ele alınması gereken bir konu haline getirmiştir. Tüketicideki kredi algısı haritasını belirlemek, literatüre önemli bir zenginlik kazandıracaktır. Bu tezde tüketicilerin kredi kullanma nedenleri araştırılarak bir tüketici konumlandırma çalışması yapılmıştır. Çalışma kapsamında Türkiye’de yaşayan ve kredi kullanımı gerçekleştirmiş kişilere demografik sorularla beraber tüketici algılarına yönelik çoktan seçmeli sorular sorulmuş ve anket analizleri yapılmıştır. Bu anket soruları, kredi kullanımında, tüketicilerin cinsiyetlerinin, yaşlarının, medeni durumlarının, eğitim durumlarının, yaşadıkları bölgelerin ve gelir durumlarının etkisini belirleme amacı taşımaktadır. Anket sonucunda tüketicilerin kredi kullanım durumlarına ilişkin çeşitli bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bu bilgiler katılımcıların kişisel bilgileriyle karşılaştırılmış detaylı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda tüketicilerin, harcamalarında en çok kullandıkları ödeme biçiminin kredi kartı ile tek çekim veya taksitli alışveriş olduğu, banka kredilerini ödeme biçimi olarak çok sık kullanmadıkları görülmüştür. Katılımcıların alışverişlerini yapmadan önce ihtiyaçları ve ödeme şekli konusunda ara sıra planlama yaptıkları görülürken, hiç yapmayanların ve her zaman yapanların oranları birbirine yakın olarak bulunmuştur. Aylık geliri yüksek olan kişiler bir mal veya hizmeti satın alırken zorlandıklarında beklenenden daha fazla kredi kullanmaktayken aylık geliri nispeten düşük olan kişiler gereksinimlerini karşılarken zorlandıklarında beklenenden daha düşük kredilere başvurmuşlardır. Demografik veriler ele alınarak yapılan analizlerde ise kadınların erkeklerden daha fazla nakit para ihtiyacı olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Bankacılık, Tüketici, Kredi, Kredi Kullanımı

SUMMARY

With the spread of capitalism, sectors and service areas have changed. Strict competition in the banking sector, one of the sectors most affected by this change, has led banks towards retail banking. Today, one of the most prominent tools of retail banking is loans. Consumers tend to use credit for every kind of need. Credits have become one of the most prominent tools in retail banking. Current data about credit usage numbers have transformed credit usage a subject which must be handled in detail. Determining consumer's credit perception map will add important wealth to literature. In this thesis, a consumer positioning study was carried out by investigating the reasons why consumers use credit. Working under living in Turkey and those who have realized the use of credit has been asked multiple-choice questions based on consumer perception, together with demographic questionnaire and survey analysis was conducted. These survey questions aim to determine the impacts of gender, age, marital status, education status, area of residence and income status of consumers on credit usage. Various information about consumer credit usage was obtained from the results of the questionnaire. The data obtained were then compared with the personal information of participants and a detailed analysis was realized. As a result of the analysis, it is seen that the most commonly used form of payment in their expenditures is one-shot or installment shopping with a credit card, and they do not use bank loans very often as a form of payment. Participants seemed to occasionally plan their needs and form of payment before making their purchases, while the rates of those who do not plan and those who always plan were close to each other. Individuals with higher monthly incomes tend to use more credits than expected when they have difficulty in purchasing a good or service. Individuals with relatively low monthly incomes have applied to credits lower than expected when they have been compelled to meet their needs. Analyzes based on demographic data reveal that women need more cash than men.

Keywords: Retail Banking, Consumer, Credit, Credit Usage

TEŐEKKÖR

Bu alıőmanın gerekleőtirilmesinde değerli bilgilerini bizlerle paylaőan, kullandığı her kelimenin hayatımıza kattığı önemini asla unutmayacağımız, desteklerini bizlerden esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Do. Dr. Servet HASGÖL teőekkÖrlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	vi
SUMMARY	vii
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
ÇİZELGELER DİZİNİ	xii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xiv
1. GİRİŞ VE AMAÇ	1
2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI	3
2.1. Kredinin Tanımı	3
2.2. Kredinin Unsurları	4
2.3. Kredi Çeşitleri	5
2.4. Kredinin İşlevleri	5
2.5. Bireysel Kredi	7
2.5.1. Tanım	7
2.5.2. Tüketici kredilerinin tarihsel gelişim	9
2.5.3. Türler	11
2.5.3.1. <u>Tüketici kredileri</u>	11
2.5.3.2. <u>Kredi kartları</u>	12
2.6. Tüketici Kredisini Etkileyen Faktörler	16
2.6.1. Makroekonomik faktörler	16
2.6.2. Kamu müdahaleleri	17
2.6.3. Finansman sektöründeki gelişmeler	18
2.7. Tüketici Kavramı	18
2.7.1. Tüketici ve tüketim	18
2.7.2. Tüketim teorileri	21
2.7.2.1. <u>Mutlak gelir</u>	21
2.7.2.2. <u>Nisbi gelir</u>	22

İÇİNDEKİLER (devam)

	<u>Sayfa</u>
2.7.2.3. <u>Likidite kısıtı</u>	22
2.7.2.4. <u>Yaşam döngüsü</u>	23
2.7.2.5. <u>Sürekli gelir</u>	26
2.8. Tüketici Davranışları	27
3. MATERYAL VE YÖNTEM	29
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	29
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	29
3.3. Araştırmanın Hipotezleri	30
3.4. Veri Toplama Yöntemi	30
3.5. Veri Toplama Aracı	30
3.6. Verilerin Analizi	31
4. BULGULAR VE TARTIŞMALAR	32
4.1. Kişisel Bilgilere İlişkin Bulgular	32
4.2. Kredi Algısına İlişkin Bulgular.....	37
4.3. Kişisel Bilgiler ile Kredi Kullanma Nedenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	47
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	54
KAYNAKLAR DİZİNİ	60
EK AÇIKLAMALAR	65
Ek Açıklama-A: Anket Soruları	65

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Sekil</u>	<u>Sayfa</u>
2.1. Yaşam döngüsü hipotezi.....	25
4.1. Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin dağılım grafiği	32
4.2. Katılımcıların yaşlarına ilişkin dağılım grafiği	33
4.3. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin dağılım grafiği	34
4.4. Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin dağılım grafiği	35
4.5. Katılımcıların yaşadıkları bölgeye ilişkin dağılım grafiği.....	36
4.6. Katılımcıların aylık gelirlerine ilişkin dağılım grafiği	37
4.7. Katılımcıların harcamalarında en çok kullandıkları ödeme biçimine ilişkin dağılım grafiği	38
4.8. Katılımcıların bir mal veya hizmeti alamadıklarında aldıkları kararlara ilişkin dağılım grafiği	39
4.9. Katılımcıların alışveriş planlamalarına ilişkin dağılım grafiği.....	40
4.10. Katılımcıların bireysel kredi kullanma kararlarındaki önceliklere ilişkin dağılım grafiği.....	41
4.11. Katılımcıların kullandıkları bireysel krediler içerisindeki en fazla borçlanma süresine ilişkin dağılım grafiği	43
4.12. Katılımcıların kredi kullanma nedenlerine ilişkin dağılım grafiği	44
4.13. Katılımcıların bankaların faiz oranlarını araştırmalarına ilişkin dağılım grafiği	45
4.14. Bireysel kredi kullanımının olumsuzluklarına ilişkin dağılım grafiği	46

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>Cizelge</u>	<u>Sayfa</u>
4.1. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı.....	32
4.2. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı.....	32
4.3. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı.....	33
4.4. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı.....	34
4.5. Katılımcıların yaşadıkları bölgeye göre dağılımı.....	35
4.6. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımı.....	36
4.7. Katılımcıların harcamalarında en çok kullandıkları ödeme biçimine göre dağılımı	37
4.8. Katılımcıların bir mal veya hizmeti alamadıklarında aldıkları kararlara göre dağılımı.....	38
4.9. Katılımcıların alışveriş planlamalarına göre dağılımı.....	39
4.10. Kullanılan bireysel kredi türüne göre dağılımı.....	40
4.11. Katılımcıların bireysel kredi kullanma kararlarındaki önceliklere göre dağılımı.....	41
4.12. Katılımcıların en fazla kullandıkları bireysel kredi türlerine göre dağılımı.....	42
4.13. Katılımcıların son beş yıl içerisinde kullandıkları kredi sayısına ilişkin betimsel analiz sonuçları.....	42
4.14. Katılımcıların kullandıkları bireysel krediler içerisindeki en yüksek kullanım limitine ilişkin betimsel analiz sonuçları.....	42
4.15. Katılımcıların kullandıkları bireysel krediler içerisindeki en fazla borçlanma süresine göre dağılımı.....	43
4.16. Katılımcıların kredi kullanma nedenlerine göre dağılımı.....	44
4.17. Katılımcıların bankaların faiz oranlarını araştırmalarına göre dağılımı.....	44
4.18. Bireysel kredi kullanımının olumsuzluklarına göre dağılımı.....	45
4.19. Cinsiyet ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları.....	47
4.20. Yaş ile kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	48
4.21. Medeni durum ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları.....	48
4.22. Eğitim durumu ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları.....	49

ÇİZELGELER DİZİNİ (devam)

<u>Cizelge</u>	<u>Sayfa</u>
4.23. Yaşanan bölgenin büyüklüğü ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları.....	50
4.24. Aylık gelir ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları.....	51
4.25. Kredi kullanma sıklığı ile kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik tek yönlü varyans analizi sonuçları	52
4.26. Kredi kullanma limiti ile kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik tek yönlü varyans analizi sonuçları	52
4.27. Kredi kullanma limiti ile kredi kullanma sıklığı arasındaki ilişkiye yönelik pearson korelasyon analizi sonuçları.....	53

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

<u>Kısaltmalar</u>	<u>Açıklama</u>
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
H.	Hipotez
Örn.	Örneğin
s.	Sayfa
TDK	Türk Dil Kurumu
TL	Türk Lirası
VDMK	Varlığa Dayalı Menkul Kıymet
yy.	Yüzyıl

1. GİRİŞ VE AMAÇ

Finansal yapı, satın alma gücünün birikim sahiplerinden alınarak yatırım araçlarına çevrilmesi ya da son kullanıcıya sunulmasını hedefleyen bir sistemdir. Bu yapının meydana getirdiği sisteme finans piyasası denmektedir. Birikim sahipleri, yatırımcılar ve girişimciler, finansal aracı kurumlar, finansal vasıtalar gibi öğelerin oluşturduğu finansal yapıda bankaların önemli bir rolü vardır. Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomik sistemlerde bankalar harici finansal yapı yeterince gelişmediği için bankalar finansal yapının önemli bir yükünü çekmektedir.

Tüketim, günümüz bireyleri açısından vazgeçilmez bir olgu haline gelmiştir. 1900'lü yıllarda ortaya çıkan tüketim kavramı, zaman içerisinde farklı anlamlar kazanarak günümüze kadar ulaşmıştır. Bu kavram; birçok seçenek arasından bir ürün veya hizmetin tercih edilmesi, nakit veya karşılığı elde edilmesi, yararlanılması, tamir edilmesi ve son olarak elden çıkarılması biçiminde tanımlanabilir.

Çok eski bir tarihe sahip olan tüketim kavramı, ilk ortaya çıktığı dönemlerden günümüze kadar kişilerin hayat biçimlerini ve sosyal yaşamlarını hemen her durumda etkilemiştir. Tüketim başlarda temel fizyolojik gereksinimlerin karşılanması olarak tarif edilmiştir. Ancak günümüzde bu temel gereksinimlere ilave olarak psikolojik, sosyolojik ve kurgusal gereksinimler de tüketim ile tatmin edilen gereksinimlerdir.

Yirminci yüzyılın sonlarında ivme kazanan teknolojik gelişmeler tüm sektörleri etkilediği gibi bankacılık sektörüne de etki etmiştir. Bu ilerlemeler sayesinde sunulan hizmetler de değişim göstermiştir. Bankacılık alanındaki bu değişimler tüketicilerin banka hizmetlerine daha kolay ve daha hızlı bir şekilde ulaşabilmelerine olanak vermiştir. Uzunca bir süre klasik bankacılık faaliyetleri çevresinde şekillenen bankacılık hizmetleri, teknolojik gelişmelerin de etkisi ile yirminci yüzyılın sonlarından itibaren bireysel bankacılık alanına doğru evrilmiştir. Her biri farklı bireysel bankacılık hizmetleri sunmaya başlayan bankalar bir süre sonra hizmet çeşitlenmesine gitmek durumunda kalmıştır. Bu hizmetlerde her geçen gün yeni uygulamalar görülmeye başlamıştır. Bu hizmetlerin çeşitlenmesi ile tüketici

kredileri, kredi kartları, ATM'ler, telefon bankacılığı, internet bankacılığı, çağrı merkezleri, mobil bankacılık uygulamaları vb. hizmetler uygulamaya konmuştur. Bireysel bankacılık hizmetleri kapsamında birçok banka hizmetlerini çeşitlendirme yoluna gitmekte, yenilikçi ve iyi hizmetler sunarak piyasadaki bankalarla rekabet yarışında önemli bir yer edinmek istemektedir. Bankaların kredi politikasının temelinde dört ana unsur yer almaktadır. Bu unsurlar: güven, risk, gelir ve süre şeklindedir. Bunlara ek olarak, başkasına sağlanan satın alım gücü yani kredinin unsurları da bankalar için önemli bir politika aracıdır.

Tüketici kredileri, bireysel bankacılık hizmetlerinden birisidir. Tüketici kredileri, bireysel kredilerin tarihteki ilk örneklerini oluşturmaktadır. Bir borçlanma yöntemi olan tüketici kredileri 20'nci yüzyılın ilk dönemlerinde ABD'de ortaya çıkmıştır. 1950'li yıllarda ekonomik sistem içerisinde yaşanan değişimler finans sektöründe de direkt olarak bir etki yaratmıştır. Tüketici kredilerinin önemi ve gerekliliği de bu dönemden sonra fark edilmiştir. Tüketici kredilerinin öncüsü bankalar günümüzde de bu sektörün hâkimi konumundadır. ABD ve Avrupa'da 1950'li yıllardan sonra yaygınlaşan bireysel tüketici kredileri Türkiye'de ise ancak 1980'lerde uygulamaya girebilmiş ve 1990'lı yılların başından itibaren de yaygınlaşmaya başlamıştır.

Kredi kartlarının tarihsel süreç içerisindeki yeri incelendiğinde ilk olarak alıcı ve satıcı arasında finansal ilişkiyi tanımlamak amacı ile kullanıldığı görülmektedir. Bu sistem zaman içerisinde bankaları da içerisine alan üçlü bir yapı haline gelmiş, günümüzde ise çok taraflı (karma) bir sistem halini almıştır. Sürekli bir gelişim içerisinde olan kredi kartı uygulamaları günümüzde neredeyse dünyanın her noktasında kabul edilen bir ödeme aracı olarak varlığını sürdürmektedir. Tüketicilere sunulan avantajlar ve yenilikler varlığını sürdürdükçe de kredi kartları ve kullanıcı kitleler genişlemeye ve çeşitlenmeye devam edecektir.

Bu tezde, bireysel bankacılık alanında kredi kullanım nedenleri kapsamında tüketicilerin konumlandırılması ana başlığı altında tüketicilerin kredi başvurusunda bulunma nedenleri, kredi kullanırken dikkat edilen noktalar araştırılarak tüketici davranışlarının araştırılması ve ihtiyaca en uygun verilebilecek kredi yapısının kapsamının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. Kredinin Tanımı

Kredi, TDK'da güven ve saygınlık olarak tanımlanmıştır. Latince kökenli bir kelime olup, bu dilde "inanmak" anlamına gelen "credere" kelimesinden türetilmiştir. Herhangi bir kişiye verilen mal veya paranın, ileride geri alınmak koşuluyla hizmete kefalet etmesi şeklinde ifade edilmesi mümkündür (Parasız, 1997). Kurumun istihbaratını temel alarak; kanunlar, iç mevzuatlar ve kaynaklara tabi biçimde kefalet karşılığı ya da teminatla kefalet, garanti veya para sağlayan hizmet ise bankacılık olarak bilinmektedir (Parasız, 2000).

Kredi sayılan işlemler, 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'nun 48'inci maddesinde yer almaktadır. Buna göre, bankaların verdiği nakdi krediler ve teminat mektuplarının yanı sıra kefaletler, kabul, ciro, kontrgarantiler, aval benzeri gayrinakdi krediler ve bu özelliğe sahip satın alınan tahvil veya taahhüt benzeri sermaye piyasası unsurları, tevdiatta bulunarak veya başka herhangi bir şekilde verilmiş ödünçler, vadeli varlık satışından doğan alacaklar, tahakkuk edip tahsil edilmemiş faizler, vadesi geçmiş nakdi krediler, ters repo işlemlerinden alacaklar, gayrinakdi kredilerin nakde tahvil olmuş bedelleri, opsiyon sözleşmeleri ve vadeli işlem ile buna benzer diğer sözleşmelerden dolayı alınan riskler, kurulca kredi olarak kabul edilmiş işlemler ve ortaklık payları hesaplardan bağımsız olarak kredi sınıfında değerlendirilmektedir. Tüm bunların yanı sıra, kalkınma ve yatırım bankalarının finansal kiralama yoluyla edinilmiş finansmanlar ve katılım bankalarının hizmet bedellerinin ödenmesi ya da taşınır ve taşınmaz mallar yoluyla veya kâr ve zarar ortaklığı yatırımları, ekipman ya da emtia temini veya finansal kiralama, taşınmaz, mal karşılığı vesaik finansmanı, ortak yatırım ve benzeri yöntemler aracılığıyla edinilen finansmanlar da bu kanuna göre kredi olarak değerlendirilmektedir.

2.2. Kredinin Unsurları

Güven, risk, gelir ve süre banka kredi politikasının temelinde yer alan dört ana unsurdur. Bunlara ek olarak, başkasına sağlanan satın alım gücü yani kredinin unsurları da bankalar için önemli bir politika aracıdır (Kavcıoğlu, 2003).

Süre: Bankalar sundukları mali desteği ya da saygınlığı belirlenen dönemin sonunda tahsil edecek şekilde çalışmaktadırlar. Bu sebepten dolayı geri ödemenin gerçekleşeceği tarih bankalar için önemli bir unsurdur. Arada geçen zamana göre bankaların üstlendikleri risk seviyelerinde farklılıklar bulunmaktadır. Tanımlanan zaman uzadıkça sürece dair öngörü kabiliyeti azalmakta ve bankaların üstlendikleri riskler artmaktadır. Kredilere dair yanal market değerlendirmeleri ile fon aktarımı girdilerini azaltmak, kredi kullanırken belirli bir zaman tanımlamak gibi hareketlerdeki temel gaye fon sağlayıcı unsurun sektör ve bölge bazında karşılaşılabileceği olumsuzlukları minimuma indirmektir (Aslan, 2014).

Güven: Mali kaynağın teslimi gibi geçici olarak emanete alınması da güven esaslı olarak gerçekleştirilmesi gereken bir faaliyettir. Kredi talep eden şahıs veya tüzel kişinin gözünde bankanın itibar sahibi olması öngörülmektedir. Güven faktörü kredi kullanımının esas unsurlarından bir tanesidir. Kredi talebinde bulunan şahıs veya tüzel kişiliğin, vaktinde borç ödemesini gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceği ve ödeyecek mali kararlılığa sahip olup olmadığı kredi veren kuruluş tarafından dikkat edilmesi gereken notalardır (Caymaz, 1989).

Risk: Geçici olarak kullanılmış mali kaynağın geri tahsili ya da vaat edilen garantinin sağlanmasına kadar geçen sürede karşılaşılabilecek olası olan olumsuzlukların tamamı bankacılık sektörünün risk tanımlaması içerisinde yer almaktadır. Kısaca risk kavramı, herhangi bir tüzel kişi ya da şahısa ayni veya nakdi biçimde ya da kefalet ve teminat biçiminde sağlanmış finansmanın belirli bir zaman için de teslim edilmiş miktarına karşılık gelmektedir. Risk kavramının en aza indirilmesi kredi ile alakalı işlemlerin temelini oluşturmaktadır (Perçin, 1999).

Gelir: Bankaların en önemli gelir kaynaklarının başında faiz ve komisyondan gelen gelirler ile beraber kredi gelirleri gelmektedir. Faiz, sağlanan mali unsurdan gelecek farklı gelirlerden yoksun kalan bankanın, bunun karşılığında tespit edilen miktar ve oranlar ölçüsünde ve geri ödeme için belirtilen zaman ile orantılı olarak ifade edilecek bir teminat

biçiminde tanımlanmaktadır. Talep edilen komisyon hizmet giderleri ise kredi kullanımı ile doğrudan bağlantılı olmayıp, kredi sağlayan kuruluşun kredi işlemleri için katlandığı birtakım harcamalara ve zararlara karşılık talep edilen miktardır (Ensari, 2011).

2.3. Kredi Çeşitleri

Verilen güven, sektör, kullanım alanı ve amaç gibi değişkenlere bağlı olarak krediler çeşitli türlerde ele alınmaktadır (Güler, 1996). Kredi tipleri altı alt başlıkta toplanabilmektedir ancak bu başlık tipleri de kendi aralarında alt başlıklara ayrılabilir. Çalışmanın konusu açısından önemli olan 6 alt başlık ve bu başlıkların alt başlıkları şöyle özetlenebilmektedir (Güler, 1996),

1. Niteliklerine Göre Krediler: Nakdi ve Gayrinakdi Krediler
2. Teminatlarına Göre Krediler: Teminatlolu ve Teminatsız Krediler
3. Vadelerine Göre Krediler: Kısa ve Orta ve Uzun Vadeli Krediler
4. Kullanım Amaçlarına Göre Krediler: Yatırım ve Yenileme ve Modernizasyon ve İşletme ve Tüketim Kredileri
5. Kullanan Sektörlere Göre Krediler: Özel Sektör ve Kamu Kredileri
6. Kullandırıldıkları Alanlara Göre Krediler: Tarım ve Sanayi ve Turizm ve Enerji ve Bayındırlık ve Ulaştırma ve İhracat ve Ticaret Kredileri.

2.4. Kredinin İşlevleri

Kredilerin işlevleri Kredinin Kaldıraç İşlevi, Kredinin Ekonomik İşlevi ve Kredinin Tüketim İşlevi olmak üzere üç ana başlıkta incelenebilir (Başar ve Coşkun, 2006).

1. Kredinin Kaldıraç İşlevi: Rekabet koşullarının son derece sert olduğu günümüz piyasalarında bu koşullar paralelinde bütün kurumlar devamlı olarak büyüme ihtiyacı hissetmektedirler. Mali olarak ilerleme sağlayamayan kurumların buldukları sektörlerde barınabilmelerine imkan yoktur. Büyüme ihtiyacını gerçekleştirmek amacı ile yatırım yapma mecburiyetinde olan kurumların bu yatırımları her seferinde özsermaye kullanarak gerçekleştirmeleri ihtimal dışıdır. Bazı durumlar mali kaynağın borç alınması suretiyle ihtiyaç duyulan sermayenin

sağlanmasını ve yatırımların yapılmasını gerektirebilir. Mali kaynak temini için genellikle ilk muhatap olunan kuruluşlar bankalardır. Bankalar müşterilerin sundukları birtakım avantajlar dahilinde kuruluşlara kaynak sağlayarak ve mali kaldıraç gibi işlev görerek işletmelere yatırım fırsatlarını genişletme olanağı sunarlar (Başar ve Coşkun, 2006).

2. Kredinin Ekonomik İşlevi: Bankaların esas işlevi işletmenin yapacağı yatırımlar için aracı kurum gibi görev yapmalarıdır. Bankalar finansal süreçler içerisinde kaynak sağlayıcı olarak görev yaparlar. Bu süreçler içerisindeki görevleri ile kişisel gereksinimlerin karşılanması ve ülke ekonomisinin canlanması gibi faydaları bulunmaktadır. Birçok durumda sermayenin artırılması amacı ile talep edilen banka kredileri, yatırımların önünü açmakta ve yeni istihdam sahalarının oluşmasına ön ayak olmaktadır. Bu işlevi ile bankalar ülke içerisinde refah seviyesinin yükselmesine aracılık etmektedirler (Aslan, İ. ve Yapraklı, 2008). Fakat devam eden dönemlerde tasarruf meydana gelmiyorsa yani kredi talep edenin borcunu geri ödeme konusunda riskleri bulunuyorsa, kullanılacak krediler hem şahıslar hem de kuruluşlar için tehlikeli neticelerin oluşmasına sebebiyet verebilir. Bu gibi sebeplerle, kredi kullandırma süreçleri adım adım kontrol altında tutulmalıdır (Başar ve Coşkun, 2006). Bu süreçler yeterli derecede kontrol edilmezlerse enflasyonu artırıcı bir etki olarak ortaya çıkabilirler. Yüksek enflasyonun olduğu periyotlarda bankalar kredi kullanımını kısıtlarlarsa bu durum genel ekonomiye olumlu olarak yansıtacaktır. Yine iktisadi durgunluk dönemlerinde bankaların sağlayacağı krediler ile ekonomik daralmanın olumsuz etkileri önlenebilir.
3. Kredinin Tüketim İşlevi: Ekonomik verilerin her dönemde ve her bölgede devamlı olarak iyiye doğru bir hareket içerisinde olması mümkün değildir. Daralmalar mutlaka her ekonomide yaşanacaktır. Bu gibi dönemlerde piyasa durgunlaşmakta, piyasada dönen para miktarı azalış göstermektedir ve piyasada genel bir likidite kıtlığı ortaya çıkmaktadır. Bankalar bu gibi dönemlerde sağlayacakları krediler ile tüketicilerin piyasayı daha canlı tutmalarına katkı sunabilmektedirler ve böylece genel finansal tabloda iyiye gidiş sağlanabilir (İnağ, 1990).

Kredilerin tüm işlevleri göz önüne alındığında, ihtiyaçların giderilmesi, yatırım için gereken zamanın kısalması ve benzeri çok sayıda değişkenin, ülke ekonomisinin

canlandırılması için yararlı olacağı görülmektedir. Bu nedenle bankaların daralma dönemlerinde izleyecekleri kurumsal politikalar sürecin başarılı bir şekilde yönetilmesine yardımcı olmaktadır. Kredi isteğinde bulunan bütün kişiler için bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar farklı opsiyonlu krediler sunmaktadırlar. Kredi talebinde bulunanlar genellikle kendilerine en az maliyetler oluşturacak opsiyonlara yönelmektedirler. Diğer tüm sektörler gibi bankacılık sektörü de rekabetin yoğun biçimde yaşandığı bir sektördür. Rekabet ortamında öne çıkmayı hedefleyen bankalar potansiyel müşterilerini tespit etme ve ihtiyaçlara göre farklı opsiyonlar sunma konusunda yarış içerisindedirler. Güven unsuru hem kredi kullandıracak kuruluş hem de kredi talep eden kişiler için son derece önemlidir.

2.5. Bireysel Kredi

Tüzel olmayan kişilerin, bireysel amaçlı mal ve hizmet alımlarının finansmanına hizmet eden, akdedilen sözleşmelerde belirlenen şartlarda kullanılan kredilerdir. Bireysel krediler ihtiyacın niteliğine göre farklı adlar (Örn. ihtiyaç kredisi, konut kredisi, taşıt kredisi, kredi kartı) almaktadır.

2.5.1. Tanım

Mevcut gelirlerinin ötesinde yatırım ve harcama yapmak isteyen şahıslar ve tüzel kişilikler, yetersiz kalan gelirlerini ya daha önceki tasarruflarından ya da ileriye dönük gelirleri ölçüsünde borçlanarak tamamlamayı düşünürler (Terzioğlu, vd., 2002, s. 2). Kişiler, ailelerinde ve yakın çevrelerinden borç alabilecekleri gibi bankalar başta olmak üzere finansal kuruluşlara da borç talep edebilirler. Bu noktada mali kaynak sağlama aracı olarak krediler kullanılmaktadır. Ticari faaliyetler haricinde şahısların taşınmaz, araç veya herhangi bir ürün veya hizmet satın almak amacı ile önceden anlaşılmış oranlar üzerinden faizlendirilmiş ve belirli bir geri ödeme planına doğrultusunda geri ödemeleri tahsil edilen kredi çeşidine bireysel kredi denilmektedir (Şakar, 2001).

Finansal kurumun türüne, ekonomik koşullara ve gereksinim türlerine göre bireysel kredi çeşitleri de çeşitlilik göstermektedir. Bireysel kredi çeşitlerini kullanılma amaçlarına veya hedef kitlelerine göre tüketici kredileri, konut kredileri, araç kredileri, eğitim kredileri, tatil kredileri, kariyer kredileri, onarım kredileri, inşaat tamamlama kredileri, kredili

mevduat hesapları ve kredi kartları gibi çeşitlere ayrılabilir. Çeşitli tüketici kredilerinin ve kredi kartı harcamalarının tamamı finans kuruluşları tarafından bireysel kredi olarak adlandırılmaktadır. Tüketici kredileri, gerçek şahısların ticari gayeler haricinde ürün ve hizmet satın alımlarının mali olarak desteklenmesi amacı ile önceden tespit edilen faiz oranları ile geri ödemesi gerçekleştirilen kredi çeşididir (Aksoy, 2005). Bu krediler nakdi bireysel kredi olarak sınıflandırılmaktadır. Gayri nakdi bireysel krediler sınıfında ise kredi kartları bulunmaktadır. Kredi kartları şahısların harcamalarının gelirleri ile ilişkilendirildiği kredi çeşididir. Kredi kartını basan finans kuruluşu, ödemenin yapılacağı satıcıya belirli limitler dahilinde ödeme garantisi sunmaktadır. Kredi kartları global pazarda yaygınlaşmış bir uygulamadır (Aksoy, 2005). Bu yaygınlığın en önemli sebebi ise kart kullanımının son derece kolay bir işlem olmasıdır.

Tüketici kredileri çoğu zaman şahısların kısa, orta ve uzun vadede ihtiyaçlarına karşılık finansman sağlarken, kredi kartı genellikle şahısların kısa ve çok kısa vadeli ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Kredi kartları limitleri itibari ile tüketici kredilerine oranla çok daha kısıtlı bir kaynak kullanımına müsaade etmektedir. Tüketici kredileri tek sefere mahsus olarak kullanılır. Kredi kartları ise belirlenen bir limit dahilinde fasıllı olarak harcamalar yapılmasına ve bu harcamaların taksitlendirilebilmesine imkan sağlamaktadır. Tüketici kredileri uygulanacak faiz oranı ve kullanılacak kredinin limiti konularında kredi talebinde bulunanlara geniş bir seçenek sunmaktadır. Kredi kartları ve tüketici kredileri bankacılık uygulamaları açısından da farklı süreçlere tabidir. Bireysel kredi fonksiyonları bankacılık sektörü çerçevesinde incelendiğinde, bankaların elinde bulunan kaynakları bireysel krediler biçiminde yatırım unsuru olarak kullanmaları, riskin genele yayılmasına olanak vermektedir. Bununla beraber bireysel geri ödemelerin, kurumsal geri ödemelerden daha düşük risk taşıması, daha yüksek faiz oranları ile daha fazla getiri sağlaması, finansal kuruluşları bu çeşit uygulamalara yönlendirmektedir (Şakar, 2001).

Bireysel kredilerin daha düşük riskli kabul edilmesinin başlıca sebebi nispeten daha düşük miktarlarda kullanılmaları ve bu miktara karşılık olarak müşteriden birtakım garantiler talep edilmesidir (Türkan, 2000). Farklı bir görüşe göre de bireysel kredilere yönelik talep, ticari kredilere kıyasla sektörel ve dönemsel piyasa dalgalanmalarından daha düşük oranda etkilenmektedir. Ticari piyasalarda yaşanması olası durgunluğa rağmen,

bireysel kredilere olan talep önemli bir azalma göstermemekte ve dengeleyici bir unsur olarak varlığını sürdürmektedir (İmren, 1994).

Şahısların kredilerden faydalanabilmesi, hem kredi talep eden şahıslara hem de krediyi sağlayan finans kuruluşuna bağlıdır. Bazen şahıslar kredi kullanmayı talep etseler dahi, bankalar bu taleplere olumsuz yanıt verebilmektedirler. Bireysel kredi kullanımının başlıca ön koşulları arasında belirli bir gelire sahip olma, kanunen ve fiilen reşit olma ve medeni haklar yönünden herhangi bir kısıtlamaya tabi olmamak gelir. Bireysel kredilerin başlıca müşterileri; maaşlı çalışanlar, ücretli çalışanlar, kira vb. düzenli geliri olanlar, emekliler ve serbest meslek sahibi gerçek şahıslar olarak tasniflendirilebilir. Finans kuruluşları gelir elde ettikleri bir faaliyet olan kredi kullandırmayı çoğunlukla tercih ederler. Ancak büyük riskli olarak tanımladıkları kişilere ya da kanunen kısıtlanmış kişilere kredi kullandıramayabilirler. Risk faktörünün daha yüksek olduğu kişilerden birtakım teminatlar talep edilebilir. Bireysel krediler karşılıklı imzalanan bir kontrat ile kullandırılırlar. Kredi ilişkisini başlatan aşama bu kontratın imzalanmasıdır. Teknolojik gelişmelerle birlikte kredi kullandırma süreleri ve analiz süreçleri de kısalmıştır.

2.5.2. Tüketici kredilerinin tarihsel gelişim

Tüketici kredileri, bireysel kredilerin tarihteki ilk örneklerini oluşturmaktadır. Bir borçlanma yöntemi olan tüketici kredileri 20'nci yüzyılın ilk dönemlerinde ABD'de ortaya çıkmıştır. ABD özel bankalarının ilk tüketici kredisi uygulamalarına 1928 yılında rastlanmaktadır. Endüstriyel devrimlerin bir sonucu olarak gelişen orta gelirli sınıfın konut ihtiyacının karşılanması ve endüstriyel işletmelerin ihtiyaç duyduğu finansman bankalar tarafından sağlanmaya başlamıştır. Aynı dönemde yaygınlaşan otomobiller toplumda bir heyecan yaratmıştır. Taksitli otomobil satışları da yine bu dönemde başlamıştır. 1950'lere geldiğimizde ise dayanıklı ürünlere ve hizmetlere yönelik artan talep mali kaynakların desteklenmesi ihtiyacını doğurmuştur (Takan ve Boyacıoğlu, 2011).

Ekonomik sistem içerisindeki bu değişimler finans sektörünü de doğrudan etkilemiştir. Tüketici kredilerinin önemi ve gerekliliği de bu dönemden sonra fark edilmiştir (İmren, 1994). Tüketici kredilerinin öncüsü bankalar günümüzde de bu sektörün hakimi konumundadır. ABD ve Avrupa'da 1950'li yıllardan sonra yaygınlaşan bireysel tüketici

kredileri Türkiye’de 1980’lerde uygulamaya girmiş ve 1990’lı yılların başından itibaren de yaygınlaşmıştır. Kredi kartı ile ilgili uygulamalar incelendiğinde ilk dönemlerde kredi kartı uygulamalarının günümüzdeki uygulamalardan çok farklı bir mahiyette olduğu gözlemlenebilir. İlk dönem kredi kartları yalnızca belirli bir bölgede, belirli mal ve hizmetlerle sınırlıydı ve yalnızca mali kararlılığı yüksek kısıtlı bir tüketici kitlesine hitap ediyordu. Zamanla kredi kartları da dönüşüm geçirerek daha geniş bir hedef kitlesine ve bölgeye hitap ederek yaygınlaşmıştır. Tarihsel süreçte öncelikle alıcı ve satıcı arasında finansal ilişkiyi tanımlamak amacı ile kullanılan kredi kartları, zamanla bankaları da içine alan üç taraflı sisteme, günümüzde de çok taraflı(karma) sisteme dönüşmüştür (Kaya, 2009).

Teknolojik gelişmelerle birlikte karma kredi kartı sistemi de hızla değişim göstererek güncel uygulamalara (Örn. E-ticaret uygulamaları) adapte olmuştur. Karma sisteme geçişten önce üç taraflı kredi kartı sistemi ilk kez 1950 yılında ABD’de Diners Club tarafından kullanılmıştır. Diners Club, herhangi bir bölge ile sınırlandırılmamış, çok değişik iş alanlarında nakit yerine kullanılabilen ilk kredi kartı uygulamasıdır. Diners Club Kart genellikle konaklama tesisleri, lokanta gibi yerlerde ve seyahatlerde kullanılmaktaydı. Kart sahipleri belirli bir ücret karşılığı bu kartı taşıyabilmekteydiler. 1951 yılında Franklin National Bank tarafından çıkarılan kart tüketiciye kredi kullanabilme imkanı sağlayan ilk kredi kartıydı. Tarihsel süreçte Diners Club’tan sonra önemli kilometre taşlarından biri de 1958 yılında American Express Bank tarafından uygulamaya konulan “American Express Card” dır (Yetim, 1997).

İlk kredi kartları günümüzdeki kadar yoğun kullanılan bir ödeme aracı değildi. Yaygın olarak kullanılan ilk kredi kartı 1959 yılında Bank of America tarafında uygulamaya konulan “Americard” dır. Küresel ölçekte olumlu tepki alan bu karta 1977 senesinde VISA Kart olarak anılmaya başlamıştır. ABD’nin batı yakasında bulunan bankalarda bu trendi yakından takip etmiştir ve 1967 senesinde “Master Charge” olarak adlandırılan ve sonrasında Mastercard ismini alan kredi kartı kullanılmaya başlanmıştır. Tüketicilere kredi kartı sunan finans kuruluşları VISA ve Mastercard altyapılarını kullanarak sektörde yerini almışlardır. 1963 senesinde İngiltere Pound üzerinden işlem yapılan “American Express” debit kartı kullanılmaya başlanmıştır. 1955 yılında hizmete sunulan BarclayCard İngiltere’de ilk kredi kartıdır. VISA ile yapılan mutabakat sonucunda bu kart küresel geçerliliğe kavuşmuştur. İngiliz bankaları tarafından 1972 senesinde İngiliz bankalarının

müştereken kurduğu “Joint Credit Card Company Ltd.” kuruluşu “Access” isimli kredi kartını piyasa sunmuştur. Bu kart Mastercard ile yapılan mutabakat sonucu küresel olarak kullanılabilir hale gelmiştir. Bu mutabakat gereği, Mastercard kredi kartları İngiltere’de Access kartın kullanıldığı yerlerde, dünya genelinde de Access kartlar Mastercard’ın geçerli olduğu yerlerde kullanılabilmiştir (Kaya, 2009).

Almanya, ABD menşeli kartlara ilave olarak “Eurocard” isminde bir sistemi devreye sokmuştur. Kredi kartları Avrupa’da ABD’deki kadar büyük bir ilgi ile benimsenmemiştir ve gelişim çok daha yavaş gerçekleşmiştir. Bunun en önemli sebebi, Avrupa’da çek kullanımının yaygın ve kolay bir uygulama olması ve alternatif ödeme yöntemlerine yönelmeye gerek görülmemesidir. Fransa’da 1960’larda kullanıma sunulan “Card Balanche” kredi kartı 1970’lere kadar geniş kitlelere yayılamamıştır. Ancak Avrupa’da da 1970’lerden itibaren yaygınlaşan kredi kartı kullanımı ile kredi kartı küresel ölçekte benimsenmeye başlanmıştır (Takan ve Boyacıoğlu, 2011). Sürekli bir gelişim içerisinde olan kredi kartı uygulamaları günümüzde neredeyse dünyanın her noktasında kabul edilen bir ödeme aracı olarak varlığını sürdürmektedir. Tüketicilere sunulan avantajlar ve yenilikler varlığını sürdürdükçe de kredi kartları ve kullanıcı kitleler genişlemeye ve çeşitlenmeye devam edecektir.

2.5.3. Türler

Değişik ihtiyaçları karşılamak amacı ile kullanılan bireysel krediler tüketici kredileri ve kredi kartları başlıkları altında incelenebilir.

2.5.3.1. Tüketici kredileri

Kredi sınıflandırılmaları nakdi krediler ve gayri nakdi krediler biçiminde yapılmaktadır. Tüketici kredileri nakdi krediler sınıfında yer almaktadır. Nakit biçiminde krediyi talep edene teslim edilen tüketici kredileri genellikle bir taşınır veya taşınmaz mala ya da bir hizmete (Örneğin eğitim kredisi) sahip olunabilmesi için kullanılmaktadır (Reisoğlu, 2008). Tüketici kredileri kullandırılırken finansal kuruluş ve kredi talep eden arasında bir sözleşme ilişkisi doğar. Kredi talep eden gerçek kişi olabileceği gibi tüzel bir kişilik de olabilir. Bunun istisnasını Avrupa Birliği hukuk normları oluşturur. AB normlarına göre tüketici ancak gerçek bir kişi olarak tanımlanabilir (Baykan vd., 2004, s. 10).

Türkiye’de yargı kararları incelendiğinde kar amacı gütmeyen tüzel kişiliklerin de kredi sözleşmesinin tarafı olabileceği kabul edilmişse de, Türkiye Bankalar Birliği tüketici kavramını daha dar anlamı ile ele alarak sadece gerçek kişileri tüketici olarak kabul etmektedir (Öztek, 2008). Tüketici kredileri, kredi kullanım amaçlarına göre gayrimenkul kredisi, araç kredisi ve beyaz eşya kredisi gibi ürünlere yönelik olabileceği gibi, tatil, sağlık, eğitim vb. gibi çok çeşitli harcamalara göre de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Tüketici kredileri kişilerin mevcut gelirleri ve birikimleri ile sahip olamayacakları mal ve hizmetlere borçlanarak sahip olmalarına fırsat tanır. Dolayısı ile gelecekte elde edilmesi beklenen gelirler öncesinde kullanılabilir. Tüketici kredileri nakdi olarak kredi talep edene teslim edilebileceği gibi aradaki sözleşme uyarınca tüketicinin satın almak istediği ürün veya hizmeti satan kişi veya kuruluşa da teslim edilebilir (Şakar, 2001).

Tüketici kredilerinden yararlanabilecek gerçek kişiler yasal olarak kısıtlanmamış, 18 yaşını doldurmuş, belgelendirilebilir bir gelire sahip ve medeni hakları serbestçe kullanabilen kişiler olmalıdır ve kredi ilişkisi talep edenin başvurusu üzerine başlatılır. Bunun yanında, kredi kullanımı hukuka ve ahlak anlayışına ve finansal kuruluşun politikalarına uygun olmak zorundadır. Tüketici kredilerinden, bireysel kredi kullanmasında bir sakınca görülmeyen, on sekiz yaşını doldurmuş, medeni hakları kullanma ehliyetine sahip, düzenli gelir sahibi olan gerçek kişiler yararlanabilmektedir. Tüketici kredisi tahsisindeki genel uygulama kredi talep eden bireyin bizzat ilgili kuruluşa başvurması şeklinde gerçekleşmektedir. Ayrıca kredinin amacı kanuni ve ahlaki değerlere uygun ve bankanın uyguladığı politika ile uyumlu olmalıdır.

2.5.3.2. Kredi kartları

Yukarıda bahsedildiği üzere kredi kartları da bireysel kredilerin bir çeşididir. Kredi kartları, bu kartları çıkarma yetkisi bulunan finansal kuruluşların tüketiciye nakde alternatif olarak kullanabilecekleri ve limitler dahilinde nakit para çekebilecekleri ya da kredi kullanabilecekleri bir ödeme aracıdır (Şakar, B., 2006). Kredi kartlarının ön tarafında kartı basan bankanın adı ve sembolü, kart numarası, müşterinin adı ve soyadı ile kartın son kullanma tarihi bazı durumlarda da müşterinin fotoğrafı bulunur. Kartın arka tarafında ise güvenlik şeridi, imza hanesi ve kart güvenlik numarası bulunur. Kredi kartları genellikle plastik malzemedен imal edilirler. Debit kart olarak adlandırılan banka kartları sıklıkla

yapısal benzerlikleri nedeni ile kredi kartları ile karıştırılır ancak bu kartların kullanılma biçimleri kredi kartlarından farklılık arz etmektedir.

Banka kartlarının esas amacı müşterinin ilgili bankadaki hesaplarına ATM'ler vasıtası ile ulaşım nakit çekim vb. işlemleri gerçekleştirebilmeleridir. Aynı zamanda nakit hesaplarında yeterli bakiye bulunması durumunda bu kartlarla da ödeme işlemi yapılabilmektedir. Ancak bu kartlar bir kredi aracı değildirler. Günümüzde sıklıkla uygulanan ek hesap gibi uygulamalarla bu kartlarda bir kredi aracına dönüştürülebilmektedir. Bir borçlanma aracı olan kredi kartları müşterinin ilgili bankada belli oranda krediye sahip olduğunu doğrulamaktadır. Müşteri nakit kullanmaksızın, hemen her yerde kredi kartları aracılığı ile mal ve hizmet satın alabilirler. Üzerinde uluslararası kart firmalarının logosunu barındıran banka kartları ve kredi kartları, dünyanın her yerinde nakit para çekimine ve nakit para kullanmaksızın alışverişe olanak tanımaktadırlar ve bu yönleri ile birbirine benzerler. Kredi kartları da hedef müşteri kitlelerine göre farklı varyasyonlara sahiptir. Gelir düzeyi ve kredi puanı yüksek kişilere sunulan prestij kartları genellikle çok yüksek limitli hatta bazen limitsizdir. Daha düşük gelirli kişilere yönelik standart kartlar da mevcuttur. Bu kartların; Visa Classic, Visa Gold, Visa Business, Mastercard Standart, Mastercard Gold ve Mastercard Business gibi çeşitleri bulunmaktadır. Benzer şekilde bankalarda kartlarını Premium, Platinum, Black, Gold vs. gibi sınıflara ayırmaktadır. Kredi kartları müşterilere ödeme kolaylığı, taksitli alışveriş ve nakit çekim gibi olanaklar sağlamaktadır. Kart sahipleri nakit kullanmaksızın mal ve hizmetler karşılığında kredi kartlarındaki kredi limitleri dahilinde ödeme yapabilir ve böylece bir sonraki ekstre dönemine kadar ödemelerini geciktirebilirler. Taksitli alışveriş sayesinde özellikle tek seferde ödenmesi güç mal ve hizmet bedellerinin fasıllı olarak ödenmesi sağlanabilir. Kartı basan finansal kuruluş bu taksitlerle ilgili satıcıya güvence verirken, müşteride ödeme imkanları ölçüsünde ödemelerini taksitli bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bu işlemin herhangi bir sözleşme tesis edilmeksizin kolaylıkla uygulanabiliyor olması hem müşteriler hem de satıcılar için büyük bir avantajdır. Bankalar işletmelere güvence sağladıkları gibi ödemelerin kontrolünü de kendi üzerlerine alarak işletmeleri önemli bir iş yükünden kurtarmaktadırlar. Kart kullanıcısı müşteri de kendisi için faydalı bir ödeme esnekliğine kavuşmuş olur. Bankalar tarafından kredi kartları aracılığı ile sunulan bir diğer hizmet de müşterilerin bu kartlar aracılığı ile nakit çekim ve nakit avans gibi işlemleri gerçekleştirebilmeleridir (Aksoy, 2005).

Belirtilen üç fayda dışında ayrıca kredi kartları; elektronik alışverişte kullanılabilme, kampanyalar, indirimler, uçuş mil ve kart puanı gibi ayrıcalıklar ve müşterilere özel hizmetler gibi ilave yararları sahiptirler. Günümüzde gelişen elektronik devlet uygulamaları ile vergi ödemelerinden sosyal güvenlik primlerine ve okul harçlarına kadar çok geniş bir alanda kredi kartları kullanılabilir. Bunun yanında asıl kart sahibinin isteği doğrultusunda, harcamaları asıl karta yansıtacak ve asıl kart limiti dahilinde ek kartlar kullanılabilir. Bu ek kartlar 15 yaşın üzerindeki kart sahibi yakınlarının ürün ve hizmet ödemelerinde ve nakit avans işlemlerinde kullanılabilir. Tüketicinin o ay içerisinde ilgili bankanın kredi kartı ile yaptığı harcamalar bir ekstre ile kendisine iletilir. İlk başlarda daha çok posta yoluyla yapılan ekstre bildirimleri artık yaygın bir şekilde elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Ekstrede ayrıca toplam borç ve asgari ödeme tutarları da belirtilmektedir. Müşteri kanunen belirtilen limitler dahilinde borcun asgarisini ödeyerek kalan borcu bir sonraki ayın ekstresine bırakabilir. Kredi kartları ayrıca ekonomi içerisindeki toplam kredi hacminin artmasına katkı sunmaktadırlar. Avantajları ve kolaylıkları sayesinde kredi kartları günümüz tüketicilerinin vazgeçilmez ödeme araçlarından biri haline gelmişlerdir. Fakat kredi kartları aynı zamanda tüketicilere bazı yükümlülükler de yüklemektedir. Bilinçsiz kredi kartı kullanımı tüketicilerin ödeme güçlüğü üzerinde harcama yapmalarına sebebiyet verebilir. İlâveten bankalar kredi kartı kullanımı için belli miktarda bir kullanım ücreti talep edebilmektedirler. Bu gibi ek maliyetler iyice değerlendirilmelidir. Ayrıca kartların her zaman çalınma riski bulunmaktadır ve tüketiciler birtakım elektronik dolandırıcılık yöntemlerinin hedefi olabilirler. Karşılıklı imzalanmış bir sözleşme ile sahip olunan kartların kötü kullanımı veya çalınması durumunda genellikle kart taşıyıcı zor durumda kalmaktadır. Bunun nedeni kartı basan bankanın sözleşme metinlerini kendi lehine düzenlemiş olmasıdır. Kredi kartları bu kartları basan banka ve finans kuruluşlarının pazar paylarını artıran önemli finansal araçlardır. Günümüz bankacılık sektöründe nispi oranların büyüklüğü sebebiyle kredi sunan kuruluşlar arasında bankalar başı çekmektedir. Bankalar kendi sektörleri içerisindeki paylarını artırmak amacıyla kredi kullandırma yönünde stratejilere yönelmektedir. Bunun sonucunda günümüzde kredi kartı sahibi olmak son derece kolaylaşmıştır. Bazı durumlarda müşteri talep etmese dahi, kendisi adına kredi kartı oluşturulmaktadır. Bankalar cadde üzerine açtıkları stantlarla dahi tüketicileri kredi kullandırmaya teşvik etmektedirler. Tüm bu kolaylık ve esnekliklere rağmen bazen talep edilen limitin çok altında limitli kartlar müşteriye sunulmakta veya limit artırımı talepleri karşılanmamaktadır. Bununla ilgili yasal düzenlemeler ve bankaların bazı müşterilere

temkinli yaklaşması bunun en büyük sebebidir. Bankaların yeterli kabul ederek kredi kartı sunduğu kişiler, mevduatlarında hiç nakit bulunmasa dahi alışveriş yapma olanağına sahiptirler. Yaklaşık bir aylık süre için bankalar müşterileri adına ödemeleri ilgili kuruluşlara gerçekleştirirler. Ekstreler ay sonunda tüketiciye gönderilir. Tüketici var olan borcun tamamını ödeyebileceği gibi kanunlarla belirlenmiş oranlarda asgari ödeme tutarını da ödeyerek kalan borcu belirli bir faiz oranı uygulanacak şekilde sonraki aya bırakabilir. Ekstrede belirtilen asgari tutarı ödemeyen kart sahipleri ilgili kuruluş tarafından takibe alınır ve kredi notları borcun ödenmemesi veya çok geç ödenmesi durumunda düşürülür. Kredi kartlarının bu kadar yaygınlaşmasının nedeni müşteriler tarafından pratik bir ödeme aracı olarak görülmeleri, sağladıkları faydalar ve bankaların nispeten daha az limitli bu kartları daha düşük riskli olarak algılamalarıdır. Finans kuruluşları açısından değerlendirildiğinde banka kartları ve kredi kartları ile yapılan ödemeler belirli bir teknolojik altyapı gerektirmektedir ve bu bankalara maliyet olarak yansımaktadır. Dünya genelinde gerekli altyapıya sahip başlıca beş kredi kartı ve banka kartı ödeme sistemi bulunmaktadır. Bu sistemler; VISA, Mastercard, American Express, Diners Club ve JCB'dir (Kaya, 2009).

Tüketicilere kredi kartı sunmak isteyen finans kuruluşları bahsedilen uluslararası ölçekte kabul görmüş beş servis sağlayıcının en az birine üye olmak suretiyle kredi kartı basabilirler. Bu servis sağlayıcılarının talep ettiği şartları yerine getirebilen finans kuruluşları, kredi kartı çıkartarak ve işletmeler ile anlaşmalar sağlayarak, kredi kartı kullanılarak yapılan ticari işlemler için oluşturulmuş satış belgelerini temin etme yetkisine sahip olurlar. Kredi kartını kullanan tüketiciler anlaşmalı iş yerlerinden satın aldıkları ürün ve hizmetler karşılığında düzenlenen satış belgelerini imzalayarak veya pin ve şifre gibi elektronik olanakları kullanarak alışveriş işlemlerini tamamlarlar. Anlaşmalı iş yeri sattığı ürün ya da hizmete karşılık oluşturduğu satış belgesini elektronik olarak transfer etmek suretiyle ilgili bankadan ürün ya da hizmetin ücretini talep eder. Anlaşmaya göre varsa komisyon veya diğer giderler düşülerek ürün veya hizmet bedeli satışı gerçekleştiren işletmeye banka tarafından ödenir. Bu ödeme nakit teslimi veya hesaba transfer şeklinde gerçekleşebilir. Ödemeyi gerçekleştiren banka satış ile ilgili belgeler üzerinde gereken işlemleri gerçekleştirdikten sonra yine elektronik imkanlardan yararlanarak yurtdışı kart harcamalarını yurtdışındaki bankalar ile yurtiçindeki kredi kartı harcamalarını ise ilgili işletme ile yurtiçi takas işlemine tabi tutar. Banka kendisi tarafından dağıtılan kredi kartlarına ait harcamaları da ekstre düzenlemek sureti ile finansal programına dahil eder.

Bankalar belirtilen tahsilatları gerçekleştirirken daha önceden belirlenen miktarda komisyonu düşerek tahsilat işlemini gerçekleştirir (Güney, 2007).

2.6. Tüketici Kredisini Etkileyen Faktörler

Tüketici kredilerini etkileyen faktörler, gerek krediyi sunan finansal kurum gerekse tüketiciler açısından; makroekonomik faktörler, kamu müdahaleleri ve finans sektöründe iktisadi ve teknolojik yenilikler başlıkları altında incelenebilir.

2.6.1. Makroekonomik faktörler

Tüketici kredilerine yönelik talep, enflasyon ve faiz oranlarındaki düşüş ve kararlı iktisadi büyümenin etkisiyle artış göstermiştir. Bu artış hem kredi arzında hem de kredi taleplerinde açıkça kendini göstermektedir. 1970'li yıllardan itibaren küresel enflasyonda gözlemlenen kademeli düşüş, nominal faiz yüzdelerini de etkilemiştir. Bu düşüşün sonucunda finansal kuruluşlar kredi kullandırma konusunda daha düşük risk ve yüksek kazanç potansiyeli ile karşılaşmışlardır. Aynı zamanda daha stabil kısa vadeli faiz oranları, tüketicilerin borçlanmalarını planlayabilmelerine ve tüketici kredilerine ilgi göstermelerine neden olmuştur. İktisadi gelişmeye paralel olarak ekonomik krizlerin yaşanma sıklığı ve etkileri azalmıştır. Bu da tüketicilerin gelirlerinin ve alım güçlerinin büyük değişiklikler göstermemesine ve tüketici kredilerine olan talebin artmasına neden olmuştur. Tüketici kredilerindeki artış özellikle İsviçre, Almanya ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerde gayrimenkul kredilerine yönelik yükselen talep ile açıkça gözlemlenebilir. Bunun yanında makroekonomik gelişim ve tüketici kredi talepleri arasındaki ilişki çift yönlü bir ilişki olarak varlığını sürdürmektedir (BIS, 2006).

Brunila ve Takala (1993) tarafından yapılan bir araştırmaya göre ekonomik daralmanın yaşandığı dönemde Finlandiya tüketici kredi pazarı da olumsuz olarak etkilenmiştir (Brunila ve Takala, 1993). Yine aynı araştırma tüketicilerin borçlanma eğilimlerinin istihdam oranı ile ilişkisini de ortaya koymaktadır. Tüketiciler işsiz kalma ihtimalleri arttığında ileriye dönük potansiyel gelirleri üzerinden borçlanmamaya daha fazla dikkat etmektedirler ve tüketici kredilerine olan talep bu doğrultuda düşüş göstermektedir (Brunila ve Takala, 1993). Chatterjee tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre ise faiz

oranlarındaki değişim ve iktisadi büyüme ile beraber gelirlerin ve servetin eşit olmayan oranlarda dağılımı da önemli faktörler arasında sayılmıştır (Chatterjee vd., 2002).

2.6.2. Kamu müdahaleleri

Kamusal müdahalelerin azaldığı durumlarda tüketiciler daha çok kredilere ve borçlanmaya eğilimlidirler. Liberal bir finansal yönetim benimseyen hükümetlerin tüketici kredilerini ne şekilde etkilediği Brunila ve Takala (1993) tarafından yapılan çalışmada ortaya konmuştur. Çalışma sonuçları kamu müdahalelerin azaldığı dönemlerde Norveç, İsveç ve Finlandiya’da tüketicilerin borç ve kredi kullanma durumlarında artış olduğunu göstermektedir (Brunila ve Takala, 1993). Tüketici kredisi kullanan tüketiciler vergi ve sigorta giderleri adı altında birçok ilave masraflara da katlanmak durumundadır. Bu ilave masrafların ortadan kalktığı veya azaldığı durumlarda tüketici kredilerine olan talep artmaktadır.

Başçı (2006) tarafından yapılan çalışmada da bu durum teyit edilmektedir. Zira araç kredilerinde 2004 yılında uygulanan vergi indirimi bu kredi çeşidinin Türkiye’de en çok talep artışı gözükken kredi çeşidi olmasını sağlamıştır (Başçı, 2006). Kredi arzını gerçekleştiren kuruluşlar ve tüketiciler arasında görülen bilgi asimetrisi probleminin giderilmesi ile tüketici kredi talepleri ve tüketici kredi arzı birlikte artış göstermektedir. Athreya, Tam ve Young (2007) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada belirtilen bilgi asimetrisi problemi devlet yönetimi tarafından çözümlenerek tüketicilerin kolaylıkla ve yaygın bir biçimde tüketici kredilerine yönelebileceği ve teminat dışı kredilerdeki kişisel iflasların önlenilebileceği ifade edilmiştir (Athreya vd., 2007). Bu gibi tedbirlerle tüketiciler, iflas korkusu yaşamaksızın tüketici kredilerine yönelebilecek ve tutarlı bilgilerle güvenli kredi ve finans kuruluşlarını tanıyacak ve kredi sağlayan finans kuruluşları da tüketiciler hakkında bilgiye sahip olarak daha tutarlı risk analizi yapabilecektir. Zira Getter (2006), asimetrik bilgi problemi nedeni ile zaman zaman gereksiz kredi talep ret durumlarının oluştuğunu belirtmiştir (Getter, 2006). Bununla beraber bağımsız bir kurum olarak tanımlanmasına rağmen birçok ülkenin Merkez Bankası uyguladığı para politikalarıyla piyasayı etki altında bırakmaktadır. Bu finansal manevralar, tüketici kredilerine olan talebin artıp azalmasına sebep olmaktadır. İnan (2001), piyasalara yansıyan etkiyi, daralma yönlü para politikaları

neticesinde artan faiz oranlarının finans kuruluşlarının kredi arzındaki azalmayı tetiklemesi ile örneklendirmiştir (İnan, 2001).

2.6.3. Finansman sektöründeki gelişmeler

Bütün finansal uygulamalar gibi tüketici kredileri de gelişen teknolojiye ve finansal inovasyonlardan etkilenmektedir. Gelişen teknoloji sayesinde finansal riskler daha iyi analiz edilmekte ve ekonomik gelişim desteklenebilmektedir (BIS, 2006).

Finansal risklerin daha iyi analiz edilmesi ve bu analizlerin daha düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesi ile bankalar karlılıklarını artırmıştır ve buna bağlı olarak tüketici kredi arzı artış göstermiştir. Teknolojik gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan yeni kavramların kullanılması da tüketici kredilerine yönelik talep ve arza tesir etmektedir. Bu durumun en önemli ispatı kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasıdır. Geliştirilen finansal ürünlerden bir diğeri de “Menkul Kıymetleştirme” olarak gösterilebilir. Menkul kıymetleştirmeye bağlı olarak ortaya çıkan “Varlığa Dayalı Menkul Kıymet (VDMK)” işlemi de yeni bir kavramdır. Türkiye’de, VDMK işlemlerine 1992 yılında yürürlüğe giren mevzuat ile başlanmıştır. İşlem dahilinde değerlendirilecek alacak çeşitleri bu kanuni düzenlemede ifade edilmiştir. Tüketici kredisi ve tüketici kredisinin bir çeşidi olan gayrimenkul kredisi mevzuatta geniş bir yer tutmaktadır. Önceki dönemlerde bankalar arta kalan karşılıkları ve hazır para gerekliliğini azaltmak için VDMK ihracında bulunmuşlardır ve bankaların toplam tüketici kredileri hacmi ve piyasa VDMK arzı genel anlamda artış göstermiştir (Aras, 1996).

2.7. Tüketici Kavramı

Tüketici kişisel arzu, istek ve ihtiyaçları için pazarlamaya ait tüm bu bileşenlerini satın alan veya satın alma kapasitesi dahilinde olan tüzel olmayan kişilerdir. Tüketicileri, mal veya hizmeti satın alan müşteri kavramından ayıran temel fark ise bunları tüketmesidir.

2.7.1. Tüketici ve tüketim

Günümüzde yaşayan bireyler açısından tüketim vazgeçilmez bir olguya dönüşmüştür ve tüketiciler bu olgunun bir aracı haline gelmiştir (Coşgun, 2012). 1900’lü yıllarda ortaya çıkan tüketim kavramı, zaman içerisinde farklı anlamlar kazanarak günümüze kadar

ulaşmıştır. Bu kavram; birçok seçenek arasından bir ürün veya hizmetin tercih edilmesi, nakit veya karşılığı elde edilmesi, yararlanılması, tamir edilmesi ve son olarak elden çıkarılması biçiminde tanımlanabilir (Üstün ve Tatal, 2008).

Çok eski bir tarihe sahip olan tüketim kavramı, ilk ortaya çıktığı dönemlerden günümüze kadar kişilerin hayat biçimlerini ve sosyal yaşamlarını hemen her durumda etkilemiştir. Tüketim başlarda temel fizyolojik gereksinimlerin karşılanması olarak tarif edilmiştir. Ancak günümüzde bu temel gereksinimlere ilave olarak psikolojik, sosyolojik ve kurgusal gereksinimler de tüketim ile tatmin edilen gereksinimlerdir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012).

Dolayısı ile literatürde çok sayıda tüketim tanımı yer almaktadır. Bu tanımların bazıları şu şekildedir:

- Tüketim, tüketici tarafından belirtilen gereksinimlerin giderilmesi için gerçekleştirilen eylemlerin tamamıdır.
- Bir süreç biçiminde tanımlandığında tüketim, tüketicinin belirlediği gereksinimlerin tatmin edilmesi amacı ile arzu edilen ürün ya da hizmetleri tespit etmek, temin etmek, bunlardan fayda sağlamak ve kullanım sonrası değerlendirme basamaklarından oluşmaktadır. Tüketim, el değiştiren bir emtianın ekonomik ömrünün son basamağıdır.
- Geniş anlamı ile tüketim kavramı ise ekonomik değere sahip ürün ve hizmetlerin sağladığı faydaların bireylerin ihtiyaçlarını gidermek maksadı ile kullanılmasıdır. Tüketim, tüketicilerin gözünde farklı anlamlara gelebilen bir kavramdır. Örneğin tüketicilerin bir kısmı tiyatro izlemek ve kültür gezilerine katılmak gibi deneyimleri tüketim olarak değerlendirebilirler. Günümüzde bilhassa genç kuşaklarda ihtiyaçların giderilmesinin ötesinde bir tüketim isteği görülmektedir. Bireyler de tüketim kavramı içerisinde bir nesneye indirgenerek araçsallaştırılmışlardır (Coşgun, 2012).

19'uncu yy.'da gerçekleşen Endüstri Devrimi ile birlikte seri imalatın yaygınlaşması, imalat yapan işletmelerin güçlenmesini sağlamıştır. Seri imalat yöntemleri tüketime de etki etmiş ve tüketici olarak adlandırılan kavram oluşmuştur. Tüketici kavramının oluşmadığı

daha önceki zamanlarda bu kavram yerine “alıcı” kavramı kullanılmaktaydı. Günümüzde üretimdeki artışa paralel olarak satışların da artması tüketici kavramının oluşmasına neden olmuştur (Aslan, Y., 2014). Araştırmalarda çok sayıda tüketici tanımı yer almaktadır. Bu tanımların bazıları şu şekildedir:

- Tüketiciler; istek, arzu ve ihtiyaçlarını gidermek amacı ile satın alma işlemini gerçekleştiren veya bu işlemi gerçekleştirebilme kapasitesine sahip olan gerçek kişilerdir (Karabulut, 1981).
- Tüketici; işletmelerin hedef kitlesi içerisinde bulunan, kendisine sunulan ürün ve hizmetler arasında seçim yapan kişidir. Hedef kitle tüketicilerin toplamından oluşmaktadır. Bu nedenle tüketiciler, örgütsel aktivitenin asli belirleyicisidirler (İslamoğlu, 2013).
- Tüketici kavramının ortaya çıkmasını sağlayan unsur, gereksinimlerin giderilmesine yönelik arzudur. Tüketicileri yedi çeşit ile tanımlamak mümkündür. Bu çeşitler (Penpece, 2006):
 - Mal ve hizmetler konusunda bilgi sahibi olmayan potansiyel tüketiciler,
 - Mal ve hizmetlerden haberdar olan tüketiciler,
 - Mal ve hizmetlerin esas işlevleri hakkında bilgi sahibi olan tüketiciler,
 - Mal ve hizmetlerden memnun olan tüketiciler,
 - Çeşitli ürünler arasında inceleme yaparak karar veren tüketiciler,
 - Beklentileri sağlayan mal ve hizmetlere yönelen tüketiciler,
 - Mal ve hizmetleri satın alan tüketiciler biçiminde sınıflandırılabilir.

Tüketicilerin tüketim davranışları çoğu zaman bireysel ihtiyaçları ve yaşadıkları yere yönelik ihtiyaçlar çerçevesinde şekillenir. Nüfus yoğunluğu, pazar büyüklüğünü etkileyen önemli bir faktördür. Hedef kitle içerisinde ne kadar çok kişi varsa pazarda o kadar büyük olur. Pazar büyüklüğü; nüfus, cinsiyet, ailevi özellikler, bölgesel dağılım gibi değişkenlerden etkilenmekle beraber, hedef kitlenin alım gücü ve refah seviyesi de pazarın büyüklüğünü tanımlayan diğer değişkenlerdir.

2.7.2. Tüketim teorileri

Kredilerin bir tür borçlanma araçları olduğu daha önce ifade edilmişti. Kişilerin ilave mali kaynağa gereksinimlerinin olup olmadığı veya bu gereksinimin ne boyutta olacağını belirleyen ölçüt, kazançların harcamalara oranıdır. Kazançları ile gereksinimlerini karşılayabilen kişiler borçlanmaya karşı daha gönülsüz olmaktadır. Kazançları, gereksinimlerini karşılamaya yetmeyen kişiler ise borçlanmaya eğilimlidirler. Sahip olunan kazanç, istihdam oranlarına ve kişisel varlıklar ile doğru orantılıdır. Dolayısı ile kazançların harcamalara denk olmasının sağlanmasında kişilerin tüketim harcamalarının ve bu harcamaları etkileyen değişkenlerin rolü önemlidir. Kişilerin veya toplulukların borçlanması ve kredi talepleri üzerine yapılan araştırmalarda, yaşam döngüsü ve sürekli gelir teorileri geleceğe yönelik tüketim teorileri olarak öne çıkmaktadır. Bu teoriler ile kişilerin tüketim harcamalarının hangi etkenlerden etkilendiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Tüketim harcamaları ile borçlanma konusundaki eğilimler aşağıdaki başlıklar altında (Örn. mutlak gelir, nisbi gelir, likidite kısıtı, yaşam döngüsü) anlaşılabilmesi için daha detaylı şekilde incelenmektedir.

2.7.2.1. Mutlak gelir

Keynes tarafından tüketim ile alakalı ortaya atılan düşünceler mutlak gelir teorisi olarak adlandırılmaktadır. Geleneksel Keynesçi tüketim teorisine göre tüketim harcamaları dolaysız bir şekilde harcanabilir gelir nispetinde farklılık göstermektedir. Bir dönem içerisindeki tüketim, o döneme ait cari gelirin bir fonksiyonudur. Burada üzerinde durulması gereken nokta cari gelir değişimi ile tüketim değişimi arasındaki bağıttır. Keynes bu durumu temel psikolojik kural ile açıklamaktadır. Bu kural, bireylerin tüketiminin gelir artışı ile artış gösterdiğini ancak tüketim artışının gelir artışının gerisinde kaldığını ifade etmektedir (Parasız, 2006).

Sahip olunan kazanç, tüketim veya tasarruf şeklinde değerlendirilebilir. Kazancın artması tüketimi eşit oranda artırmamaktadır. Bunun anlamı kazancın tüketime ayrılan oranının gelir yükseldikçe azalmasıdır (Tunca, 2001). Keynes tarafından ortaya atılan bu teori daha sonra birçok ekonomi araştırmacıları tarafından sınanmıştır. Nitekim ilk araştırmaların sonuçları Keynes'in teorisi ile uyumuştur. Daha fazla kazanan bireylerin

daha fazla tükettiği ve daha fazla miktarda tasarruf gerçekleştirdiği gözlenmiştir. Fakat bu deneysel tutarlılık çok uzun sürmemiş ve özellikle Dünya Savaşları sonrasında gelir artışına rağmen tasarruf artışı gerçekleşmemiştir. S. Kuznets, 1869 ile 1940 yılları arasındaki tüketim verilerini kullanarak bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada kazancın büyük oranda arttığı dönemlerde tüketimin kazançla göre azalmadığı bilakis kararlı bir şekilde iki değişkenin bağlantılı olduğu ifade edilmiştir (Yıldırım ve Karaman, 2003).

2.7.2.2. Nisbi gelir

Keynes tarafından ortaya atılan tüketim teorisinin deneysel sonuçları, farklı periyotlarda tutarlı sonuçlar vermemiştir. Dolayısı ile bu teoriyi inceleyen çok sayıda araştırma ortaya konmuştur. Duesenberry, 1949 yılında Nisbi Gelir Teorisi'ni Keynes'e karşı bir hipotez olarak sunmuştur. Bu teori iki farklı bakış açısı ile incelenebilir. Birinci bakış açısına göre tüketiciler hayatlarının bir döneminde sahip olduğu tüketim alışkanlıklarını kolay kolay terk etmemektedir. Kazançları azalsa dahi tüketiciler tüketimlerinden taviz vermemektedir. İkinci bakış açısına göre ise tüketiciler içinde buldukları topluma ayak uydurma ve tüketimleri ile çevrelerini etkileme eğilimindedirler. Bunun sonucunda uzun dönem tüketim alışkanlıklarında bir değişim gözlenmemektedir (Paya, 2001).

Nisbi Gelir Teorisi'nin kısıtlamalarından biri mal varlığı ve faiz gibi değişkenleri çalışmaya dahil etmemesidir. Bu yönüyle teori büyük eleştirilere maruz kalmıştır. Bu kısıtlamalar daha sonraki çalışmalarda düzeltilmeye çalışılmıştır ve birtakım değişkenler de dikkate alınarak tüketim fonksiyonu tanımlanmıştır. Yaşam döngüsü ve sürekli gelir teorileri tüketim fonksiyonunu daha geniş bir perspektif ile incelemekte ve ekonomi politikalarının ortaya çıkmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

2.7.2.3. Likidite kısıtı

Friedman tarafından oluşturulan sürekli gelir ve yaşam döngüsü teorileri, tüketicilerin hayatları süresince kararlı bir tüketime yöneleceklerini iddia etmektedir ve bu tüketim davranışlarının mantıksal sebeplerle gerçekleştiğini ifade etmektedir. Bu teoriye göre bireyler uzun dönemde potansiyel gelirleri ölçüsünde tüketim davranışları sergilemektedirler. Tüketiciler kazançlarının yüksek olduğu dönemlerde borç verme,

kazançlarının düşük olduğu dönemlerde ise borçlanma eğiliminde olacaklardır. Buna göre Keynes tarafından ortaya atılan teoriler önemsenmemiştir. Fakat modern iktisadi sistem içerisinde likidite kısıdı bulunan tüketici sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Likidite kısıdı, birikimi bulunmayan ancak aynı zamanda da borçlanamayan bireyleri içine almaktadır. Belirtilen bireyler herhangi bir mali garanti sunamadıkları veya mevcut iktisadi sistem nedeni ile potansiyel kazançlarına karşılık borçlanamayan kişilerdir. Bahse konu tüketicilerin tüketim düzeyi cari kazançları ile sınırlıdır (Paya, 2001).

Gayrimenkul kredileri bu kısıdı tanımlamak için en sık kullanılan örnektir. Konut edinme kararı alan bir tüketici grubu bankalara gayrimenkul kredisi isteğinde bulunacaktır. Bankalar genellikle kredinin düzenli geri ödemesini garanti altına almak amacıyla birtakım özel koşullar talep etmektedir. Bu koşullardan birkaçı belgelendirilebilir tüketici geliri ve satın alınmak istenen gayrimenkul fiyatının belirli oranda peşinatını içermektedir. Bu gibi garantileri sağlayamayan tüketicilerin kredileri genellikle finans kuruluşları tarafından reddedilmektedir. Tüketicilerin ileri vadeli kazançları ve mevcut servetleri yükseldikçe likidite kısıdı içerisinde bulunma ihtimalleri azalmaktadır ve talepte buldukları krediler daha yüksek oranda kabul edilmektedir (Tekirdağ, 2009).

2.7.2.4. Yaşam döngüsü

Modigliani, Brumberg ve Ando tarafından 1950'li yıllarda yapılan çalışmalarda Fisher tarafından oluşturulan tüketici davranışları modeli kullanılarak tüketim fonksiyonu analiz edilmiştir. Modigliani'ye göre bireylerin hayatları süresince kazançlar sistematik bir değişim içerisinde ve kazancın yüksek olduğu dönemlerde yapılan tasarrufların daha sıkıntılı dönemlerde kullanılmak üzere gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Belirtilen yaklaşım şekli, yaşam döngüsü teorisinin temelidir (Mankiw, 2009).

Keynes tüketim fonksiyonunu yalnızca kısa vadeli gelirler ile açıklarken, Modigliani'nin yaklaşımı insan hayatını bir bütün olarak ele almaktadır. Buna göre tüketiciler hayatları boyunca gerçekleştirdikleri tüketim ile toplam maksimum yararı elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu yararın sağlanması için de tüketiciler planlamalarını uzun döneme göre yapmaktadırlar. Bu teoriye göre tüketiciler kazançlarının yüksek olduğu dönemlerde birikim yaparak, kazancın kısıtlandığı dönemlerde tüketim alışkanlıklarını

değiştirmeksizin yaşamlarını sürdürmeyi amaçlamaktadırlar. Özetle, doğrusal bir fonksiyon ile tanımlanamayan kazanç, bireylerin müdahalesi ile doğrusala yakın özellikler sergilemektedir. Kazancın önemli ölçüde azaldığı dönemler genellikle bireylerin emeklilik dönemleridir (Yıldırım ve Karaman, 2003).

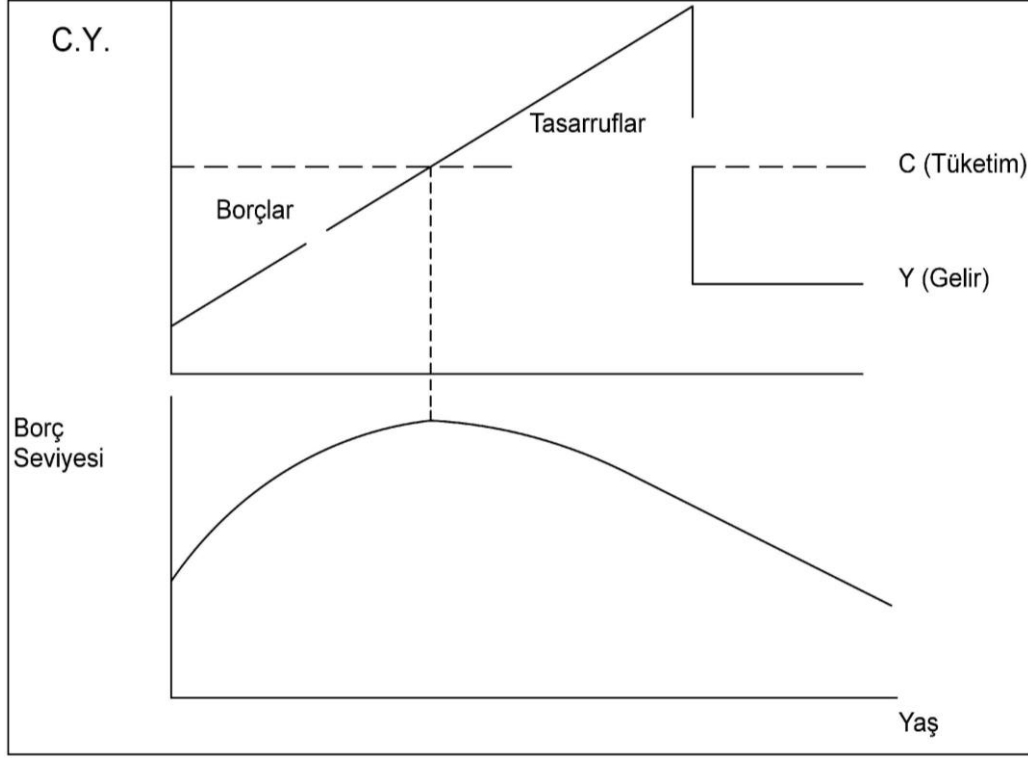
Yaşam döngüsü teorisine göre tüketiciler sürekli değişen tüketim alışkanlıklarından çok kararlı bir tüketim kalıbını benimsemektedirler. Teori aynı zamanda mal varlığı ve tüketim ilişkisini de incelemektedir. Yaşam döngüsü teorisi ile tüketim fonksiyonu arasındaki ilişki kısaca aşağıda gösterilen denklem ile açıklanabilir. Denkleme göre T sene yaşaması öngörülen bir tüketici N sene kadar çalışacaktır. Buna göre emeklilik dönemi olarak ifade edilen dönem T-N olarak ifade edilmektedir. Bahsi geçen tüketici için cari kazançlarının yanında ileriki dönemlerde sahip olacağı kazançlar ve mevcut mal varlığı da birer değişkendir. Mal varlığının tüketilmeyen bölümü ise kendisinden sonra gelenlere bırakmayı arzu ettiği mirası oluşturmaktadır. Tüketicinin bütün tüketim eylemleri bu değişkenlerden etkilenmektedir. C_t değişkeni t süredeki tüketime, T değişkeni öngörülen hayat süresine, Y_{t1} değişkeni cari dönem kazancına, N değişkeni tüketicinin muhtemel çalışma süresine, Y_{1e} değişkeni tüketicinin çalıştığı süre boyunca yıllık ortalama kazancına, W değişkeni toplam mal varlığına, m değişkeni ise tüketicinin kendinden sonrakilere bırakmak istediği mirasa tekabül etmektedir.

$$C_t = \frac{1}{T} [Y_{t1} + (N - 1)Y_{1e} + W - M] \quad (3.1)$$

Bu teoriye göre tüketiciler belirli bir bütçe kısıtlaması ile yüzleşmek durumundadırlar. Aynı zamanda teoriye göre, tüketim fonksiyonunun kararlı olabilmesi için tüketicinin hayatı boyunca elde edeceği kazancın öngördüğü tüketim harcamalarına eşit olması gerekmektedir. Yani tüketicinin net mevcut tüketim harcamaları, bahse konu tüketicinin toplam kazancının cari değerinden fazla olmamalıdır (Branson ve Litvack, 1976).

Tüketicilerin aldıkları faydayı en üst düzeye çıkarmak maksadı ile tüketimlerini dengeli tutma gayretleri, kazançlarındaki düşmeye karşı alıştıkları tüketim düzeyini koruyabilmek için borçlanma eğilimi göstermelerine neden olmaktadır. Kazancın nispi artış gösterdiği zamanlarda ise borçlanma azalış gösterecek ve cari borçlar da azalacaktır. Kişilerin gelir düzeyi yaşamlarının farklı dönemlerinde farklılık göstermektedir. Genç

yaştaki kişilerin iş hayatının başlarında kazançları düşük olmaktadır. İleriki dönemlerde kazanç ve tasarruflarda artış gözlemlenmektedir. Emeklilik dönemi ise kazancın azaldığı ve birikimlerden faydalanılan dönemdir (Froyen, 2002).



Şekil 2.1. Yaşam döngüsü hipotezi

Kaynak: (Yıldırım ve Karaman, 2003)

Şekil 2.1’de yaşam döngüsü teorisine göre borçlanma-yaş ilişkisi gösterilmiştir. Şekil incelendiğinde genç yaşlarda borçların arttığı ve belli yaşlara gelince de borçlanmanın azalarak birikimlerin arttığı gözlemlenebilir. Ancak tüketim hemen her dönemde kararlılık gösteren bir olgudur. Yaşam döngüsü teorisi, hem kısa hem de uzun dönemde ortaya çıkan araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Bu teoride Keynes’in teorisinden farklı olarak bugünkü kazanç ile tüketim arasında orantılı artışlar olması beklenmemektedir. Mevcut gelirden görülen dönemsel değişimler, tüketim harcamalarında beklenen değişime neden olmamaktadır. Kazançta yaşanabilecek hızlı bir artış, tüketimi eşit oranda etkilememektedir. Benzer biçimde kazancın azalması durumunda da ortalama tüketim eğilimi artış göstermektedir. Yaşam döngüsü teorisine göre çalışma ve mal varlığına bağlı kazançların, kullanılabilir kazançlar içindeki oranının değişmemesi şartıyla, ortalama tüketim eğiliminin değişmeyeceği öngörülmektedir. Buna ilave olarak teori, gelecek kuşaklara bırakılacak miras kavramını da bir değişken olarak tanımlamaktadır (Paya, 2001).

2.7.2.5. Sürekli gelir

Sürekli gelir teorisi, Milton Friedman tarafından 1957 yılında oluşturulmuştur. Friedman teorisi ile Modigliani tarafından öne sürülen yaşam döngüsü teorisini tamamlamayı amaçlamıştır. Her iki teori de tüketimin yalnızca cari kazançlarla ilişkili olmadığını esas almaktadır. Fakat sürekli gelir teorisi, yaşam döngüsü teorisinden farklı olarak bireylerin hayatları boyunca elde edecekleri kazançların dönemsel olarak rastgele ve kalıcı olmayan değişiklikler yaşadığını öne sürmektedir (Mankiw, 2009). Friedman tüketim teorisinin temelini sürekli gelir kavramı oluşturmaktadır. Kavramsal olarak sürekli gelir, uzun periyotta beşeri mal varlığı ve beşeri olmayan mal varlıklarının kişilere getirdiği kazancın ortalama potansiyel değeri şeklinde tanımlanmıştır. Beşeri mal varlığı; bireylerin iş konusundaki yetenekleri ve eğitimleri gibi artırılmış işgücüne karşılık gelmektedir (Blanchard, 2000). Bu bakış açısına göre sürekli gelir teorisi de, yaşam döngüsü teorisi gibi ileriki dönemlerde gerçekleşmesi muhtemel kazançların, kişilerin tüketim düzeylerini belirlediğini savunmaktadır (Froyen, 2002). Sürekli gelir teorisine göre tüketim denklemi $C_p = k \cdot Y_p$ olarak ifade edilebilir. Bu denklemde C_p sürekli tüketime, Y_p sürekli gelire ve k sürekli gelirden tüketim için ayrılan orana karşılık gelmektedir. “ k ” değişkeninin sabit olduğu düşünüldüğünde, son durum tüketim eğilimi ve ortalama tüketim eğilimi paralellik göstermektedir. Friedman’a göre sürekli gelir ile sürekli tüketim, uzun dönemin eğilim değişkenleri şeklinde kullanılmalıdır. Yani yukarıda ifade edilen denklemin, tüketim harcamalarını kesin bir biçimde öngörmesi gerekmez. Nitekim tüketim harcamaları birtakım rastlantısal unsurla içerebilmektedir. Belirtilen rastlantısal unsurlar, sürekli gelir ve mevcut döneme ait kazançların dönüşümüne sebebiyet veren kalıcı olmayan kazançlar şeklinde değerlendirilebilir (Paya, 2001).

Kişilerin kalıcı olmayan kazançları tüketim fonksiyonu üzerinde bir etkiye sebep olmaktadır. Sürekli tüketim, sürekli gelirin bir fonksiyonu olarak ele alınır ve çoğu durumda ölçülen tüketime eşit değildir. Friedman, kalıcı olmayan kazançların tetiklediği tüketim, sürekli tüketim ve sürekli gelir arasında bir bağıntı olmadığını savunmaktadır. Sürekli tüketim, sürekli gelir içinden ayrılan bir paydır ve kazançtan bağımsız olarak aynı düzeyde kalmaktadır. Sürekli gelirden ayrılan payı belirleyen etmenler ise; mal varlığını kazanca oranı, faiz miktarı ve bireyin tüketim-tasarruf dengesi ile ilgili hareket tarzıdır. Kalıcı olmayan tüketim ise rastlantısal bir değişkendir (Snowdon ve Howard, 2005). Sürekli gelir

teorisi, yaşam döngüsü teorisi gibi uzun dönemdeki tüketimi anlamlandırmaya çalışan bir hipotezdir. İleriye dönük beklentiler tüketim ile ilgili kararların oluşmasına etki etmektedirler ve geniş çerçeveli bir planlamanın sonucu olarak gerçekleşirler.

2.8. Tüketici Davranışları

Tüketici davranışı, 1950'li yıllarının sonlarında ortaya çıkan; sosyoloji, psikoloji, antropoloji ve ekonomi gibi birçok bilimsel alanla bağı olan, pazarlama alanı için de günümüzde çok önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2002). Literatürde Tüketici davranışı konsepti detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bunlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir.

İslamoğlu'na (2013) göre tüketici davranışı; ürün, hizmet ve fikir ve zamanın temin edilmesi tüketim süreci ve bu süreçten sonra elden çıkarılmasıyla ilgili davranışlar; talep ve ihtiyaçların tatmin edilmesi için bireylerin ve grupların fikir, hizmet ve ürün bazında satın alma, tüketme ve elden çıkartma süreçlerini içine alan davranışlar; Tüketicinin Pazar yerinde alışveriş ile ilgili sergilediği davranışlar; tüketicilerin ihtiyaçlarına göre arama, satın alma ve kullanım sonrasında değerlendirme olarak sergiledikleri tüm tutumlar olarak tanımlanmaktadır.

Tüketici davranışının en önemli özelliklerinden biri, satın aldığı ürünün temel fonksiyonundan ziyade tüketicinin satın alma kararını ürünle kurduğu duygusal bağ ve ürünün sağladığı yararlar sebebiyle almış olmalarıdır. Ancak bu durum talep edilen ürün veya hizmetin temel fonksiyonlarının önem arz etmediği anlamına gelmemekle beraber temel ihtiyaçların yanı sıra satın alınan ürün ve hizmetlerin çok boyutlu anlamlar taşıdığına işaret eder (Odabaşı ve Barış, 2002).

Tüketici davranışları, kullanıcıların güdüleri ile ortaya konan davranış biçimleridir. Bu güdüler ile hareket eden tüketici satın alma kararı verirken en çok yarar sağlayacak olan ürün ve hizmeti seçme eğilimindedir. Bu bağlamda tüketiciler ekonomik durumları doğrultusunda var olan seçenekleri değerlendirirler ve ihtiyacına en doğru şekilde cevap veren ürün ya da hizmete yönelirler (Penpece, 2006). Tüketici davranışı, tüketicinin para, enerji ve zaman gibi temel kaynaklarını tüketim süreci boyunca ne şekilde kullandığını inceler (Odabaşı ve Barış, 2002; Erdoğan, 2014). Tüketici davranışı özünde tüketicinin satın

aldığı ürün ve hizmetleri kapsayan duygusal, zihinsel ve fiziksel eylemleri içinde barındırmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2002). Somut ya da soyut her türlü ürün ve hizmet Tüketici davranışının ilgi alanına girer. Buna göre elle tutulur bir ürün satın almak ve sinema filminin izlenmesi aynı anlamı taşımaktadır. Bunun yanı sıra, tüketici davranışı, kişinin aldığı ürünle bağ kurması ve bu durumu alışkanlık haline getirmesi nedeniyle sadık müşteri profilini oluşturması nedeniyle alışkanlıklarla çok ilgilidir. Demir (2013) tüketici davranışının özelliklerini şöyle sıralamıştır;

- Tüketici davranışı güdülenmiş bir insan davranışdır ve insan davranışını etki altına alan iç ve dış tüm faktörler tüketici davranışını da doğrudan etkiler. Bu nedenle tüketici davranışında neden/sonuç ilişkisi kişiler arasında değişiklik gösterebilir. İnsan davranışıyla tüketici davranışı arasındaki belirgin fark ise kapsam farkıdır; tüketici davranışı tüketimle ilgili olan faaliyetleri kapsarken insan davranışı çok daha geniş kapsamlıdır.
- Tüketici davranışı uygulamaya yönelik bir kavram olmakla beraber sosyoloji, ekonomi, psikoloji ve daha birçok bilim alanıyla temas halindedir ve satın alma süreci öncesi, sırası ve sonrası, müşteri davranışları üzerinde etkilidirler.
- Tüketici davranışı, satın alma süreci ve yaşanan deneyim ile ilgilidir. Satın almaya karar verme süreci ve bu sürecin farklı boyutlarıyla nasıl farklı olabileceğine dair genellikle satın alma sonrasında ortaya çıkan davranış biçimleri de bu alan kapsamında incelenmektedir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Tüketici kredileri, bankalar tarafından tüketicilerin cari gereksinimlerini karşılamak amacıyla belirli bir vadede onlara aktardıkları fonlar anlamına gelmektedir. Böylelikle tüketicinin satın alım gücü kısa vadede artmaktadır ve borçlanma ise uzun vadede gerçekleşmektedir (Bakkal ve Aysan, 2011). Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de tüketicilerin kredi algısı haritalarını oluşturmak ve kredi kullanım nedenleri kapsamında tüketicileri konumlandırmaktır. Yapılan bu konumlandırma ile birlikte gerçek kişilere ihtiyaca uygun ve doğru kredi kullandırmalarının yanı sıra kredi veren kurumlar açısından da zaman tasarrufu ve doğru kitle haritaları oluşturmak esas alınmıştır.

Günümüzde kredi kullanımını oldukça önemli seviyelere ulaştırmıştır. Tüketiciler hemen her ihtiyaçları için kredi kullanımına yönelmektedir. Haziran 2017 verilerine göre kullanılan kredi bakiye miktarı 347.122 milyon TL’ye ulaşmıştır. Bakiye kişi sayısı ise 19.921.320’dir (Türkiye Bankalar Birliği, 2017). Bu veriler, kredi kullanımını ele alınması gereken bir konu haline getirmektedir. Tüketicideki kredi algısı haritasını belirlemek, literatüre önemli bir zenginlik kazandıracaktır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, Türkiye’de ikamet eden ve kredi kullanımını gerçekleştirmiş kişilerdir. Haziran 2017 verilerine göre evren büyüklüğü 19.921.320’dir. Örneklem büyüklüğü $n = \frac{Nt^2 pq}{d^2 (N-1) + t^2 pq}$ formülü kullanılarak hesaplanmıştır. 0.05 örnekleme hatası göz önünde alındığında bu büyüklükteki evren için ideal örneklem büyüklüğünün 384 kişi olduğu hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004).

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

- H1. Kredi kullanım nedenleri cinsiyete göre değişkenlik göstermektedir.
- H2. Kredi kullanım nedenleri yaşa göre değişkenlik göstermektedir.
- H3. Kredi kullanım nedenleri medeni duruma göre değişkenlik göstermektedir.
- H4. Kredi kullanım nedenleri eğitim durumuna göre değişkenlik göstermektedir.
- H5. Kredi kullanım nedenleri yaşanan bölgenin büyüklüğüne göre değişkenlik göstermektedir.
- H6. Kredi kullanım nedenleri gelir durumuna göre değişkenlik göstermektedir.
- H7. Kredi kullanma sıklığı ile kredi kullanma nedeni arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H8. Kredi kullanma limiti ile kredi kullanma nedeni arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H9. Kredi kullanma limiti ile kredi kullanma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.4. Veri Toplama Yöntemi

Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılacaktır. Bireylerin düşünsel, inançsal, duygusal, güdüsel ve algısal özelliklerini gözlemlemek amacıyla yapılan çalışmalara anket adı verilmektedir (Sümbüloğlu ve Sümbüloğlu, 2000). Anketler belirli amaçlara ve planlara uygun biçimde hazırlanmış soru listelerinden oluşmaktadır. Anket uygulamasındaki amaç, elde edilen verinin istatistiksel olarak analiz edilmesidir (Karasar, 2003). Veri toplama amacıyla kullanılacak olan anket Qualtrics internet sitesi aracılığıyla online olarak uygulanmıştır. Uygulanan anket sonucu belirlenen evrenden 386 kişiye ulaşılmıştır. Online anket formunda cevaplanmayan soruların katılımcılara belirtilmesi ve bu sorular cevaplanmadan anketin bitirilememesi sonucu elde edilen veride eksik, kullanılmayan veya çıkarılması gereken veri bulunmamaktadır.

3.5. Veri Toplama Aracı

Veri toplama amacı ile kullanılacak olan anket Boz'un (2009) yüksek lisans tezinden alınmıştır. Anket demografik sorularla beraber tüketicilerin kredi algısına yönelik 20 adet çoktan seçmeli sorudan oluşmaktadır.

3.6. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde IBM SPSS 20 programı kullanılacaktır. Analizde katılımcıların sorulara verdikleri yanıtlar frekans analizi yöntemiyle incelenecek daha sonra belirli soruların demografik değişkenlerle olan ilişkisine ki kare analizi yöntemiyle bakılacaktır. Ki-kare analizinde bir veya birden çok kategorik değişkenin birbirleri arasındaki ilişkiler incelenir. Ki kare analizi kategorik değişkenlerde her bir kategoriye yönelik olarak verilen cevapların dağılımlarının normalden ne derece saptığını tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır. Araştırmanın analizinde kullanılacak olan değişkenlerin tamamı kategorik değişkenler olduğundan dolayı analizlerde belirtilen sebeplerden dolayı ki-kare analizi kullanılacaktır.

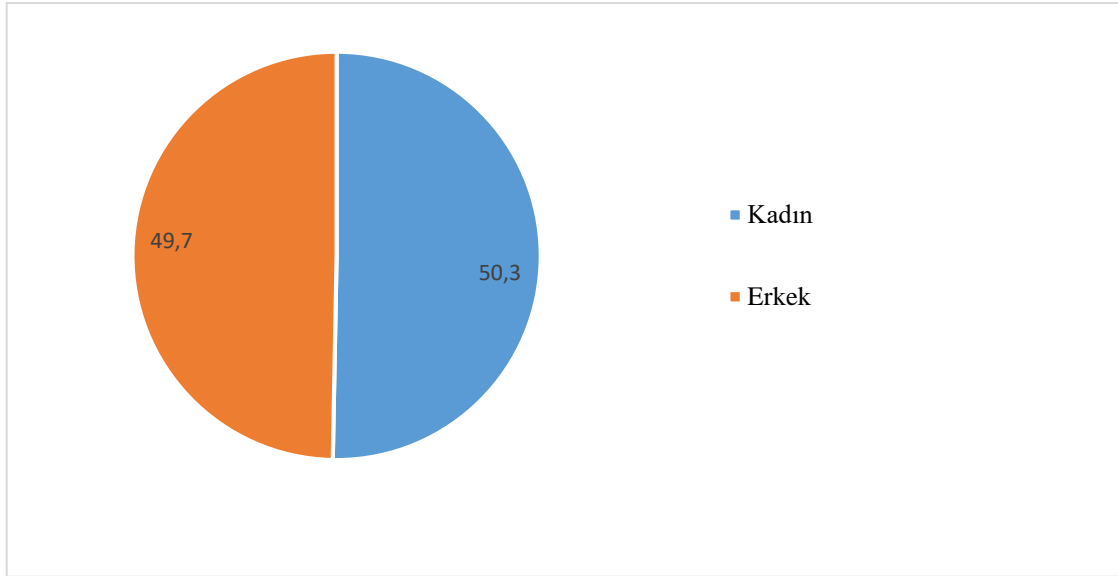
4. BULGULAR VE TARTIŞMALAR

4.1. Kişisel Bilgilere İlişkin Bulgular

Çizelge 4.1. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	194	50.3
Erkek	192	49.7
Toplam	386	100.0

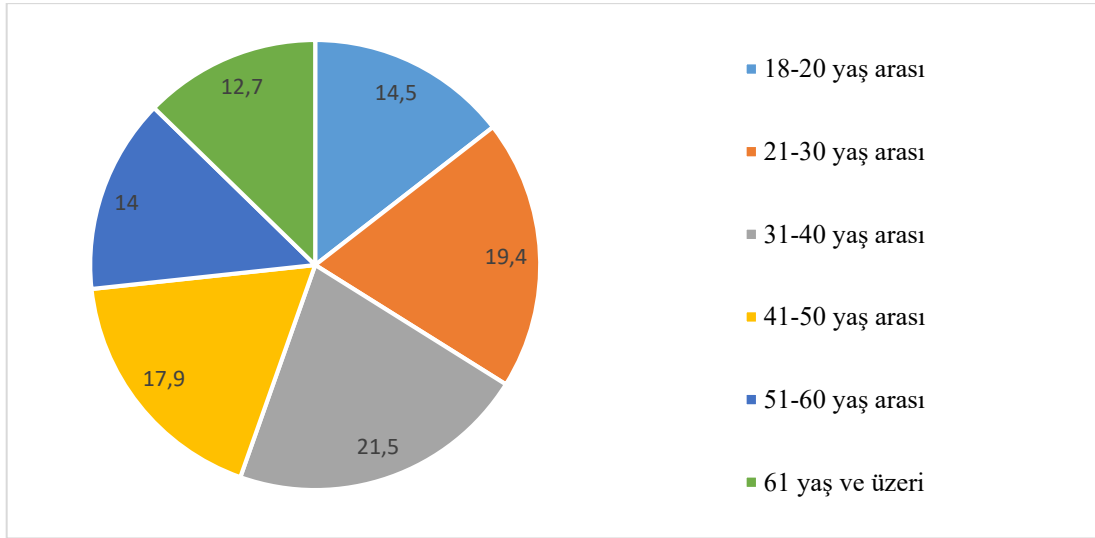
Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %50,3'ünün kadın, %49,7'sinin ise erkek olduğu bulunmuştur (Çizelge 4.1, Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin dağılım grafiği

Çizelge 4.2. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde
18-20 yaş arası	56	14.5
21-30 yaş arası	75	19.4
31-40 yaş arası	83	21.5
41-50 yaş arası	69	17.9
51-60 yaş arası	54	14.0
61 yaş ve üzeri	49	12.7
Toplam	386	100.0



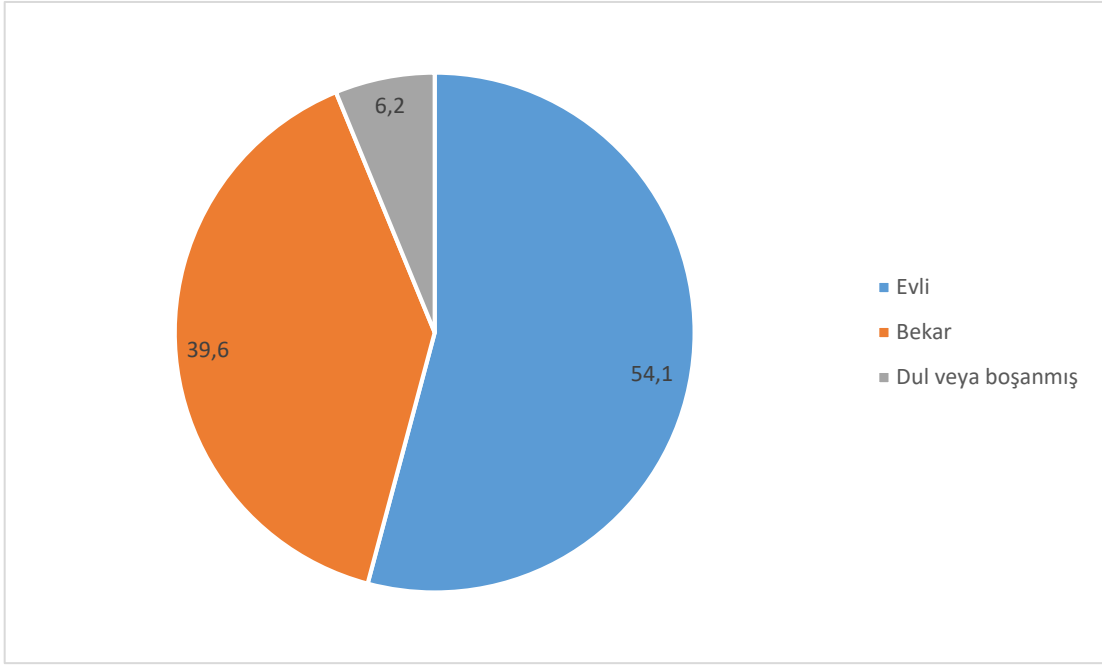
Şekil 4.2. Katılımcıların yaşlarına ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %14,5'inin 18-20 yaş arasında olduğu görülürken, %19,4'ü 21-30 yaş arasında, %21,5'i 31-40 yaş arasında, %17,9'u 41-50 yaş arasında, %14'ü 51-60 yaş arasında ve %12,7'si 61 yaş ve üzerindedir (Çizelge 4.2, Şekil 4.2).

Çizelge 4.3. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı

Medeni durum	Frekans	Yüzde
Evli	209	54.1
Bekar	153	39.6
Dul veya boşanmış	24	6.2
Toplam	386	100.0

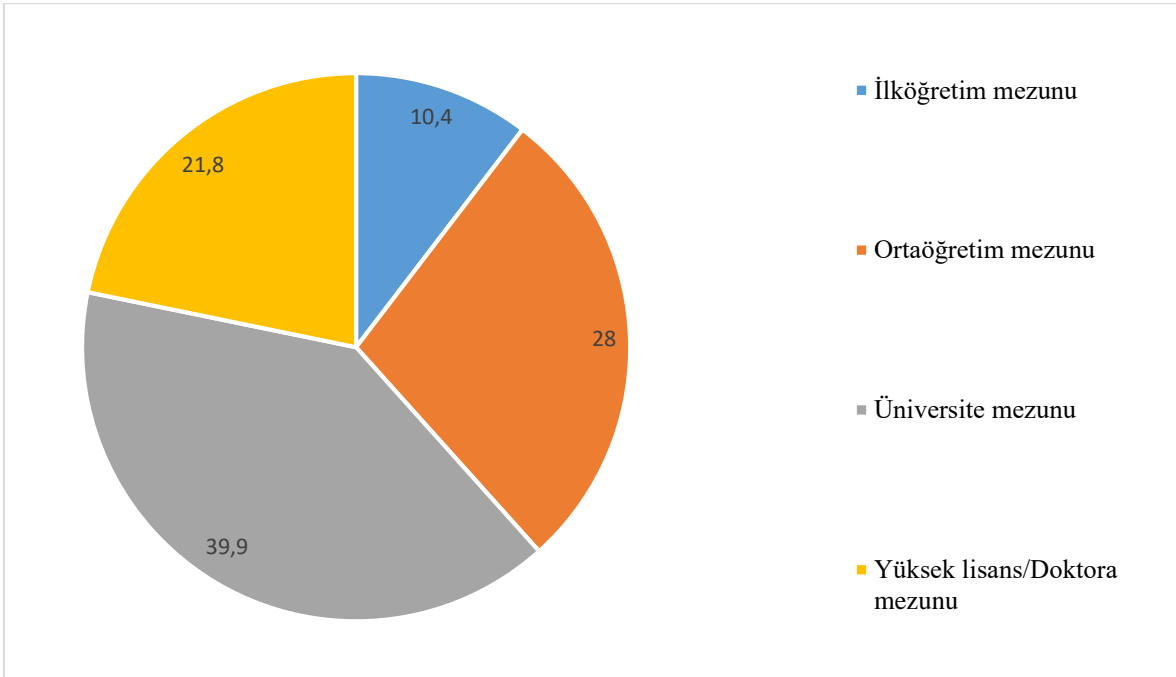
Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %54,1'inin evli, %39,6'sının bekar, %6,2'sinin ise dul veya boşanmış olduğu bulunmuştur (Çizelge 4.3, Şekil 4.3).



Şekil 4.3. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin dağılım grafiği

Çizelge 4.4. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı

Eğitim durumu	Frekans	Yüzde
İlköğretim mezunu	40	10.4
Ortaöğretim mezunu	108	28.0
Üniversite mezunu	154	39.9
Yüksek lisans/Doktora mezunu	84	21.8
Toplam	386	100.0

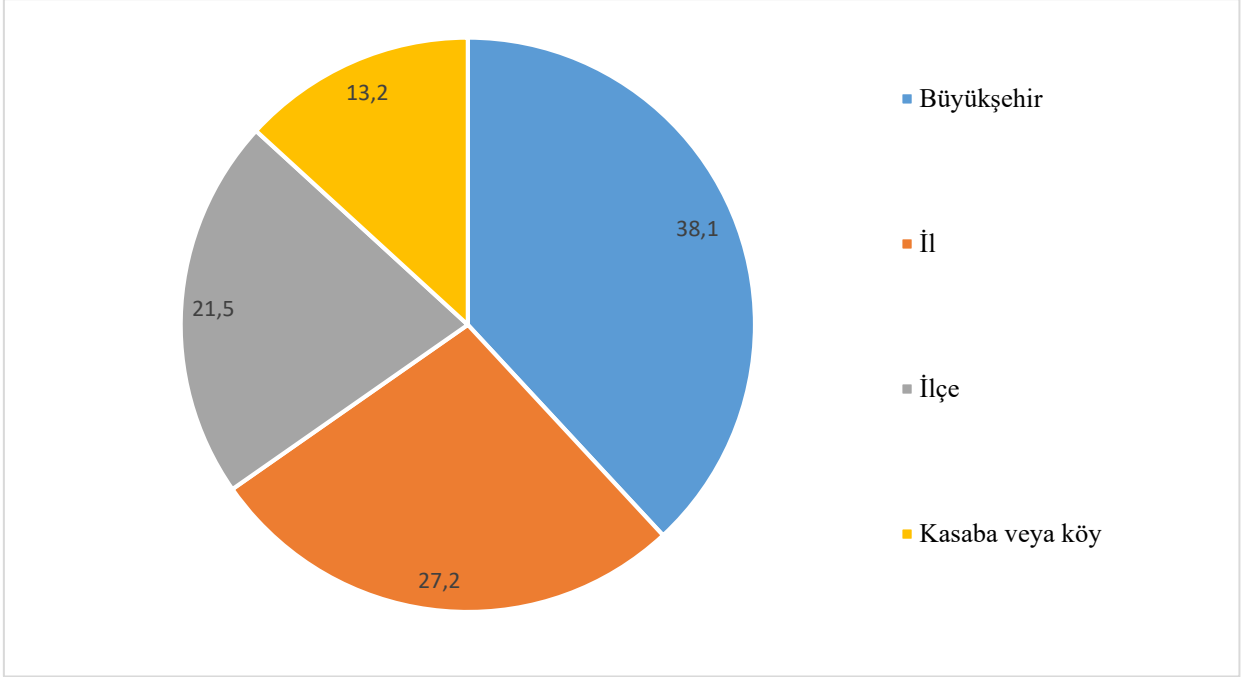


Şekil 4.4. Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %10,4'ünün ilköğretim mezunu olduğu görülürken, %28'inin ortaöğretim mezunu, %39,9'unun üniversite mezunu ve %21,8'inin yüksek lisans veya doktora mezunu olduğu görülmüştür (Çizelge 4.4, Şekil 4.4).

Çizelge 4.5. Katılımcıların yaşadıkları bölgeye göre dağılımı

Yaşadığınız bölge	Frekans	Yüzde
Büyükşehir	147	38.1
İl	105	27.2
İlçe	83	21.5
Kasaba veya köy	51	13.2
Toplam	386	100.0

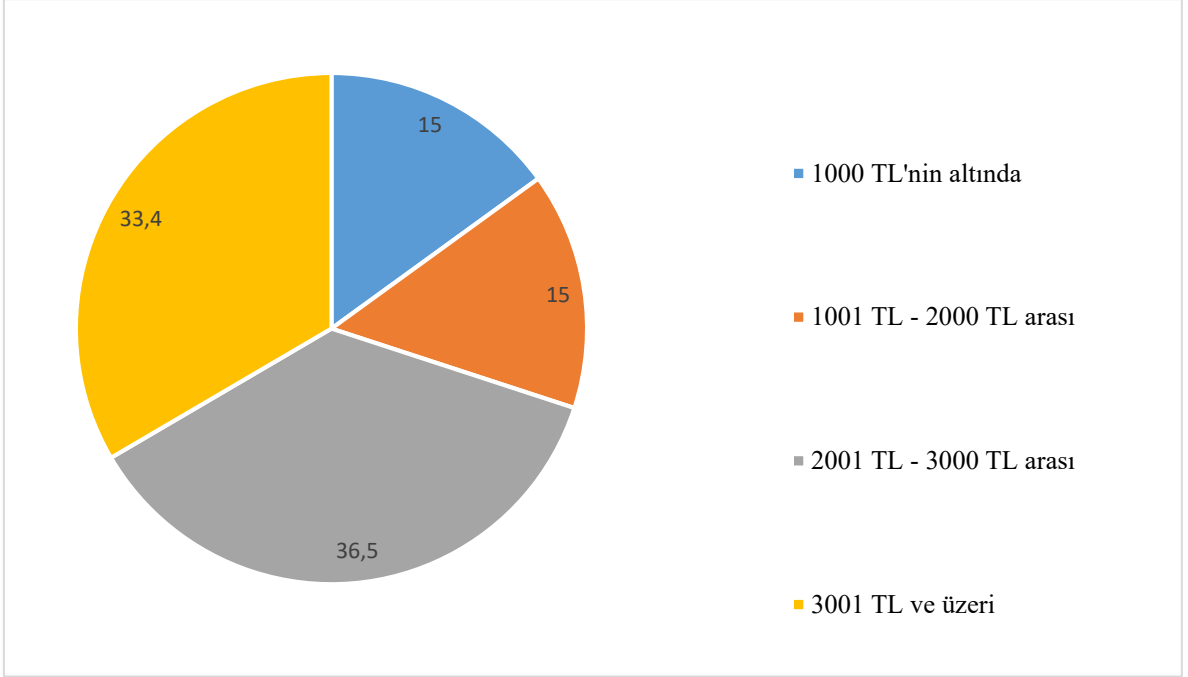


Şekil 4.5. Katılımcıların yaşadıkları bölgeye ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %38,1'i büyükşehirde yaşadığını belirtirken, %27,2'si ilde, %21,5'i ilçede ve %13,2'si kasaba veya köyde yaşadığını belirtmiştir (Çizelge 4.5, Şekil 4.5).

Çizelge 4.6. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımı

Aylık gelir	Frekans	Yüzde
1000 TL'nin altında	58	15.0
1001 TL - 2000 TL arası	58	15.0
2001 TL - 3000 TL arası	141	36.5
3001 TL ve üzeri	129	33.4
Toplam	386	100.0



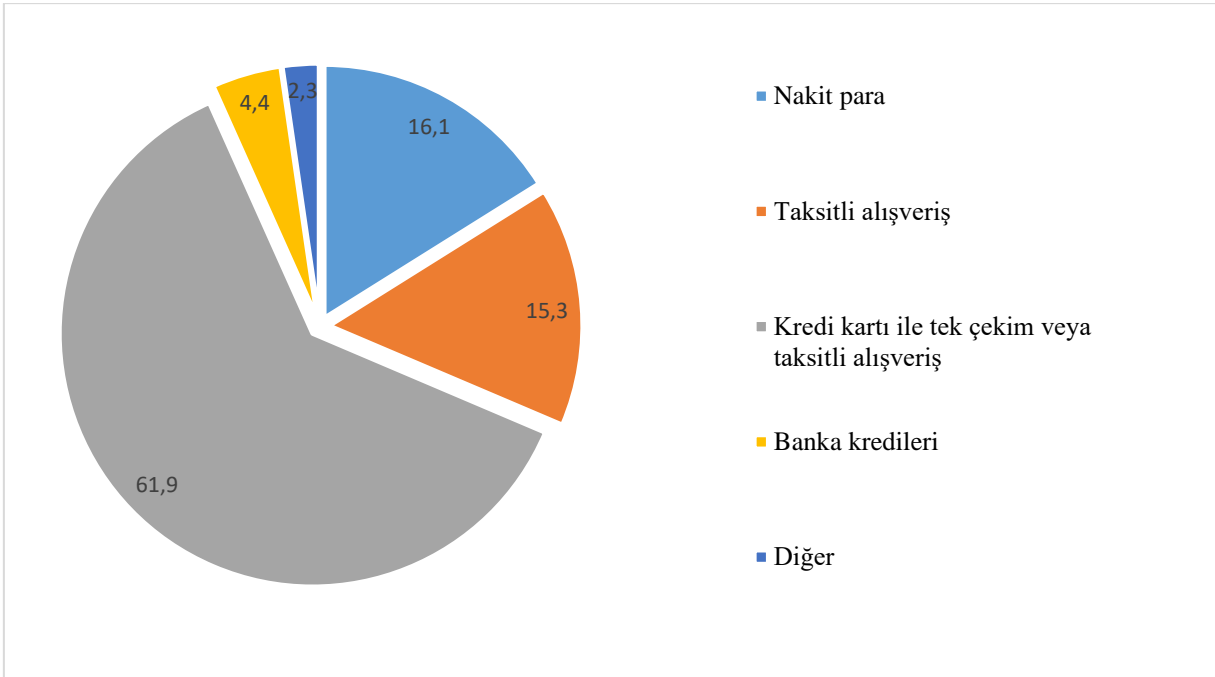
Şekil 4.6. Katılımcıların aylık gelirlerine ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %15'inin aylık geliri 1000 TL'nin altındayken, %15'inin aylık geliri 1001-2000 TL arasında, %36,5'inin aylık geliri 2001-3000 TL arasında ve %33,4'ünün aylık geliri 3001 TL ve üzerindedir (Çizelge 4.6, Şekil 4.6).

4.2. Kredi Algısına İlişkin Bulgular

Çizelge 4.7. Katılımcıların harcamalarında en çok kullandıkları ödeme biçimine göre dağılımı

Harcamalarınızı yaparken en fazla kullandığınız seçenek	Frekans	Yüzde
Nakit para	62	16.1
Taksitli alışveriş	59	15.3
Kredi kartı ile tek çekim veya taksitli alışveriş	239	61.9
Banka kredileri	17	4.4
Diğer	9	2.3
Toplam	386	100.0

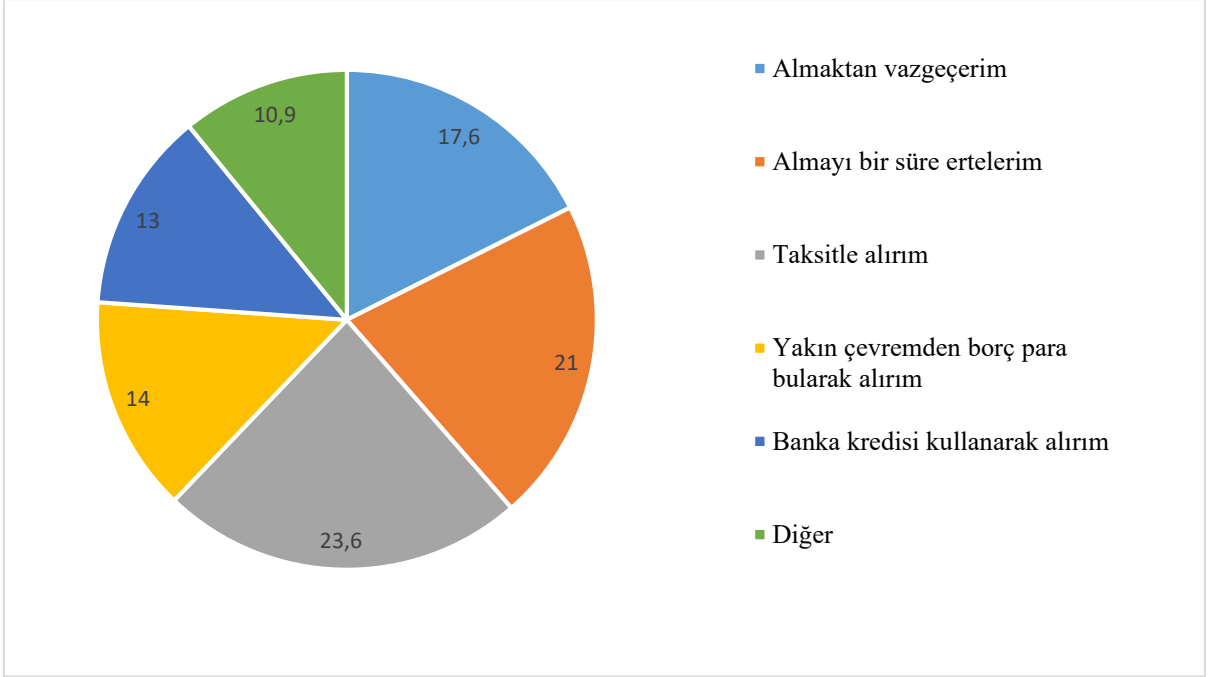


Şekil 4.7. Katılımcıların harcamalarında en çok kullandıkları ödeme biçimine ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %16,1'i harcamalarını nakit para ile yaparken, %15,3'ü taksitli alışverişle, %61,9'u kredi kartı ile tek çekim veya taksitli alışveriş ile, %4,4'ü banka kredileri ile ve %2,3'ü diğer yöntemlerle yapmaktadır (Çizelge 4.7, Şekil 4.7).

Çizelge 4.8. Katılımcıların bir mal veya hizmeti alamadıklarında aldıkları kararlara göre dağılımı

İhtiyaç duyduğunuz mal ve hizmetleri satın almak için kredi kartınız ile alım yapamadığınız, nakit para bulunmadığı ya da yeterli olmadığı durumlarda hangi kararı alırsınız?	Frekans	Yüzde
Almaktan vazgeçerim	68	17.6
Almayı bir süre ertelerim	81	21.0
Taksitle alırım	91	23.6
Yakın çevremden borç para bularak alırım	54	14.0
Banka kredisi kullanarak alırım	50	13.0
Diğer	42	10.9
Toplam	386	100.0

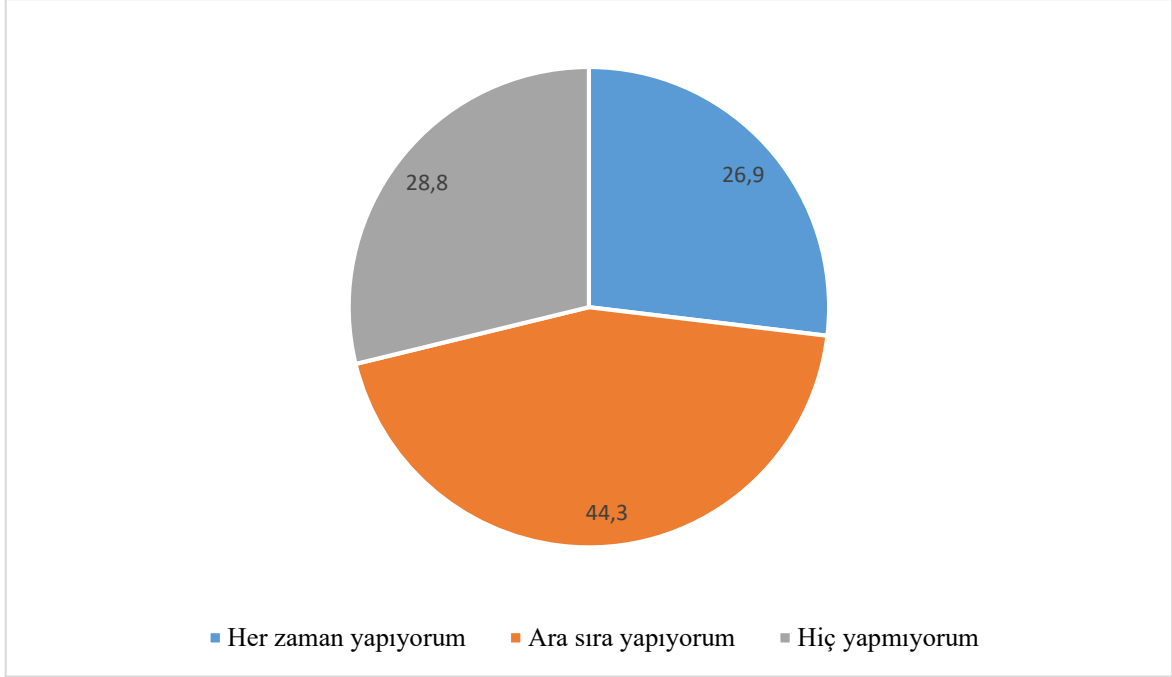


Şekil 4.8. Katılımcıların bir mal veya hizmeti alamadıklarında aldıkları kararlara ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %17,6'sı ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri satın almak için kredi kartı ile alım yapamadığı, nakit para bulunmadığı ya da yeterli olmadığı durumlarda alışverişten vazgeçerken, %21'i almayı bir süre erteleyeceğini, %23,6'sı taksitle alacağını, %14'ü yakın çevresinden borç para bularak alacağını, %13'ü banka kredisi kullanarak alacağını ve %10,9'u diğer yöntemlerle alacağını belirtmiştir (Çizelge 4.8, Şekil 4.8).

Çizelge 4. 9. Katılımcıların alışveriş planlamalarına göre dağılımı

Alışverişlerinizi yapmadan önce ihtiyaçlarınız ve ödeme şekliniz konusunda bir planlama yapıyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Her zaman yapıyorum.	104	26.9
Ara sıra yapıyorum.	171	44.3
Hiç yapmıyorum.	111	28.8
Toplam	386	100.0



Şekil 4.9. Katılımcıların alışveriş planlamalarına ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %26,9'u alışverişlerini yapmadan önce ihtiyaçları ve ödeme şekli konusunda bir planlamayı her zaman yaptığını belirtirken, %44,3'ü ara sıra yaptığını, %28,8'i ise hiç yapmadığını belirtmiştir (Çizelge 4.9, Şekil 4.9).

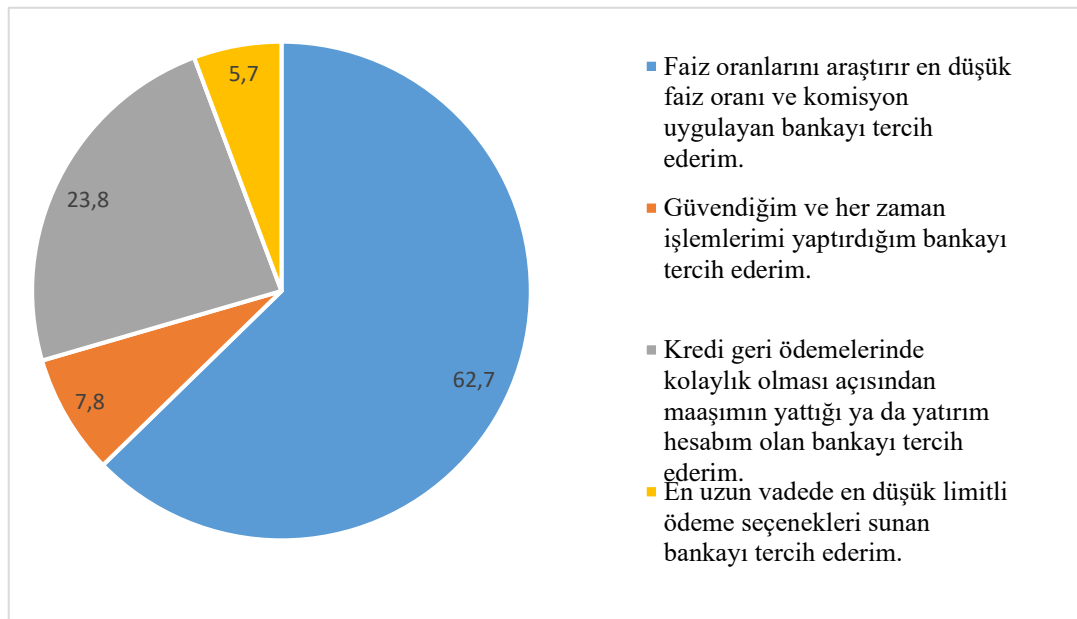
Çizelge 4.10. Kullanılan bireysel kredi türüne göre dağılımı

Kullanılan bireysel kredi türü	Frekans	Yüzde
Tüketici Kredisi	163	51.4
Taşıt Kredisi	218	68.8
Konut Kredisi	112	35.3
Eğitim Kredisi	27	8.5
Kredili Mevduat Hesabı	7	2.2
Diğer	8	2.5

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %51,4'ü tüketici kredisi kullandığını, %68,8'i taşıt kredisi kullandığını, %35,3'ü konut kredisi kullandığını, %8,5'i eğitim kredisi kullandığını, %2,2'si kredili mevduat hesabı olarak kullandığını ve %2,5'i diğer türlerde kredi kullandığını belirtmiştir (Çizelge 4.10).

Çizelge 4.11. Katılımcıların bireysel kredi kullanma kararlarındaki önceliklere göre dağılımı

Bireysel kredi kullanma kararlarındaki öncelikler	Frekans	Yüzde
Faiz oranlarını araştırır en düşük faiz oranı ve komisyon uygulayan bankayı tercih ederim.	242	62.7
Güvendiğim ve her zaman işlemlerimi yaptırdığım bankayı tercih ederim.	30	7.8
Kredi geri ödemelerinde kolaylık olması açısından maaşımın yattığı ya da yatırım hesabım olan bankayı tercih ederim.	92	23.8
En uzun vadede en düşük limitli ödeme seçenekleri sunan bankayı tercih ederim.	22	5.7
Toplam	386	100.0



Şekil 4.10. Katılımcıların bireysel kredi kullanma kararlarındaki önceliklere ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %62,7'si kredi kullanma kararında öncelikle faiz oranlarını araştırıp en düşük faiz oranı ve komisyonunu uygulayan bankayı tercih edeceğini belirtirken, %7,8'i güvendiği ve her zaman işlemlerini yaptırdığı bankayı tercih edeceğini, %23,8'i kredi geri ödemelerinde kolaylık olması açısından maaşımın yattığı ya da yatırım hesabımın olduğu bankayı tercih edeceğini, %5,7'si ise en uzun vadede en düşük limitli ödeme seçenekleri sunan bankayı tercih edeceğini belirtmiştir (Çizelge 4.11, Şekil 4.10).

Çizelge 4.12. Katılımcıların en fazla kullandıkları bireysel kredi türlerine göre dağılımı

En fazla kullanılan bireysel kredi türleri	Frekans	Yüzde
Tüketici Kredisi	195	52.4
Taşıt Kredisi	244	65.6
Konut Kredisi	186	50.0
Eğitim Kredisi	9	2.4
Evlilik Kredisi	14	3.8
Kredili Mevduat Hesabı	14	3.8

Katılımcılardan bireysel kredi türlerinden en fazla kullandıkları 3 seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %52,4'ü tüketici kredisinin en fazla kullandıkları kredi türlerinden biri olduğunu belirtirken, %65,6'sı taşıt kredisinin en fazla kullandıkları kredi türlerinden biri olduğunu, %50'si konut kredisinin en fazla kullandıkları kredi türlerinden biri olduğunu, %2,4'ü eğitim kredisinin en fazla kullandıkları kredi türlerinden biri olduğunu, %3,8'si evlilik kredisinin en fazla kullandıkları kredi türlerinden biri olduğunu ve %3,8'i kredili mevduat hesabının en fazla kullandıkları kredi türlerinden biri olduğunu belirtmiştir (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.13. Katılımcıların son beş yıl içerisinde kullandıkları kredi sayısına ilişkin betimsel analiz sonuçları

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma	Tepe değeri
Son 5 yıl içinde kullanılan kredi sayısı	386	0	5	2,36	1,62	2

Yapılan betimsel analiz sonucunda katılımcıların son 5 yıl içerisinde ortalama 2 kez kredi kullandıkları görülmüştür. Son 5 yıl içerisindeki kredi kullanım sayısı ortalaması ise $2,36 \pm 1,62$ olarak bulunmuştur (Çizelge 4.13).

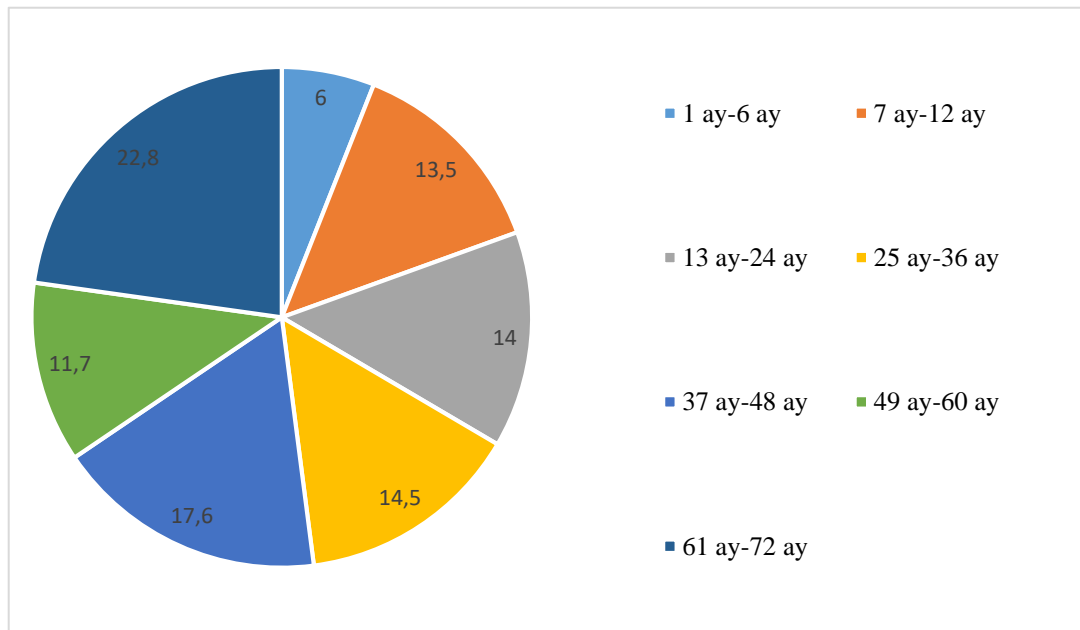
Çizelge 4.14. Katılımcıların kullandıkları bireysel krediler içerisindeki en yüksek kullanım limitine ilişkin betimsel analiz sonuçları

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Kullandığımız bireysel krediler içinde en yüksek kullanım limitiniz ne kadardı?	386	750	124000	54152,20	34488,870

Yapılan betimsel analiz sonucunda katılımcıların kullandıkları en yüksek limitli bireysel kredilerin ortalaması $54152,20 \pm 34488,87$ TL olarak bulunmuştur. Katılımcıların en yüksek limitli bireysel kredilerinin en düşüğü 750 TL iken en yükseği 124000 TL'dir (Çizelge 4.14).

Çizelge 4.15. Katılımcıların kullandıkları bireysel krediler içerisindeki en fazla borçlanma süresine göre dağılımı

En fazla borçlanma süresi	Frekans	Yüzde
1 ay-6 ay	23	6.0
7 ay-12 ay	52	13.5
13 ay-24 ay	54	14.0
25 ay-36 ay	56	14.5
37 ay-48 ay	68	17.6
49 ay-60 ay	45	11.7
61 ay-72 ay	88	22.8
Toplam	386	100.0

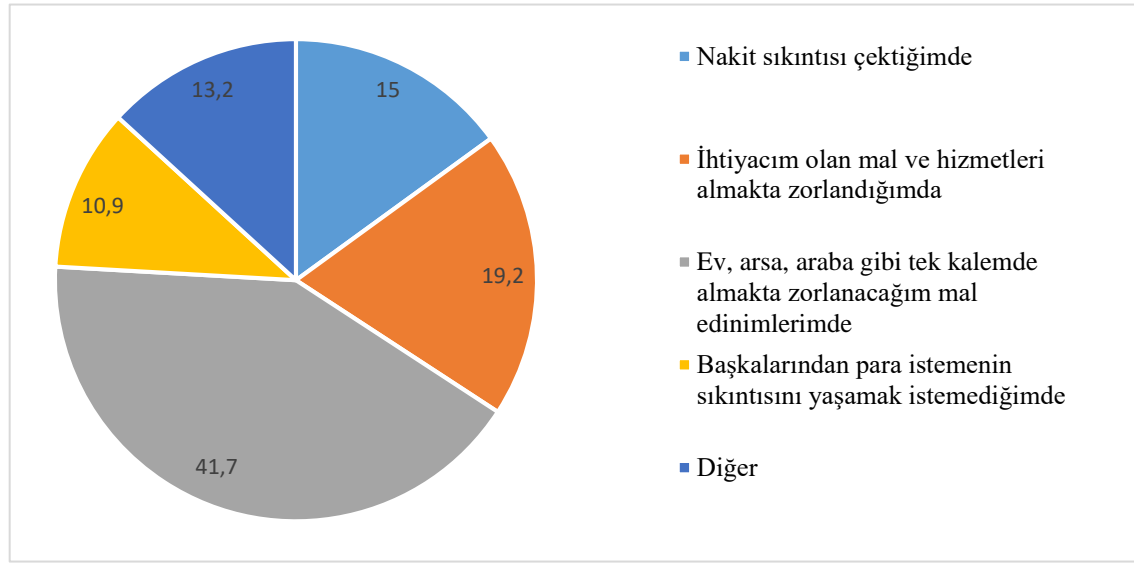


Şekil 4.11. Katılımcıların kullandıkları bireysel krediler içerisindeki en fazla borçlanma süresine ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %6'sı en fazla 1-6 ay borçlanma süreli kredi aldıklarını belirtirken, %13,5'i 7-12 ay, %14'ü 13-24 ay, %14,5'i 25-36 ay, %17,6'sı 37-48 ay, %11,7'si 49-60 ay ve %22,8'i 61-72 ay borçlanma süreli kredi aldıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.15, Şekil 4.11).

Çizelge 4.16. Katılımcıların kredi kullanma nedenlerine göre dağılımı

Kredi kullanma nedenleri	Frekans	Yüzde
Nakit sıkıntısı çektiğimde	58	15.0
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	74	19.2
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	161	41.7
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	42	10.9
Diğer	51	13.2
Toplam	386	100.0

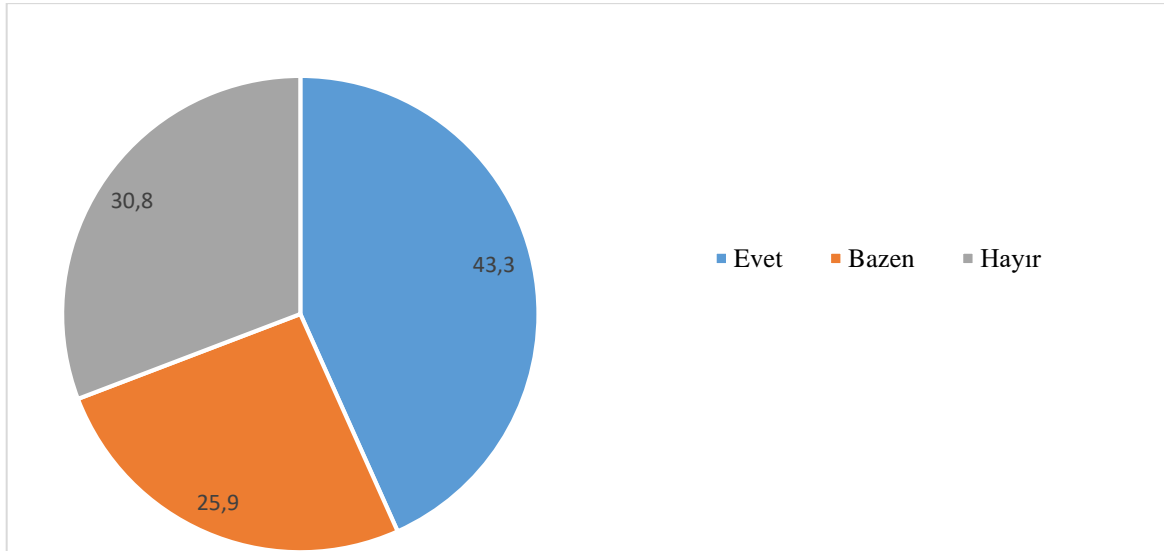


Şekil 4.12. Katılımcıların kredi kullanma nedenlerine ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %15'i nakit sıkıntısı çektiklerinde kredi kullandıklarını belirtirken, %19,2'si ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında, %41,7'si ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacakları mal edinimlerinde, %10,9'u başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediklerinde ve %13,2'si diğer sebeplerden dolayı kredi kullandıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.16, Şekil 4.12).

Çizelge 4.17. Katılımcıların bankaların faiz oranlarını araştırmalarına göre dağılımı

Bireysel kredi kullanmak istediğinizde bankaların faiz oranlarını araştırır mısınız?	Frekans	Yüzde
Evet	167	43.3
Bazen	100	25.9
Hayır	119	30.8
Toplam	386	100.0

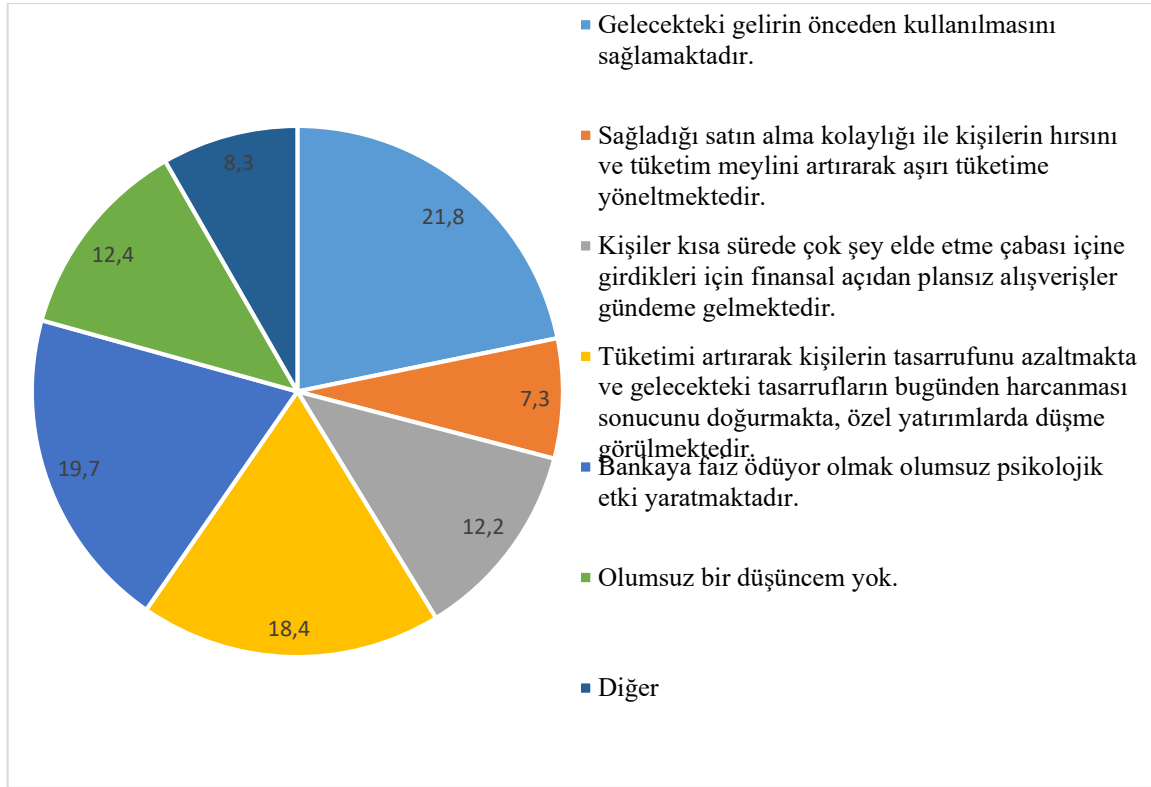


Şekil 4.13. Katılımcıların bankaların faiz oranlarını araştırmalarına ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %43,3'ü bireysel kredi kullanmak istediklerinde bankaların faiz oranlarını araştırdığını belirtirken, %25,9'u bazen araştırdığını, %30,8'i ise hiç araştırmadığını belirtmiştir (Çizelge 4.17, Şekil 4.13).

Çizelge 4.18. Bireysel kredi kullanımının olumsuzluklarına göre dağılımı

Bireysel kredi kullanımının olumsuzluğu olarak düşündüğünüz seçenekleri işaretleyiniz.	Frekans	Yüzde
Gelecekteki gelirin önceden kullanılmasını sağlamaktadır.	84	21.8
Sağladığı satın alma kolaylığı ile kişilerin hırsını ve tüketim meylini artırarak aşırı tüketime yönelmektedir.	28	7.3
Kişiler kısa sürede çok şey elde etme çabası içine girdikleri için finansal açıdan plansız alışverişler gündeme gelmektedir.	47	12.2
Tüketimi artırarak kişilerin tasarrufunu azaltmakta ve gelecekteki tasarrufların bugünden harcanması sonucunu doğurmakta, özel yatırımlarda düşme görülmektedir.	71	18.4
Bankaya faiz ödüyor olmak olumsuz psikolojik etki yaratmaktadır.	76	19.7
Olumsuz bir düşüncem yok.	48	12.4
Diğer	32	8.3
Toplam	386	100.0



Şekil 4.14. Bireysel kredi kullanımının olumsuzluklarına ilişkin dağılım grafiği

Frekans analizi sonrasında bulunan sonuçlar incelendiğinde katılımcıların %21,8'i bireysel kredi kullanımının olumsuzluğu gelecekteki gelirin önceden kullanılmasını sağlamasını belirtirken, %7,3'ü sağladığı satın alma kolaylığı ile kişilerin hırsını ve tüketim meylini artırarak aşırı tüketime yönelttiğini, %12,2'si kişilerin kısa sürede çok şey elde etme çabası içine girdikleri için finansal açıdan plansız alışverişlerin gündeme gelmesini, %18,4'ü tüketimi artırarak kişilerin tasarrufunu azaltmasını ve gelecekteki tasarrufların bugünden harcanması sonucunu doğurduğunu ayrıca özel yatırımlarda düşme görüldüğünü, %19,7'si bankaya faiz ödüyor olmanın olumsuz psikolojik etki yaratmasını, %8,3'ü ise diğer sebepleri belirtmiştir. Katılımcıların %12,4'ü bireysel kredi kullanımının herhangi bir olumsuzluğu olduğunu düşünmemektedir (Çizelge 4.18, Şekil 4.14).

4.3. Kişisel Bilgiler ile Kredi Kullanma Nedenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Çizelge 4.19. Cinsiyet ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları

		Cinsiyet	
		Kadın	Erkek
Nakit sıkıntısı çektiğimde	Gerçek	41	17
	Beklenen	29,2	28,8
	Standardize edilmiş	2,2	-2,2
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	Gerçek	32	42
	Beklenen	37,2	36,8
	Standardize edilmiş	-,9	,9
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	Gerçek	57	104
	Beklenen	80,9	80,1
	Standardize edilmiş	-2,7	2,7
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	Gerçek	32	10
	Beklenen	21,1	20,9
	Standardize edilmiş	2,4	-2,4
Diğer	Gerçek	32	19
	Beklenen	25,6	25,4
	Standardize edilmiş	1,3	-1,3

$X^2 = 39,831, p < ,05$

Yapılan ki kare analizi sonuçlarına göre kredi kullanma nedenleri ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir, $X^2 = 39,831, p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla hücrelerin standardize edilmiş skorları incelenmiştir. 1,96'dan büyük veya -1,96'dan küçük değerler anlamlı bir sapma olduğunu göstermektedir. Buna göre kadınlar erkeklere göre daha çok nakit sıkıntısı çektiğinde ve başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediklerinde kredi kullanırken, erkekler daha çok ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacakları mal edinimlerimde kredi kullanmaktadır (Çizelge 4.19).

Çizelge 4.20. Yaş ile kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik tek yönlü varyans analizi sonuçları

	N	Ort.	SS	F	p
Nakit sıkıntısı çektiğimde	58	33,4	13,6		
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	74	40,7	17,8		
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	161	39,9	13,0	5,646	,000
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	42	35,4	15,1		
Diğer	51	45,7	16,2		

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre katılımcıların yaşları ile kredi kullanma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur, $F(4, 381) = 5,646$, $p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar olduğunu tespit edebilmek amacıyla Bonferroni Post-hoc testi kullanılmıştır. Buna göre nakit sıkıntısı çeken katılımcıların yaş ortalamasının ($33,4 \pm 13,6$), diğer kredi kullanma sebeplerini yaşayan katılımcıların yaş ortalamasına göre anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu bulunmuştur (Çizelge 4.20).

Çizelge 4.21. Medeni durum ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları

		Medeni durum		
		Evli	Bekar	Diğer
Nakit sıkıntısı çektiğimde	Gerçek	41	17	0
	Beklenen	31,4	23,0	3,6
	Standardize edilmiş	1,7	-1,2	-1,9
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	Gerçek	36	33	5
	Beklenen	40,1	29,3	4,6
	Standardize edilmiş	-,6	,7	,2
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	Gerçek	85	68	8
	Beklenen	87,2	63,8	10,0
	Standardize edilmiş	-,2	,5	-,6
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	Gerçek	22	13	7
	Beklenen	22,7	16,6	2,6
	Standardize edilmiş	-,2	-,9	2,7
Diğer	Gerçek	25	22	4
	Beklenen	27,6	20,2	3,2
	Standardize edilmiş	-,5	,4	,5

$X^2 = 18,558$, $p < ,05$

Yapılan ki kare analizi sonuçlarına göre kredi kullanma nedenleri ve medeni durum arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir, $X^2 = 18,558$, $p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla hücrelerin standardize edilmiş skorları incelenmiştir. 1,96'dan büyük veya -1,96'dan küçük değerler anlamlı bir sapma olduğunu göstermektedir. Buna göre dul veya boşanmış katılımcılar, evli veya bekar katılımcılara göre daha çok başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediklerinde kredi kullanmaktadır (Çizelge 4.21).

Çizelge 4.22. Eğitim durumu ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları

		Eğitim durumu			
		İlköğretim mezunu	Ortaöğretim mezunu	Üniversite mezunu	Yüksek lisans/doktora mezunu
Nakit sıkıntısı çektiğimde	Gerçek	6	19	22	11
	Beklenen	6,0	16,2	23,1	12,6
	Standardize edilmiş	,0	,7	-,2	-,5
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	Gerçek	13	11	34	16
	Beklenen	7,7	20,7	29,5	16,1
	Standardize edilmiş	1,9	-2,1	,8	,0
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	Gerçek	9	47	71	34
	Beklenen	16,7	45,0	64,2	35,0
	Standardize edilmiş	-1,9	,3	,8	-,2
Bşkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	Gerçek	4	13	16	9
	Beklenen	4,4	11,8	16,8	9,1
	Standardize edilmiş	-,2	,4	-,2	,0
Diğer	Gerçek	8	18	11	14
	Beklenen	5,3	14,3	20,3	11,1
	Standardize edilmiş	1,2	1,0	-2,1	,9

$X^2 = 21,660$, $p < ,05$

Yapılan ki kare analizi sonuçlarına göre kredi kullanma nedenleri ve eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir, $X^2 = 21,660$, $p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla hücrelerin standardize edilmiş skorları incelenmiştir. 1,96'dan büyük veya -1,96'dan küçük değerler anlamlı bir sapma olduğunu göstermektedir. Buna göre üniversite mezunu katılımcılar kredi kullanmak için diğer sebepleri daha az seçmiştir. Ayrıca ortaöğretim mezunu katılımcılar, ihtiyaç olan mal

ve hizmetleri almakta zorlanmayı, kredi kullanma sebebi olarak daha az seçmişlerdir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.23. Yaşanan bölgenin büyüklüğü ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları

		Yaşanan bölgenin büyüklüğü			
		Büyükşehir	İl	İlçe	Kasaba veya köy
Nakit sıkıntısı çektiğimde	Gerçek	24	15	13	6
	Beklenen	22,1	15,8	12,5	7,7
	Standardize edilmiş	,4	-,2	,1	-,6
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	Gerçek	39	13	19	3
	Beklenen	28,2	20,1	15,9	9,8
	Standardize edilmiş	2,0	-1,6	,8	-2,2
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	Gerçek	69	47	21	24
	Beklenen	61,3	43,8	34,6	21,3
	Standardize edilmiş	1,0	,5	-2,3	,6
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	Gerçek	12	10	14	6
	Beklenen	16,0	11,4	9,0	5,5
	Standardize edilmiş	-1,0	-,4	1,7	,2
Diğer	Gerçek	3	20	16	12
	Beklenen	19,4	13,9	11,0	6,7
	Standardize edilmiş	-3,7	1,6	1,5	2,0

$X^2 = 46,425, p < ,05$

Yapılan ki kare analizi sonuçlarına göre kredi kullanma nedenleri ve yaşanan bölgenin büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir, $X^2 = 46,425, p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla hücrelerin standardize edilmiş skorları incelenmiştir. 1,96'dan büyük veya -1,96'dan küçük değerler anlamlı bir sapma olduğunu göstermektedir. Buna göre büyükşehirde yaşayan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullanırken, kasaba veya köyde yaşayanlar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Bunun yanı sıra ilçede yaşayanlar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerimde beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Ayrıca büyükşehirde yaşayanlar diğer sebepleri kredi kullanma nedeni olarak beklenenden daha az bir şekilde seçerken, kasaba

veya köyde yaşayanlar beklenenden daha fazla bir şekilde diğer seçenekleri belirtmiştir (Çizelge 4.23).

Çizelge 4.24. Aylık gelir ve kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik ki kare analizi sonuçları

		Aylık gelir			
		1000 TL'nin altında	1001 TL 2000 TL arası	2001 TL 3000 TL arası	3001 TL ve üzeri
Nakit sıkıntısı çektiğimde	Gerçek	17	4	25	12
	Beklenen	8,7	8,7	21,2	19,4
	Standardize edilmiş	2,8	-1,6	,8	-1,7
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	Gerçek	14	3	18	39
	Beklenen	11,1	11,1	27,0	24,7
	Standardize edilmiş	,9	-2,4	-1,7	2,9
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	Gerçek	14	38	55	54
	Beklenen	24,2	24,2	58,8	53,8
	Standardize edilmiş	-2,1	2,8	-,5	,0
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	Gerçek	9	3	17	13
	Beklenen	6,3	6,3	15,3	14,0
	Standardize edilmiş	1,1	-1,3	,4	-,3
Diğer	Gerçek	4	10	26	11
	Beklenen	7,7	7,7	18,6	17,0
	Standardize edilmiş	-1,3	,8	1,7	-1,5

$X^2 = 54,936, p < ,05$

Yapılan ki kare analizi sonuçlarına göre kredi kullanma nedenleri ve aylık gelir arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir, $X^2 = 54,936, p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla hücrelerin standardize edilmiş skorları incelenmiştir. 1,96'dan büyük veya -1,96'dan küçük değerler anlamlı bir sapma olduğunu göstermektedir. Buna göre aylık geliri 1000 TL'den daha az olan katılımcılar nakit sıkıntısı çektiğinde beklenen daha fazla kredi kullanmaktadır. Ayrıca aylık geliri 3001 TL'nin üzerinde olan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullanırken, aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Bunun yanı sıra aylık geliri 1000 TL'nin altında olan katılımcılar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerimde beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanırken, aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan

katılımcılar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerimde beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullanmıştır (Çizelge 4.24).

Çizelge 4.25. Kredi kullanma sıklığı ile kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik tek yönlü varyans analizi sonuçları

	N	Ort.	SS	F	p
Nakit sıkıntısı çektiğimde	58	2,00	1,41		
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	74	2,54	2,01		
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	161	2,12	1,41	7,287	,000
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	42	2,24	1,41		
Diğer	51	3,37	1,64		

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre katılımcıların kredi kullanma sıklıkları (son 5 yıl içerisinde kullanılan bireysel kredi sayısı) ile kredi kullanma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur, $F(4, 381) = 7,287$, $p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar olduğunu tespit edebilmek amacıyla Bonferroni Post-hoc testi kullanılmıştır. Buna göre kredi kullanmak için belirtilen sebepler dışında sebepler gösteren (diğer seçeneği) katılımcıların kredi kullanma sıklığının ($3,37 \pm 1,64$), belirtilen seçeneklerdeki sebeplerini yaşayan katılımcıların kredi kullanma sıklıklarına göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu bulunmuştur (Çizelge 4.25).

Çizelge 4.26. Kredi kullanma limiti ile kredi kullanma nedenleri arasındaki ilişkiye yönelik tek yönlü varyans analizi sonuçları

	N	Ort.	SS	F	p
Nakit sıkıntısı çektiğimde	58	42810.34	28844.08		
İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda	74	64594.59	36177.23		
Ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacağım mal edinimlerimde	161	54060.56	36901.05	5,847	,000
Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde	42	64976.19	22786.91		
Diğer	51	43274.51	31413.42		

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre katılımcıların kredi kullanma limitleri (kullanılan bireysel krediler içinde en yüksek kullanım limiti) ile kredi kullanma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur, $F(4, 381) = 5,847$, $p < ,05$. Bulunan anlamlı ilişkinin hangi gruplar olduğunu tespit edebilmek amacıyla Bonferroni Post-hoc testi kullanılmıştır. Buna göre nakit sıkıntısı çeken katılımcıların kredi kullanma limitinin,

ihtiyacı olan mal ve hizmetleri almakta zorlanan ve başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemeyen katılımcıların kredi kullanma limitine göre anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu bulunmuştur (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.27. Kredi kullanma limiti ile kredi kullanma sıklığı arasındaki ilişkiye yönelik pearson korelasyon analizi sonuçları

	Kredi kullanma sıklığı	
Kredi kullanma limiti	r	,089
	p	,079

Yapılan Pearson korelasyon analizi sonucuna göre kredi kullanma limiti ile kredi kullanma sıklığı arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır, $r = ,089$, $p > ,05$ (Çizelge 4.27).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye'deki tüketicilerin kredi algıları ve kredi kullanım nedenleri incelenmiştir. Günümüzde krediler hemen her ihtiyaç için kullanılmaktadır. Konut kredisinden tatil kredisine kadar birçok kredi ürünü tüketiciye sunulmaktadır ve yaşamın bir parçası haline gelen kredi ürünleri bu biçimde büyük önem taşır hale gelmiştir. Bu çalışmada da tüketici için önemli bir ürün olan kredilere ilişkin algı ve kredi kullanım nedenleri ele alındığından, araştırma önem taşımaktadır. Bunun yanında literatüre de önemli bir katkı sağlanmaktadır. Bu amaçla anket uygulaması yapılmış ve katılımcıların kredi kullanım durumlarına ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bilgiler katılımcıların kişisel bilgileriyle karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

Katılımcıların harcamalarında en çok kullandıkları ödeme biçiminin kredi kartı ile tek çekim veya taksitli alışveriş olduğu görülmektedir. Katılımcıların banka kredilerini ödeme biçimi olarak çok sık kullanmadığı görülmüştür. Katılımcılar bir mal veya hizmeti alamadıklarında aldıkları kararlara ilişkin sonuçlar incelediğinde en sık olarak taksitli alışveriş kararı alındığı bulunmuştur. Banka kredisi kullanarak almak ise en az tercih edilen seçenekler arasındadır. Katılımcıların alışverişlerini yapmadan önce ihtiyaçları ve ödeme şekli konusunda ara sıra planlama yaptıkları görülürken, hiç yapmayanların ve her zaman yapanların oranları birbirine yakın olarak bulunmuştur. Kullanılan bireysel kredi türleri incelendiğinde en çok taşıt kredisi kullanıldığı daha sonrasında ise tüketici kredisi ve konut kredisi kullanıldığı tespit edilmiştir. Katılımcıların en fazla kullandıkları bireysel kredi türünde ise aynı sonuçlar elde edilmiştir. Katılımcıların bireysel kredi kullanımında öncelikle faiz oranlarını araştırıp en düşük faiz oranı ve komisyon uygulayan bankayı tercih ettikleri görülmüştür. Katılımcıların son 5 yıl içerisindeki kredi kullanım sayısı ortalaması ise $2,36 \pm 1,62$ olarak bulunmuştur. Ayrıca katılımcıların kullandıkları en yüksek limitli bireysel kredilerin ortalaması $54152,20 \pm 34488,87$ TL olarak tespit edilmiştir.

Kullanılan kredilerin borçlanma süresine bakıldığında katılımcıların daha çok 61-72 ay borçlanma süreli kredi aldıkları görülmüştür. Katılımcıların en çok tercih ettikleri kredi kullanım sebebinin ise ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimleri

olduğu tespit edilmiştir. Bunların yanı sıra katılımcıların bireysel kredi kullanmak istediklerinde bankaların faiz oranlarını araştırdıkları görülmüştür. Katılımcılar gelecekteki gelirin önceden kullanılmasını sağladığı, bankaya faiz ödüyor olmanın yarattığı olumsuz psikolojik etkiyi ve tüketimi artırarak kişilerin tasarrufunu azaltıp, gelecekteki tasarrufların bugünden harcanması sonucunu doğurmasını ve özel yatırımlarda düşmelerin görülmesini bireysel kredi kullanımının olumsuzlukları olarak belirtmişlerdir.

Kişisel bilgiler ile kredi kullanım nedenleri arasındaki ilişkiye bakıldığında kadınların erkeklere göre daha çok nakit sıkıntısı çektiğinde ve başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediklerinde kredi kullandığı, erkeklerin ise daha çok ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanacakları mal edinimlerinde kredi kullandığı bulunmuştur. Nakit sıkıntısı çeken katılımcıların yaş ortalamasının ($33,4 \pm 13,6$), diğer kredi kullanma sebeplerini yaşayan katılımcıların yaş ortalamasına göre anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu bulunmuştur.

Dul veya boşanmış katılımcıların, evli veya bekar katılımcılara göre daha çok başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediklerinde kredi kullandığı bulunmuştur. Üniversite mezunu katılımcıların kredi kullanmak için belirtilen sebepler haricindeki diğer sebepleri daha az seçtiği görülürken, ortaöğretim mezunu katılımcıların, ihtiyaç olan mal ve hizmetleri almakta zorlanmayı, kredi kullanma sebebi olarak daha az seçtiği görülmüştür. Büyükşehirde yaşayan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullanırken, kasaba veya köyde yaşayanlar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Bunun yanı sıra ilçede yaşayanlar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerinde beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Ayrıca büyükşehirde yaşayanlar kredi kullanmak için belirtilen sebepler haricindeki diğer sebepleri kredi kullanma nedeni olarak beklenenden daha az bir şekilde seçerken, kasaba veya köyde yaşayanlar beklenenden daha fazla bir şekilde diğer seçenekleri belirtmiştir.

Aylık geliri 3001 TL'nin üzerinde olan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullanırken, aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta

zorlandıklarında beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Bunun yanı sıra aylık geliri 1000 TL'nin altında olan katılımcılar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerinde beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanırken, aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerinde beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullanmıştır. Kredi kullanmak için belirtilen sebepler dışında sebepler gösteren (diğer seçeneği) katılımcıların kredi kullanma sıklığının ($3,37 \pm 1,64$), belirtilen seçeneklerdeki sebeplerini yaşayan katılımcıların kredi kullanma sıklıklarına göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu bulunmuştur. Nakit sıkıntısı çeken katılımcıların kredi kullanma limitinin, ihtiyacı olan mal ve hizmetleri almakta zorlanan ve başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemeyen katılımcıların kredi kullanma limitine göre anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu bulunmuştur. Son olarak kredi kullanma limiti ile kredi kullanma sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Türkiye'deki tüketicileri krediye yönelik algısının ve kredi kullanımlarına gösterdikleri sebeplerin incelendiği bu çalışmada veri toplamada anket yoluna gidilmiştir. Kullanıcıların özlük bilgileriyle bulgular karşılaştırılarak ortaya bir resim çıkarılmaya çalışılmıştır.

Katılımcıların banka kredileriyle ödeme biçimini tercih etmedikleri, bunun yerine, eğer borçla ödeme yapılacaksa, kredi kartlarına başvurdukları görülmüştür. Bunun sebebinin bankaların mikrokredi vermeye sıcak bakmamaları, mikrokredi verilecekse bunun daha çok esnaf kesimine işlerini büyütmesi amacıyla verilmesinin tercih edilmesi ile kredi kartlarının alışveriş amaçlı olarak lanse edilmesi ve bu bağlamda reklamının yapılması olarak tahmin edilebilir. Katılımcılar bir malı ya da hizmeti almak için yeterli nakite sahip olmadıklarında kredi kartlarına, ve özellikle kredi kartlarıyla taksitli alışverişe başvurmaktadırlar. Taksitli alışverişe gidilmesi için nakit yetersizliği şart değildir, ödemeleri uzun bir döneme yaymak katılımcılar için avantajlı bir durum oluşturacaktır.

Çalışmada, harcama planlama davranışı da incelenmiştir. Katılımcıların %44,3'ü ara sıra planlama yapmaktadır; bunların sadece en önemli alışverişlerini planladıkları muhtemeldir. Geri kalanların yaklaşık yarısı hiç planlama yapmamakta, diğer yarısı ise her zaman planlama yapmaktadır. Bunun kullanıcıların kişisel özelliklerinden kaynaklandığı

söylenebilir. Zira bazı insanlar para konusunda daha sıkı olurken, bazıları alışverişe çok zaman harcamak istememektedir.

Bireysel kredi kullanımınının çoğunluğunu taşıt, tüketici ve konut kredisi kullanımları oluşturmaktadır. Bireysel kredi kullanımında araştırma ve bankalar arasında karşılaştırma davranışı yaygındır. Katılımcıların %62.7'si en düşük masraflı (faiz oranı vb.) kredilere yönelmektedirler. Geri kalan katılımcıların büyük çoğunluğu ödeme açısından kendi spesifik ihtiyaçlarına uygun bankaları tercih etmekte, sadece %7.8'i duygusal davranmakta ve müşteri sadakati göstererek güvendikleri bankalardan kredi çekmektedir. Buradan büyük paralar söz konusu olduğunda insanların daha rasyonel davranmaya itildiği sonucu çıkabileceği gibi insanların bankaların verdiği hizmetler arasında anlamlı bir fark görmemesi de bu durumda etkili olmuş olabilir. Bankalara olan güvenin zaten genel olarak az olması da bu davranışın sebeplerinden olabilir.

Katılımcılar, son 5 yıl içerisinde ortalama $2,36 \pm 1,62$ adet kredi kullanmıştır. En yüksek limitli bireysel krediler ise $54152,20 \pm 34488,87$ TL olmuştur. Kullanıcılar en çok yüksek fiyatlı mal malımı için bireysel kredilere başvurumaktadırlar, bu rakam da bunu yansıtmaktadır. En yüksek tercih edilen borçlanma süresi de 61-72 aydır, yüksek kapitale sahip bu kredilerin daha kısa vadeli oldukları takdirde kullanıcıyı zorlayacağı açıktır.

Çalışmada kişisel bilgilerle kredi kullanımı karşılaştırılmıştır. Buna göre kadınlar, kredi kullanım nedeni olarak çoğunlukla genel nakit sıkıntısı ve başkalarından para istemenin sıkıntısını göstermişlerdir. Erkekler ise en çok yüksek fiyatlı mal alımı için kredi kullanmaktadır. Dolayısıyla cinsiyetten kaynaklanan özellikler kredi alma sebeplerini etkiler. Ancak bu sonucun ortaya çıkmasının sebebi ailenin ortak kredisinin daha çok erkek üzerinden (tek çalışan olma/daha yüksek maaşlı olma sebebiyle) alınması davranışından da kaynaklanmış olabilir.

Kredi alma davranışını etkileyen diğer bir demografik faktör de yaşdır. Kredi alma sebebini nakit sıkıntısı olarak belirtenlerin yaş ortalaması diğer sebepleri belirtenlere göre düşük olarak bulunmuştur. Bunun muhtemel sebebinin kişilerde yaş ilerledikçe artan toplam birikim olduğu açıktır. Daha yaşlı bireylerin daha uzun süredir çalışıp para kazandıklarından ötürü daha fazla birikim yapmış olmaları beklenir. Dolayısıyla nakit sıkıntısı yaşama

ihtimalleri daha düşük olmaktadır. Bunun yanında, daha yaşlı bireylerin taşınmaz alma davranışında artış olması beklenir. Son olarak, nakit sıkıntısı çeken yaşlı bir bireyin bunu krediyle çözüme yoluna gitmesi çok mantıklı görünmemektedir, zira gelirin gelecekte faiz yükünü karşılayacak seviyede artması düşük ihtimaldir; kredinin faizlerinden dolayı önceki durumundan daha kötü hale gelmesi ihtimal dahilindedir. Bütün bunlar ışığında anket sonuçları anlamlandırılabilir.

Bir diğer demografik faktör olarak medeni hal incelenmiştir. Dul veya boşanmış katılımcıların, başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemedikleri için daha yaygın şekilde kredi kullanma yoluna gittikleri gözlemlenmiştir. Bu, beklenen bir sonuçtur zira toplum baskısı sebebiyle bu bireylerin gerçek kişilerden borç istemesi hayli zor olmaktadır.

Gelir düzeyi açısından bakıldığında aylık geliri 3001 TL'nin üzerinde olan katılımcılar ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden daha fazla bir şekilde kredi kullandığını belirtmiştir. Bu bireylerin zorunlu ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra artan gelirlerini uzun bir süre biriktirip ihtiyaç duydukları mal ya da hizmeti peşin satın almaktansa bunları kredi vasıtasıyla hemen alıp artan gelirleriyle bu kredileri ödeme yoluna gittiğini, bunun için faiz ödemeyi göze aldıkları söylenebilir. Aylık geliri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar ise ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri almakta zorlandıklarında beklenenden çok daha az bir şekilde kredi kullanmıştır. Bunun sebebi olarak, 1001-2001 TL arası geliri olan bireylerin ev, araba, arsa gibi yatırımları yapabileceklerini düşünmediği, ayrıca bunların getireceği kredi taksitlerini karşılayabilecek kadar fazladan gelirin olmadığı gösterilebilir. Aylık geliri 1000 TL'nin altında olanlar ev, arsa, araba gibi tek kalemde almakta zorlanılacak mal edinimlerinde beklenenden daha az bir şekilde kredi kullanmıştır, ancak bu grubun bu sebeple kredi kullanma davranışı 1001-2001 TL arası gelire sahip olanlara kıyasla hayli yüksektir. Bu da, bu kişilerin gerçek gelirin belirttiklerinden daha fazla olduğunu ya da yakınlarından finansal destek alan kişiler olduklarını düşündürür.

Kredi kullanma limiti açısından bakıldığında nakit sıkıntısı çeken katılımcılar ile başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemeyen katılımcıların kredi kullanma limit, ihtiyacı olan mal ve hizmetleri almak için kredi alanlara göre çok daha düşüktür. Bu

da nakit sıkıntısı çeken insanların yalnızca ihtiyacı kadar kredi alma yoluna gittiğini gösterir. Mal ve hizmet alımı için kredi çekenler almak istedikleri ürünü karşılayabilmek için çok daha yüksek miktarda kredinin altına girebilirler, zira bunların hali hazırda nakit sıkıntısı olmayan insanlar olmaları görülmektedir, dolayısıyla krediden doğacak fazladan giderleri karşılayabilecek finansal güce sahip oldukları düşünülebilir.

É-devlet uygulamasından erişilebilen; gerçek kişilerin tapu v.b. hareketlerinden elde edilen verilerden de bireyin doğabilecek kredi ihtiyacı ve bu olası kredi türünün belirlenmesinde yardımcı olabilmesi muhtemeldir. Bunun yanısıra vergi gibi yasal hükümlülüğü bulunan borçların ödenme durumu ile kredi ödeme eğilimi arasında bir ilişkinin belirlenmesi üzerine istatistiksel çalışmalarda yapılanacağı üzerine öngörülerde bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamının genişletilmesi hususunda, Kredi Kayıt Bürosunca kişilerin tutulan; findex notu, geçmiş ödeme durumları, borçluluk endeksi, ödeme eğilimi ve kefil olduğu yükümlülüklerine dair yarı karar destek sistemlerinden de faydalanabileceği düşünülebilir.

KAYNAKLAR DİZİNİ

- Aksoy, E. 2005, Türk Bankacılık Siteminde Bireysel Krediler ve Bankacılık Altyapısının Paylaşımı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altan, M., Göktürk, İ. E. 2007, Türkiye’de Kredi Kartlarının Toplam Özel Nihai Tüketim Harcamalarına Etkisi: Bir Çoklu Regresyon Analizi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18: 25-49.
- Aras, G. 1996, Ticari Bankalarda Kredi Portföyünün Yönetimi. Ankara: SPK Yayınları.
- Aslan, İ., Yapraklı, S. 2008, Banka Kredileri ve Enflasyon Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz. İstanbul Ekonometri ve İstatistik Dergisi, (7): 88-103.
- Aslan, K. 2014, İnşaat Taahhüt Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Kredi Taleplerini Değerlendirme Süreci. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, Y. 2014, Tüketici Hukuku Dersleri (6 b.). İstanbul: Ekin Yayınevi.
- Athreya, K., Tam, X. S., Young, E. R. 2007, A Quantitative Theory of Information and Unsecured Credit. Çalışma Makalesi. University of Virginia.
- Aysan, A. F., Müslim, N. A. 2006, The Failure of Competition in the Credit Card Market in Turkey. MPRA Paper, (No: 5483).
- Aysan, A. F., Yıldız, L. 2007, The Regulation of the Credit Card Market in Turkey. International Research Journal of Finance And Economics, (11).
- Azizağaoğlu, A., Altunışık, R. 2012, Postmodernizm, Sembolik Tüketim ve Marka. Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 4(2): 33-50.
- Başar, M., Coşkun, M. 2006. Bankacılık Uygulamaları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Başçı, E. 2006, Credit Growth in Turkey: Drivers and Challenges. Working Group Report Paper, (No: 28).
- Baykan, R., Özsunay, E., Hohloch, G. 2004. Tüketici Kredilerinde Yeni Gelişmeler. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- BDDK. 2010, Eylül. Haziran 2010 Finansal Piyasalar Raporu. https://www.bddk.org.tr:https://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Finansal_Piyasalar_Raporlari/8469fpr_haziran2010.pdf erişim tarihi: 10.12.2017.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- BDDK. 2012, Nisan, Aralık 2011 Finansal Piyasalar Raporu. https://www.bddk.org.tr:https://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Finansal_Piyasalar_Raporlari/107982012_fpr_aralik_11_nisan.pdf erişim tarihi: 10.12.2017.
- BIS. 2006, January. Housing Finance in the Global Financial Market. tarihinde <https://www.bis.org:https://www.bis.org/publ/cgfs26.pdf> erişim tarihi: 08.12.2017.
- BKM. 2011, Kronoloji. <http://bkm.com.tr: http://bkm.com.tr/kronoloji/> erişim tarihi: 09.12.2017.
- Blanchard, O. 2000, What Do We Know about Macroeconomics that Fisher and Wicksell Did Not? *The Quarterly Journal of Economics*, 115(4): 1375-1409.
- Branson, W. H., Litvack, J. M. 1976, *Macroeconomics*. Harper and Row Publishers Inc.
- Brunila, A., Takala, K. 1993, Private Indebtedness and the Banking Crisis in Finland. *Bank of Finland Working Papers*, (No: 9/93).
- Caymaz, H. 1989, *Krediler*. İstanbul: Türk Ticaret Bankası Eğitim Müdürlüğü.
- Chatterjee, S., Corbae, P. D., Nakajima, M., Rios-Rull, J. V. 2002, A Quantitative Theory of Unsecured Consumer Credit with Risk of Default. *FRB Philadelphia Working Paper*, (No: 07-16).
- Coricelli, F., Mucci, F., Revoltella, D. 2006, Household Credit in the New Europe: Lending Boom or Sustainable Growth? *Centre for Economic Policy Research Discussion Paper Series*, (No: 5520), s. 25.
- Coşgun, M. 2012, Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1): 837-850.
- Demir, Ş., Kozak, M. 2013, *Tüketici Davranışları (1 b.)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ensari, A. 2011, Kurumsal Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesinde Kantitatif ve Kalitatif Analizlerin Karşılaştırılması, İnşaat Sektörü Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Erdoğan, Z. 2014, *Pazarlama İlkeler ve Yönetim (1 b.)*. Bursa: Ekim Basım Yayın.
- Froyen, R. T. 2002, *Macroeconomics Theories and Policies (7 b.)*. Prentice Hall.
- Getter, D. E. 2006, Consumer Credit Risk and Pricing. *Journal of Consumer Affairs*, 40, 41-63.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Güler, A. 1996, Ticari Bankalarda Kredi Portföyünün Yönetimi. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Yayıncılık.
- Güney, A. 2007, Banka İşlemleri. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Homer, S. 1963, A History of Interest Rates. New Jersey: Rutgers University Press.
- İmren, A. 1994, Tüketici Kredileri. İstanbul: Era Yayıncılık.
- İnağ, N. 1990, Tüketici Kredileri. Tartışma Tebliği(9011), 25-28. Ankara: TCMB Araştırma Planlama ve Eğitim Genel Müdürlüğü.
- İnan, E. A. 2001, Parasal Aktarım Mekanizmasının Kredi Kanalı ve Türkiye. Bankacılar Dergisi, (39), 1-19.
- İslamoğlu, A. H. 2013, Tüketici Davranışları (4 b.). İstanbul: Beta Kitabevi.
- Karabulut, M. 1981, Tüketici Davranışları: Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı. İstanbul: Minnetoğlu Yayınları.
- Kavcıoğlu, Ş. 2003, Ticari Bankalarda Sorunlu Kredilerin Yönetimi Çözüm Yolları ve Takibi. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Kaya, F. 2009, Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması. Ankara: Türkiye Bankalar Birliği.
- Lyn, C. T. 2009, Consumer Credit Models: Pricing, Profit, and Portfolios. New York: Oxford University Press Inc.
- Mankiw, N. G. 2009, Makroekonomi. (Ö. F. Çolak, Çev.) Ankara: Eflatun Yayınevi.
- Odabaşı, Y., Barış, G. 2002, Tüketici Davranışları (7 b.). İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Öztek, S. 2008, Genel Olarak Tüketici Kredileri ve Tüketici Kredilerinde Kişisel Teminatlar. Bankacılar Dergisi, (67), 6-27.
- Parasız, M. İ., 1997, Para Banka ve Finansal Piyasalar (Teori ve Politika). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Parasız, M. İ., 2000, Para, Banka ve Finansal Piyasalar. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Parasız, M. İ., 2006, Makro Ekonomi / Teori ve Politika. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Paya, M. 2001, Makro İktisat. İstanbul: Filiz Kitabevi.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Pehlivan, H., 1996, Financial Liberalization and Bank Lending Behaviour in Turkey. Savings and Development Quarterly Review 2, 20(2): 171-185.
- Penpece, D., 2006, Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Perçin, N., 1999, Temel Kredi Bilgileri. İstanbul: Demirbank T.A.S Eğitim Müdürlüğü Yayınları.
- Reisoğlu, S., 2008, Tüketici Kredileri Hukuki Sorunlar: 4077 Sayılı Yasada Değişiklik Öngören Taslak. Bankacılar Dergisi, (69), 50-73.
- Snowdon, B., Howard, R. V. 2005, Modern Macroeconomics: Its Origins, Development and Current State. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Company.
- Sungur, T., 1993, Bankacılar için Banka Tekniği (İşlemleri). Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- Şakar, B., 2006, Banka Kredileri ve Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Şakar, H., 2001. Bankalarda Kredilendirme Teknikleri. İstanbul: Strata Yayıncılık.
- Takan, M., Boyacıoğlu, M., 2011. Bankacılık Teori, Uygulama ve Yöntem. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- TCMB. 2006, Haziran. Finansal İstikrar Raporu. http://www.tcmb.gov.tr:868e2752e16b/Fir_TamMetin2.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-6569b7d9-8b86-4a65-9dbf-868e2752e16b-krk8aJK erişim tarihi: 10.12.2017.
- Tekirdağ, A. 2009, Türkiye’de Bireysel Kredi Artışı Ve Risk Analizi. Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara: TCMB Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü.
- Terzioğlu, G., Günay, G., Boylu Aydınır, A., 2002. Ailelerin Bankalarca Sağlanan Tüketici Kredilerini Kullanma Durumlarının İncelenmesi. http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr:868e2752e16b/Fir_TamMetin2.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-6569b7d9-8b86-4a65-9dbf-868e2752e16b-krk8aJK erişim tarihi: 08.12.2017.
- Tunca, Z. 2001, Makro İktisat. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Türkan, E. 2000, Enflasyonla Mücadele Programı, Tüketici Kredileri ve Muhtemel Riskler. MSPD Çalışma Raporları(No: 1). BDDK.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

Üstün, B., Tural, O. 2008, Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekanları Etkisinin Eskişehir Örneğinin İrdelenmesi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2): 259-282.

Yetim, S. 1997, Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.

Yıldırım, K., Karaman, D. 2003, Makroekonomi. Eskişehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı.

EK AÇIKLAMALAR

Ek Açıklama-A: Anket Soruları

1. Cinsiyetiniz

Kadın () Erkek ()

2. Yaşınız

18-20 () 21-30 () 31-40 () 41-50 () 51-60 () 61+ ()

3. Medeni haliniz

Evli () Bekar () Diğer ()

4. Öğrenim durumunuz

Okur-yazar () İlköğretim mezunu ()
Ortaöğretim mezunu () Üniversite mezunu ()
Yüksek lisans/Doktora () Diğer ()

5. Yaşadığınız bölgenin büyüklüğünü değerlendiriniz.

() Büyükşehir () İlçe () Kasaba () Köy

6. Aylık geliriniz

500 TL'nin altında () 500 TL - 1.000 TL arası ()
1.001 TL - 2.000 TL arası () 2.001 TL - 3.000 TL arası ()
3.001 TL - 4.000 TL arası () 4.001 TL ve üzeri ()

7. Harcamalarınızı yaparken en fazla kullandığınız seçeneği işaretleyiniz.

Nakit para ()
Taksitli alışveriş ()
Kredi kartı ile tek çekim veya taksitli alışveriş ()
Banka kredileri ()

Diğer ()

8. İhtiyaç duyduğunuz mal ve hizmetleri satın almak için kredi kartınız ile alım yapamadığınız, nakit para bulunmadığı ya da yeterli olmadığı durumlarda hangi kararı alırsınız?

Almaktan vazgeçerim ()

Almayı bir süre ertelerim ()

Taksitle alırım ()

Yakın çevremden borç para bularak alırım ()

Banka kredisi kullanarak alırım ()

Diğer ()

9. Alışverişlerinizi yapmadan önce ihtiyaçlarınız ve ödeme şekliniz konusunda bir planlama yapıyor musunuz?

Her zaman yapıyorum. ()

Ara sıra yapıyorum. ()

Hiç yapmıyorum. ()

10. Hiç bireysel kredi kullandınız mı? Eğer cevabınız Hayır ise 18 no.lu soruya geçiniz.

Evet () Hayır ()

11. Kullandığınız bireysel kredi seçeneğini işaretleyiniz. (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

Tüketici Kredisi ()

Taşıt Kredisi ()

Konut Kredisi ()

Eğitim Kredisi ()

Kariyer Kredisi ()

Kişisel Gelişim ve Hobi Kredisi ()

Evlilik Kredisi ()

Faturalı Alışveriş Kredisi ()

Tatil Kredisi ()

İnşaat Tamamlama Kredisi ()

Onarım ve Dekorasyon Kredisi ()

Doğalgaz Dönüşüm Kredisi ()

Kredili Mevduat Hesabı ()

Diğer ()

12. Bireysel kredi kullanma kararınızda önceliğiniz olan seçeneği işaretleyiniz.

Faiz oranlarını araştırır en düşük faiz oranı ve komisyon uygulayan bankayı tercih ederim.

Güvendiğim ve her zaman işlemlerimi yaptırdığım bankayı tercih ederim.

Kredi geri ödemelerinde kolaylık olması açısından maaşımın yattığı ya da yatırım hesabım olan bankayı tercih ederim.

En uzun vadede en düşük limitli ödeme seçenekleri sunan bankayı tercih ederim.

Bankaların uyguladığı kampanyaları takip eder uygun bulduğum krediyi kullanırım.

Diğer

13. Bireysel kredi türlerinden en fazla kullandığınız üç seçeneği işaretleyiniz.

Tüketici Kredisi

Taşıt Kredisi

Konut Kredisi

Eğitim Kredisi

Kariyer Kredisi

Kişisel Gelişim ve Hobi Kredisi

Evlilik Kredisi

Faturalı Alışveriş Kredisi

Tatil Kredisi

İnşaat Tamamlama Kredisi

Onarım ve Dekorasyon Kredisi

Doğalgaz Dönüşüm Kredisi

Kredili Mevduat Hesabı

Diğer

14. Son beş yıl içinde kullandığınız bireysel kredi sayısı kaçtır? Yazınız.

.....

15. Kullandığınız bireysel krediler içinde en yüksek kullanım limitiniz ne kadardı? Yazınız.

.....

16. Kullandığınız bireysel krediler içinde en fazla borçlanma süresi ne kadardı?

1 ay-6 ay

7 ay-12 ay

13 ay-24 ay

25 ay-36 ay

37 ay-48 ay

49 ay-60 ay

61 ay-72 ay

Diğer

17. Bireysel kredi kullanımını tercih etme sebeplerinizden ilk üç tanesini işaretleyiniz.

Nakit para bulunmadığı ya da yeterli olmadığı durumlarda en kısa zamanda büyük miktarda nakit ve en uzun vade ile geri ödeme imkanı sağlaması ()

Satın alınacak mal veya hizmetin arzının azalması veya fiyatlarının büyük artış göstermesi olasılıklarına karşı koruması ()

Düşük faiz ile geri ödeme kolaylığı sağlaması ()

Peşin para ile mal ve hizmet satın almak avantajından yararlanarak piyasada oluşabilecek yüksek vade farkından kurtulmak ()

Satın alma kararından vazgeçmek ya da ertelemek zorunda kalmamak ()

Beklenmedik olaylar karşısında maddi ve manevi güvence sağlaması. ()

Diğer ()

18. En çok hangi durumda bireysel kredi kullanma kararı verirsiniz?

Nakit sıkıntısı çektiğimde ()

İhtiyacım olan mal ve hizmetleri almakta zorlandığımda ()

Ev, arsa, araba gibi tek kalemede almakta zorlanacağım mal edinimlerimde ()

Başkalarından para istemenin sıkıntısını yaşamak istemediğimde ()

Hiçbir şartta kredi kullanmam. ()

Diğer ()

19. Bireysel kredi kullanmak istediğinizde bankaların faiz oranlarını araştırır mısınız?

Evet () Bazen () Hayır ()

20. Bireysel kredi kullanımının olumsuzluğu olarak düşündüğünüz seçenekleri işaretleyiniz.

Gelecekteki gelirin önceden kullanılmasını sağlamaktadır. ()

Sağladığı satın alma kolaylığı ile kişilerin hırsını ve tüketim meylini artırarak aşırı tüketime yöneltmektedir. ()

Kişiler kısa sürede çok şey elde etme çabası içine girdikleri için finansal açıdan plansız alışverişler gündeme gelmektedir. ()

Tüketimi artırarak kişilerin tasarrufunu azaltmakta ve gelecekteki tasarrufların bugünden harcanması sonucunu doğurmakta, özel yatırımlarda düşme görülmektedir. ()

Bankaya faiz ödüyor olmak olumsuz psikolojik etki yaratmaktadır. ()

Olumsuz bir düşüncem yok. ()

Diğer ()