

TÜKETİCİLERİN KREDİ KARTINA YÖNELİK TUTUMU İLE FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŐKİ¹

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE ATTITUDE of CONSUMERS TOWARDS THE CREDIT CARD and THE LEVEL of FINANCIAL LITERACY

A. Selçuk KÖYLÜOĞLU²

Mesut DOĞAN³

Özet

Kredi kartları günümüz tüketicisinin neredeyse vazgeçemediği bir ödeme aracı haline gelmiştir. Dolayısıyla pek çok konuyla ilişkilidir ve ilişkili olduğu konulardan biri de finansal okuryazarlıktır. Finansal okuryazarlık, kısaca, finansal konularda bilgi, beceri ve davranışlarda rasyonelliği sağlama derecesidir. Bu doğrultuda kurgulanan çalışmanın amacı, tüketicilerin kredi kartına karşı tutumları ve finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Bu amaçla Ankara'da kredi kartı kullanan 600 kişi üzerinde anket gerçekteştirilmiştir. Ankette Kılıç, Ata ve Seyrek (2015) tarafından geliştirilen finansal okuryazarlık ölçeği kullanılmış ve tek boyutta değerlendirilmiştir. Ölçek 34 sorudan oluşmaktadır. Verilerin normal dağılımından dolayı *Anova* ve *Pearson Korelasyon Testi* kullanılmıştır. Gruplar arasındaki farklılığı tespit etmek amacıyla *Post HOC TUKEY* çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Analiz sonucunda, bireylerin kullandıkları kredi kartı sayısı arttıkça finansal okuryazarlık seviyelerinde de bir artış olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların finansal okuryazarlık seviyeleri ile kredi kartı tutumu arasında da pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Kredi Kartı, Tüketici.

JEL Sınıflandırması: D14, H81, D12.

Abstract

Credit cards have become an indispensable payment tool for today's consumers. Therefore, it is related to many issues and one of the issues with which it is related is financial literacy. Financial literacy, in short, is the degree of rationality in knowledge, skills and behavior in financial matters. The aim of the study designed in this direction is to determine the relationship between consumers' attitudes towards credit cards and their financial literacy levels. For this purpose, a survey was conducted on 600 people using credit cards in Ankara. The financial literacy scale developed by Kılıç, Ata, and Seyrek (2015) was used in the questionnaire and evaluated in one dimension. The scale consists of 34 questions. Due to the normal distribution of the data, *Anova* and *Pearson Correlation Test* were used. *Post HOC TUKEY* multiple comparison test was conducted to determine the difference between the groups. As a result of the analysis, it was determined that as the number of credit cards used by individuals increased, their financial literacy levels also increased. In addition, a positive and statistically significant relationship was found between the financial literacy levels of the participants and their credit card attitude.

Keywords: Financial Literacy, Credit Card, Consumer.

JEL Classification: D14, H81, D12.

¹ Bu çalışma, 22-24 Ekim 2018 tarihleri arasında düzenlenen 2. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuş ve sempozyum kitapçığında tam metin olarak basılmış tebliğin genişletilmiş ve gözden geçirilmiş hâlidir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, selcuk641@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003 0359-1443

³ Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Dinar Meslek Yüksekokulu, mesutdogan07@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6789-1361

1. Giriş

Alvin Toffler'ın "Üçüncü Dalga" adlı eseri ve Düzenleme Okulu yazarlarından Marksist bir teorisyen olan Perez'ın teknolojik yenilenmeye yönelik "Beş Dalga Aşaması" adlı eseri insanlık tarihinin geçirdiği evreleri açıklamaktadır. Beş Dalga Aşaması'nın birinci evresinde Perez, refah dönemini endüstri devrimi, bunalım dönemini ise erken mekanizasyon olarak tanımlamaktadır. Dönemin belirgin özelliği, üretimdeki ciddi artıştır. Mekânik gücün artması, daha fazla hammadde-nihai mal, daha fazla ulaştırma, tüketici ve üretici sayısındaki artış, güçlü sermayesi olan daha çok çalışana sahip büyük firmaların ortaya çıkmasını bu döneme dayandırmaktadır. İkinci dönem buhar gücü ve demiryolu teknolojisinin vücut bulduğu dönemdir. Üçüncü dönem elektrikli ağır sanayinin hâkim olduğu dönemdir. Dördüncü dönem fordizm ve onun bunalımıdır. Son dönem olan beşinci dönem ise, bugünün dünyasında varlığını devam ettiren ve yeni enformasyon teknolojilerinin geliştirildiği ve "Post Fordizm" olarak tanımlanan dönemdir (Belek, 1999: 245-246).

Söz konusu değişim, pazarlama ve finansı da kapsayacak şekilde tüm disiplinleri etkisi altına almıştır. Günümüz teknoloji çağında internetin inanılmaz boyutlara ulaşması, akıllı telefonlar ve kredi kartlarının sağladığı kolaylık insanların neredeyse her türlü ihtiyacını bu ağlardan gidermesinin önünü açmıştır. Diğer yandan tüketim hacminin artması tüketici profilinin eskiye nazaran tamamen değişmesine neden olmuştur. Daha fazla araştıran, karşılaştıran, eğitim düzeyi yüksek, bilgi teknolojilerini daha etkin kullanarak bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabilen bir tüketici profili ortaya çıkmıştır. Tüketimin zaman içerisinde geçirdiği bu evrelerle, tüketim anlayışı değişmiş ve ortaya daha çok tüketen bir tüketici profili çıkmıştır. Bu durum, eskiye nazaran ihtiyaçların hem artmasına hem de çeşitlenmesine neden olurken aynı zamanda beklenmedik harcamalarda da artışın önünü açmıştır. Bahsedilen değişim, insanların yanlarında daha fazla nakit taşıma gereksinimini doğurmuştur. Bu gelişme nihayetinde para yerine kullanılacak ödeme araçları ortaya çıkmış ve sayıları giderek artmıştır. Plastik para olarak da bilinen bu yeni ödem araçlarından bir tanesi olan kredi kartı, finansal sistemdeki yerini almıştır (Evans, 2004: 60-65).

Para taşıma zahmetini bitirmesi, para taşımanın neden olduğu riskleri ortadan kaldırması gibi sağladığı pek çok avantaj kredi kartının kullanımını artırmıştır. Bu artışla birlikte, farklı sektörlerde harcama yapan kredi kartı kullanıcılarının tercih ve tutumlarında tutarlı davranmadıkları ve homojen bir nitelik sergilemedikleri görülmüştür. Bankalar zikredilen duruma odaklandıklarından farklı stratejiler belirlemektedir. Bu açıdan kart kullanıcılarının davranışları hakkında bilgi sahibi olmanın önemli bir veri olduğu tespit edilmiştir (Özkan, 2014: 10-13).

Finansal enstrümanların bu denli çeşitlenmesi tüketicilerin kafasını bir hayli karıştırmaktadır. Çünkü dünya, küreselleşmeyle büyük bir pazara dönüşmüş ve tüketiciler internet sayesinde dünyanın her noktasına erişim olmuştur. Ancak bu kazanımların yanında insanlar ekonomik bunalımlar nedeniyle işsiz kalmakta ve çığ gibi büyüyen borç yükü altında ezilmektedirler. Dolayısıyla kredi kartları, sağlamış olduğu bu avantajların yanı sıra bazı dezavantajları da olmuştur. Öncelikle kredi kartları harcama eğilimini artırmıştır. Taksit imkânının olması, bu sorunu tetikleyen asıl nedenlerden biridir. Bir diğer sorun ise, belki de en dikkat edilmesi gereken, gereksiz alışveriş alışkanlığı ya da kompulsif satın alma eğilimi gibi tüketicilerde davranış bozukluklarının ortaya çıkmasıdır. Alışverişte pazarlık yapma gibi alışkanlıklar da sona ermiştir. Parayı sanki kişinin kendisi ödemiymiş gibi bir his ağır basmaktadır. Kart ücreti, üyelik ücreti, gecikme faizi türünden ödemeler hem kredi kartının sağlamış olduğu kolaylıklara gölge düşürmekte hem de tüketicilerin kredi kartıyla yapmış oldukları işlemlerde daha dikkatli davranmalarını gerektirmektedir (Acar, 2009: 15-18; Çiçek & Demirdelen, 2008: 543-547).

Finansal okuryazarlık ise, finansal yatırımcıların ve tüketicilerin finansal ürün ve kavramlar hakkında bilgi düzeylerini geliştirmesi, mevcut bilgileri ile finansal risk ve fırsatları daha iyi değerlendirmelerini, daha bilinçli seçimler yapmalarını ve finansal refah seviyelerini yükseltmek için diğer tüm etkin faaliyetleri yapmalarını sağlayan bir süreçtir (Küçükaslan, 2017: 12-15). Finansal okuryazarlık çalışmaları, tüketim, tüketici seçimi, ekonomik çevre gibi teorik ve ampirik işletme ve iktisat bilimi alt yapısı üzerine kurgulanmaktadır. Harcama ve tasarruf modelleri, kişisel finans, tüketici kredi raporları, krediler ve teminatlar, kredi kartı kullanımı ve benzeri finansal okuryazarlık çalışmalarının çoğu finansal bilgi, tasarruflar, yatırım davranışı ve kararlara odaklanmaktadır (Lusardi, Michaud ve Mitchell, 2011: 17-23; Delavande, Rohwedder, ve Willis, 2008: 21-26; Jappelli ve Padula, 2013: 2781-2784).

Konuyla ilgili iş profesyonelleri ve akademisyenler tarafından pek çok araştırma yapılmıştır. Örneğin, OECD'nin finansal okuryazarlıkla ilgili yaptığı araştırmada, bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür. Bu sorunun en büyük tetikleyicisi ise, kişilerin finansal konularda kendilerini olmadığı kadar yeterli görmelerinden kaynaklanmaktadır (OECD, 2006: 111-113). Bir başka örnek, Visa International'ın 28 ülkede yaptığı araştırmadır. Söz konusu araştırma sonuçlarına göre; ABD, Meksika, Avustralya, Yeni Zelanda, Kanada ve Brezilya finansal okuryazarlık konusunda diğer ülkelerden daha iyi durumdadır. Araştırma, Latin Amerika'da anne babaların para konusunda çocuklarıyla daha sık konuştuğunu ortaya koymuştur. Brezilyalı çocukların bu alanda eğitildiği vurgulanmaktadır. ABD'de 20 eyalette liselerde finans okuryazarlık dersi verilmektedir. ABD ordusunda kişisel finans yönetimi konulu dersler yer almaktadır (VIFL, 2012: 3-7).

Pazarlama ve finans alanlarıyla işbirliği üzerine kurgulanan bu çalışmada amaç, tüketicilerin kredi kartına yönelik tutumu ile finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, Ankara’da kredi kartı kullanan 600 kişi üzerinde anket gerçekleştirilmiştir. Finansal okuryazarlık ve kredi kartı ölçeklerinden yararlanılmıştır. *Kılıç, Ata ve Seyrek (2015)* tarafından geliştirilen finansal okuryazarlık ölçeği kullanılmış ve tek boyutta değerlendirilmiştir. Ölçek 34 sorudan oluşmaktadır. Çalışmada veriler SPSS 22.0 programı aracılığıyla analiz edilmiş ve verilerin normal dağılımından dolayı parametrik yöntem olan *Anova* ve *Pearson Korelasyon* testi kullanılmıştır. Gruplar arasındaki farklılığı tespit etmek amacıyla *Post Hoc Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi* kullanılmıştır. Söz konusu testler yardımıyla demografik değişkenlerdeki çeşitlilikler ile kredi kartı tutumları ve finansal okuryazarlık seviyeleri arasındaki farklar irdelenmiştir. Sonuç olarak bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri ile kredi kartı tutumu arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Konuya ilişkin bundan sonraki çalışmalarda örneklem sayısının artırılması ya da örneklemin değiştirilmesi elde edilen sonuçların da farklılaşmasına sebep olabilir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünün ardından ikinci bölümde çalışmanın literatürü yer almaktadır. Literatürde kredi kartı, finansal okuryazarlık ve tüketici tutumu gibi temel kavramların yanı sıra konuyla ilgili yapılmış çalışmalar taranmıştır. Üçüncü bölüm çalışmanın metodolojisidir. Dördüncü bölümde elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Yöntem ve eldeki bulgularla ulaşılan çıktılar sonuç bölümünde değerlendirilmiş ve bu konuyla ilgili bundan sonraki çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

2. Literatür

Konuyla ilgili çalışmalarda kredi kartı ve finansal okuryazarlık kavramlarıyla ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Mitchell ve Mickel (1999), kredi kartını, tüketicinin daha sonra ödemesine olanak tanıyan ödeme aracı olarak tanımlamaktadır. Khare vd., (2012), kredi kartı kullanımını bir müşteri yaşam biçimi olarak görmektedir. Yılmaz ve Çatalbaş (2007), sahipliğini banka ve finansal kurumların yaptığı, ürün satın almanın beraberinde ödeme ya da nakit avans işlemlerinde kullanılan araç olarak tanımlamaktadır.

Finansal okuryazarlıkla kavramıyla ilgili, Ludlum vd., (2012), paranın kullanımı ve yönetimi konusunda, bugünkü ve gelecekteki değeriyle ilgili etkili kararlar alabilme kabiliyeti şeklinde bir tanımlama yapmıştır. Lusardi (2008), finansal okuryazarlığı iki şekilde ele almıştır. Makroekonomik parametreleri okuyup anlayabilme yetisi için temel finansal okuryazarlık kavramını kullanırken, hisse senedi, bono vb. finansal enstrümanların anlaşılmasında ileri finansal okuryazarlık kavramını kullanmıştır. Marcolin ve Abraham (2006), finansal okuryazarlık niteliğinin kazanılmasında gelir gider dengesi, borç yönetimi, tasarruf gibi finansman kavramlarının stratejik yönetimini gerekli görmüşlerdir. Servon ve Kaestner (2008) ise, finansal okuryazarlık kavramı için, bir kişinin ilgilendiği finansal materyalleri ya da dokümanları anlaması ve bunu gerçek hayatta kullanabilmesi tanımını yapmıştır. Kredi kartı borcu ödemek, borç yapılandırmak, fatura ödemek gibi finansal pratikler bireylerin yaşamında büyük öneme sahiptir. Bu gibi finansal davranışları gerçekleştirebilme de finansal okuryazar olabilmeyen bir gereğidir. Bu açıdan, finansal okuryazar olabilmek, bu konuda gerekli bilgiye sahip olmakla yeterli olmayıp aynı zamanda mevcut bilginin davranışlara yansıtılmasıyla tamamlanmaktadır (Chu, vd., 2017: 810-815). Bu davranışlar ise, öncesinde tüketicilerin söz konusu davranışa eğilimli olmasıyla şekil kazanmaktadır ki, buna tutum denilmektedir. Cheng vd., (2009), tutumu, öğrenilmiş yatkınlık olarak tanımlamaktadır. Tsang, Ho ve Liang, (2004), kişinin olumlu ya da olumsuz değerlendirmeleri, kimi nesne ya da düşüncelere karşı fiil eğilimleri olarak nitelendirmektedir. Tutum, kişide saklıdır ancak eyleme dönüştüğü zaman görülebilir. Bu bağlamda, tutumlar, hem tüketicilerin duyu ve düşüncelerinin hem de davranış değişikliğine neden olabilecek etmenlerin anlaşılmasına olanak tanıması nedeniyle tüketici tutumu, satın alma davranışını açıklamada başvurulan ana kaynaklar arasında yer almaktadır. Finansal okuryazarlıkla ilgili literatürde, son yıllarda yapılan çalışmaların özellikle üniversite öğrencileri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Çünkü üniversite öğrencileri ailelerinden uzakta, bütün ihtiyaçlarını kendileri karşılamaları gerektiği için pek çok finansal davranışlarda bulunmaktadır. Araştırmacılar, finansal okuryazarlık araştırmalarında örneklem olarak genç bireylerin söz konusu düzeylerine yönelerek finansal anlamda onları daha etkin kılmak istemektedirler (Er, Şahin, & Mutlu, 2017: 80-85).

Literatürde tüketicilerin kredi kartı kullanımı ile finansal okuryazarlık düzeyi arasındaki ilişki pek çok araştırmaya konu olmuştur. Dewi vd., (2020), çalışmalarında, Y kuşağının finansal okuryazarlık düzeyini belirlemişler ve finansal bilgilerinin, finansal tutumlarının ve finansal becerilerinin finansal davranışları ile ilişkisini incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre, yalnızca finansal tutum ve finansal yönetim davranışı arasında değil, aynı zamanda finansal beceriler ve finansal yönetim davranışı arasında da önemli ilişkiler ortaya çıkmıştır. Ancak finansal bilgi ile finansal davranış arasındaki ilişki çok önemli görülmemiştir. Ahmetoğulları ve Parmaksız (2017), finansal iyilik halinin finansal okuryazarlık ve kredi kartı ile ilişkisini 144 meslek yüksekokulu öğrencisi üzerinde araştırmıştır. Araştırma sonucunda finansal okuryazarlık seviyesi ile cinsiyet ve okuldaki programlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bahsedilen üç kavram arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler söz konusudur. Phaisuwat ve Vongurai (2017), x ve y kuşaklarının kredi kartına yönelik tutumlarında bir farklılığın olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, x kuşağının y kuşağına göre kredi kartını daha fazla kullandığı bulgusu ortaya konulmuştur. Deventer ve Klerk (2016), Afrikalı y kuşağı öğrencileri üzerinde yaptıkları

araştırmada, Afrikalı y kuşağı öğrencilerinin kişisel finansal yönetim yeteneklerini çeşitli boyutlara ayırmışlardır ve bu boyutlar arasında kredi yönetimi de vardır. Öğrencilerin kendilerini finansal yönetim konularında yetenekli gördükleri tespit edilmiştir. Yücel (2017), üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmasında, finansal okuryazarlığın kredi kartı kullanım alışkanlığı üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık %60' ının kredi kullanımından kaygı duyduğu ortaya çıkmıştır. Kandemir (2018), tüketicilerin finansal okuryazarlıklarının belirlenmesi üzerine kurguladığı çalışmasında, en sık kullanılan finansal ürünün kredi kartı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Karakulle ve Tan (2018), Kastamonu Üniversitesi Devrekâni Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin finansal okuryazarlık bilgisi ile kredi kartı tutumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Verilerin anket yöntemiyle elde edildiği araştırma 121 katılımcıyla gerçekleştirilmiş, araştırmada t-testi ve Anova yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre, cinsiyet ve yaş değişkenlerinin finansal okuryazarlık ve kredi kartı tutumu üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir. Anne ve baba eğitim durumunun kredi kartı tutumu üzerinde etkili olduğu, yalnız babanın finansal okuryazarlık konusunda etkili olduğu görülmüştür.

Robb ve Sharpe (2009), kredi kartı ile finansal okuryazarlık ilişkisinin tespiti için 6520 üniversite öğrencisine anket uygulamışlardır. Araştırmaya göre, finansal okuryazarlık düzeyleri yüksek olan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri düşük olan öğrencilere kıyasla kredi kartı borç bakiyelerinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Er, Şahin ve Mutlu (2017), öğrenim kredisi ya da kredi kartı kullanan üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığını araştırmışlardır. 335 üniversite öğrencisi üzerinde yürütülen çalışmada, bu ilişkide belirgin bir farklılığın bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Ludlum vd., (2012), 5 üniversite kampüsünde gerçekleştirdikleri araştırmalarında, öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada 5 üniversite kampüsünden elde edilen 725 anketin verileri analiz edilmiş olup, öğrencilerin kredi kartlarına yönelik bilgi düzeyleri ile demografik değişkenler arasında önemli farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Robb (2011), 1354 üniversite öğrencisinin kredi kartı davranışı ile finansal bilgi düzeyi ilişkisini incelemiştir. Araştırma bulgularına göre, üniversite öğrencilerinin kredi kartı kararlarının finansal okuryazarlıkta önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Chu vd., (2017)' ye göre, finansal okuryazar olabilmek için yalnızca finansal bilgiye sahip olmak yeterli görülmemektedir. Sahip olunan bilginin, kredi kartı borcunun her ay tamamını ödeme, yatırım yapma, faturaları zamanında ödeme gibi davranışlara da yansımaları gerektiğini iddia etmektedirler. Amerika Birleşik Devletleri' nde Finansal Okuryazarlık Hakkında Başkanın Danışma Konseyi, bireyin finansal okuryazar olabilmesi için sunulan bir raporda, kredi yönetimi, kredi seçimi gibi temel kredi konularının iyi anlaşılması gerektiği belirtilmektedir (PACFL, 2008: 20-28).

Literatürde yapılan çalışmalar gösteriyor ki, kredi kartları üniversite öğrencileri arasında yerleşik bir araç haline gelmiştir. Ancak bu araçların ne derece anlaşıldığı ve bu araçların kullanımından nasıl etkilenildiği belirsizliğini korumaktadır. Öğrenciler genel olarak sorumlu kredi kartı davranışı sergilerken, önemli bir kısmı da riskli kredi kartı davranışı sergilemektedirler. Bu türden davranış sergileyenlerin bunun etkisini uzun vadede hissetmektedirler. Bu türden çalışmalarla finansal bilgi ve finansal davranışların bağlantılı olduğunu anlamak, gelişmiş eğitim programlarına ve daha olumlu kredi çıktılarına erişmeyi sağlayabilir (Robb, 2011: 693-696). Yürütülen bu çalışma da, finansal okuryazarlık ve finansal davranışlar arasında güçlü bağlar olduğunu ortaya koymuştur.

3. Metodoloji

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin kredi kartına yönelik tutumları ile finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışma, bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin artması veya azalması ile kredi kartı kullanım alışkanlıkları ve davranışlarının nasıl şekillendiğinin ortaya konulması açısından önem arz etmektedir. Çalışmanın amacına yönelik, Ankara'da kredi kartı kullanan 600 kişi üzerinde anket gerçekleştirilmiştir. Ankette, finansal okuryazarlık ve kredi kartı ölçeklerinden yararlanılmıştır. *Kılıç, Ata ve Seyrek (2015)* tarafından geliştirilen finansal okuryazarlık ölçeği kullanılmış ve tek boyutta değerlendirilmiştir. Ölçek 34 sorudan oluşmaktadır. Çalışmada veriler SPSS 22.0 programı aracılığıyla analiz edilmiş ve verilerin normal dağılımından dolayı parametrik yöntem olan *Anova* ve *Pearson Korelasyon* testi kullanılmıştır. Gruplar arasındaki farklılığı tespit etmek amacıyla *Post HOC TUKEY* çoklu karşılaştırma testinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan testler demografik değişkenler ile kredi kartı tutumları ve finansal okuryazarlık seviyeleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

4. Ampirik Bulgular

Ampirik bulgular bölümünde ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiştir. Demografik özellikler arasında katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni hâl ve gelir düzeyi bilgileri yer almaktadır. Bu bilgileri, katılımcıların aylık kredi kartı harcama tutarı ve sahip olunan kredi kartı sayısı takip etmektedir. Daha sonra katılımcıların kredi kartına yönelik tutumları ve finansal okuryazarlık seviyeleri bulguları elde edilmiştir. Son olarak katılımcıların sahip oldukları kredi kartı sayısı ile finansal okuryazarlık düzeyleri karşılaştırılmış, kredi

kartı tutumu ile finansal okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin sonuçları ile ampirik bulgular bölümü tamamlanmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	F	%
Cinsiyet		
Kadın	260	43,3
Erkek	340	56,7
Yaş		
18-25	130	21,7
26-35	219	36,5
36-50	202	33,7
51 ve Üzeri	49	8,2
Eğitim Durumu		
İlkokul-Ortaokul	114	19,0
Lise	273	45,5
Ön lisans	117	19,5
Lisans ve Üzeri	96	16,0
Medeni Hal		
Bekâr	205	34,2
Evli	395	65,8
Gelir		
0-1700 TL	123	20,5
1701-2500 TL	265	44,2
2501-4000 TL	150	25,0
4001-6000 TL	49	8,2
6000 TL üzeri	13	2,2
Toplam	600	100,0

Tablo 1' de Türkiye'de araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgileri gösterilmiştir. Ankete katılanların %43,3' ü kadın, %56,7' si erkektir. Çalışmaya katılanların %36,5' i 26-35 yaş aralığında ve %45,5' i lise mezunudur. Katılımcıların önemli kısmı evlidir ve 1701-2500 TL arası gelire sahiptir.

Tablo 2. Katılımcıların Aylık Kredi Kartı Harcama Tutarı

Tutar	Frekans	Yüzde(%)
0-750 TL	193	32,2
751-1500 TL	259	43,2
1501-2500 TL	93	15,5
2501-3500 TL	43	7,2
3501 TL ve Üzeri	12	2,0
Toplam	600	100,0

Tablo 2' de araştırmaya katılan kişilerin aylık kredi kartı harcamaları görülmektedir. Tablodan anlaşılacağı üzere ankete katılan kişilerin en çok harcama tutarı 751-1500 TL' dir.

Tablo 3. Katılımcıların Sahip Olduğu Kredi Kartı Sayısı

Adet	Frekans	Yüzde(%)
1	299	49,8
2	192	32,0
3	70	11,7
4	21	3,5
5 ve üzeri	18	3,0
Toplam	600	100,0

Tablo 3' te araştırmaya katılan kişilerin kaç adet kredi kartı kullandıkları görülmektedir. Kredi kartı kullanan kişilerin çoğunluğu 1 adet kredi kartı kullanmaktadır. 3, 4, 5 ve üzeri kredi kartı kullananlar arasında pek fark yoktur. Ancak 2 adet kredi kartı kullanan kişilerin diğerlerine göre farklılıkları daha belirgindir.

Tablo 4. Katılımcıların Kredi Kartına Yönelik Tutumları

Kredi kartı kullanıyorum. nk...	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama
Mal ve hizmet alımında taksit imkânı sağlıyor	%11,3 68	%10,0 60	%5,2 31	%46,2 277	%27,3 164	3,68
Nakit para çekme kolaylığı sağlıyor	%9,5 57	%17,3 104	%8,8 53	%42,5 255	%21,5 131	3,50
Para taşıma gereksinimini ortadan kaldırıyor	%8,8 53	%14,3 86	%15,2 91	%42,0 252	%19,7 118	3,49
yelik, kampanya vb. zelliklerini kullanıyorum	%17,2 103	%22,0 132	%18,0 108	%30,3 182	%12,5 75	2,99
Geç deme imkânı sağlıyor	%10,7 64	%16,5 99	%18,0 108	%38,0 228	%16,8 101	3,34
Prestij sağlıyor	%19,0 114	%24,3 146	%23,2 139	%23,7 142	%9,8 59	2,81
Beklenmedik olaylarda güvence sağlıyor	%8,5 51	%14,2 85	%12,8 77	%39,7 238	%24,8 149	3,58
Ortalama						3,341429

Tablo 4' te araştırmaya katılan kişilerin kredi kartı ile ilgili görüşleri yer almaktadır. Ortalaması en yüksek olan ifadenin 3,68 ile "mal ve hizmet alımında taksit imkânı sağlıyor" maddesi olduğu görülmektedir. Kredi kartı ile ilgili görüşlerin yer aldığı en düşük olan ifadenin ise 2,81 ile "prestij sağlıyor" olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Finansal Okuryazarlık Düzeyleri

	Doğru (%) (Ortalama)	Standart Sapma
Finansal Okuryazarlık Düzeyi	60,77	14,22

Tablo 5' te katılımcıların toplam finansal okuryazarlık başarı düzeyi gösterilmiştir. Toplam finansal okuryazarlık başarı seviyesi %60,77 olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan kredi kartı kullanıcılarının finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Kredi Kartı Sayısına Göre Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Gruplar	N	\bar{X}	Ss	P
Kredi Kartı Sayısı	1	299	64,25	0,70	0,000
	2	192	60,21	0,67	
	3	70	55,11	0,70	
	4	21	49,24	0,67	
	5 ve zeri	18	44,66	0,70	

Tablo 6' da katılımcıların kredi kartı sayısına göre finansal okuryazarlık seviyeleri karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde bireylerin kredi kartı sayısına göre finansal okuryazarlık seviyelerinin farklılaştığı görülmektedir ($p < 0,05$). Başka bir ifade ile *TUKEY Testi* sonucuna göre kredi kartı kullanım adedi azaldıkça katılımcıların finansal okuryazarlık seviyeleri artmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların Kredi Kartı Tutumu İle Finansal Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişki

	Finansal Okuryazarlık Düzeyi	Kredi Kartı Tutumu
Finansal Okuryazarlık Düzeyi	1	
Kredi Kartı Tutumu	,375**	1

Tablo 7’ de katılımcıların kredi kartı tutumu ile finansal okuryazarlık seviyeleri arasındaki ilişki *Pearson Korelasyon* analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları incelendiğinde bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri ile kredi kartı tutumu arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir ifadeyle, katılımcıların kredi kartına yönelik tutumu arttıkça finansal okuryazarlık düzeyi de artmaktadır.

5. Sonuç ve Tartışma

Finansal okuryazarlık, rasyonel finansal kararların alınmasında mikro düzeyde bireye makro düzeyde ise topluma katkı sağlayacak bir konu hatta bir rehberdir. Zira kıt kaynakların etkin kullanımı noktasında daha bilinçli bir tüketim edimini ile yol gösterici rolüyle geleceğe de ışık tutmaktadır. Kredi kartı ise, yerinde kullanıldığı sürece işlevi yüksek bir finansman aracıdır. Ancak, tüketici bu etkinlikten ne kadar uzaklaşırsa durum tersine dönmekte ve fayda yerini tamamen zarara bırakmaktadır. Bu defa durum sadece ekonomik etki ile sınırlı kalmamakta, işin içine sosyal, psikolojik ve biyolojik faktörler dâhil olmaktadır. Bu yüzden, finansal okuryazarlık bilgisi böylesine önemli bir finansal enstrümandan sağlanacak faydayı en çoklamanın kritik yoludur. Kredi kartı kullanım amacı, gelir düzeyi, sosyal çevre, eğitim gibi pek çok unsur finansal okuryazarlık bilgisi havuzunda akıllıca derlenmelidir.

Araştırmada tüketicilerin kredi kartına karşı tutumları ve finansal okuryazarlık seviyeleri tespit edilmiştir. Ayrıca kredi kartı kullanım amaçları ve tutumları ile finansal okuryazarlık seviyeleri arasındaki ilişki belirlenmiştir. Bu amaçlarla Ankara’da kredi kartı kullanan 600 kişi üzerinde anket gerçekleştirilmiştir. Çalışmada finansal okuryazarlık ve kredi kartı ölçeklerinden yararlanılmıştır. Araştırmaya katılanların %56,7’ si oranında büyük bir çoğunluğu erkektir. %36,5’ i 26-35 yaş aralığında ve %45,5’ i lise mezunudur. Önemli bir kısmı evli ve gelir düzeyi daha ziyade 1701-2500 TL’ dir. Araştırmaya katılım gösteren tüketicilerin harcama tutarları 751 ila 1500 TL arasında değişmektedir. Sahip olunan kredi kartı sayısı bakımından, 1 adet kredi kartına sahip olanların sayısı diğerlerine nazaran daha fazladır. Bunun yanı sıra 2 adet kredi kartı kullanan kişilerin diğerlerine göre (3, 4, 5) farklılıkları daha belirgindir. Katılımcıların kredi kartına yönelik tutumlarından, ortalaması en yüksek olan ifadenin 3,68 ile "*mal ve hizmet alımında taksit imkânı sağlıyor*" maddesi olduğu, kredi kartı ile ilgili görüşlerin en düşük olduğu ifadenin ise 2,81 ile "*prestij sağlıyor*" olduğu görülmüştür. Toplam finansal okuryazarlık başarı seviyesi %60,77 olarak belirlenmiştir ve bu doğrultuda kredi kartı kullanıcılarının finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu söylenebilir. Tüketicilerin kredi kartı sayısına göre finansal okuryazarlık seviyelerinin farklılaştığı görülmektedir ($p<0,05$). TUKEY testi sonucuna göre, kredi kartı kullanım adedi azaldıkça katılımcıların finansal okuryazarlık seviyeleri artış göstermiştir. Pearson korelasyon analizi ile tüketicilerin kredi kartı tutumu ile finansal okuryazarlık seviyeleri arasındaki ilişki test edilmiştir. Sonuç olarak bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri ile kredi kartı tutumu arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Literatürde konu ile ilgili yapılan araştırmalarla karşılaştırıldığında, ortaya çıkan bu sonucun Ahmetoğulları ve Parmaksız (2017), Yücel (2017), Kandemir (2018), Karakulle ve Tan (2018), Robb ve Sharpe (2009), Ludlum vd., (2012), Robb (2011) ve Chu vd., (2017) gibi pek çok çalışma ile benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Benzer sonuçlara ulaşılsa da, araştırmacıların konuya bakış açıları farklı olabilmektedir. Şöyle ki, Robb ve Sharpe (2009), finansal okuryazarlık düzeyleri yüksek olan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri düşük olan öğrencilere kıyasla kredi kartı borç bakiyelerinin daha yüksek olduğu sonucuna varmışken, bu çalışmada kredi kartı kullanım adedi azaldıkça katılımcıların finansal okuryazarlık seviyelerinin arttığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Diğer yandan, literatürde farklı sonuca ulaşan çalışmalar da söz konusudur. Mesela, Er, Şahin ve Mutlu (2017), kredi kartı kullanan üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığını araştırdıkları çalışmalarında, bu ilişkide belirgin bir değişimin bulunmadığı sonucuna varmışlardır. Benzer şekilde, Dewi vd., (2020), de çalışmalarında, finansal bilgi ile finansal davranış arasındaki ilişkinin çok önemli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu tablo, ortaya çıkan sonuçla, benzer sonuçlara ulaşan çalışma sayısının fazla olduğunun bir göstergesidir.

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlar genel bir ifadeyle yorumlanacak olursa, araştırmaya katılan kredi kartı kullanıcılarının finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuç Doğan (2019)’ ın araştırması ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca bireylerin kredi kartı sayısına göre finansal okuryazarlık seviyelerinin farklılaştığı anlaşılmaktadır. Konuyla ilgili bundan sonraki çalışmalar için, örneklem sayısının artırılması ve farklı örneklemelere yer verilmesi daha farklı sonuçlara ulaşılmasının önünü açacaktır. Bu doğrultuda kurgulanacak çalışmaların literatüre katkısının fazla olacağı öngörüsünde bulunulabilir.

Kaynakça

- ACAR, Ö. (2009). *Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'na Göre Kart Sahibinin Korunması*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- AHMETOĞULLARI, K. ve PARMAKSIZ, H. (2017). Finansal İyilik Halinin Finansal Okuryazarlık ve Kredi Kartı Tutumuyla İlişkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(48), 317-330.
- BELEK, İ. (1999). Postkapitalist Paradigmalar, 2. Baskı, İstanbul: Sorun Yayınları, 1999, s. 244-249.
- CHENG, J., M., S., BLANKSON, C., WANG, E., and CHEN, L. (2009). Consumer Attitudes and Interactive Digital Advertising, *International Journal of Advertising*, 28:3, 501-525.
- CHU, Z., WANG, Z., XIAO, J.J. ve ZHANG, W. (2017). Financial Literacy, Portfolio Choice and Financial Well-Being. *Social Indicators Research*, 132.2, 799-820.
- ÇİÇEK, R., & DEMİRDELEN, K. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Niğde Üniversitesi Öğrencileri Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt 10, Sayı 1-2, s. 539-560.
- DELAVANDE, A., ROHWEDDER, S., WILLIS, R. J., & DE CAMPOLIDE, C. (2009). Preparation for Retirement, Financial Literacy and Cognitive Resources. *Michigan Retirement Research Center Research Paper*, No. 2008(1), 1-45.
- DEVENTER, V., M. ve KLERK, D. N. (2016). African Generation Y Students' Perceived Personal Financial Management Skills. *International Journal of Business and Management Studies*, 8(2), 1-14.
- DEWI, V., FEBRIAN, E., EFFENDI, N., and ANWAR, M. (2020). Financial Literacy among the Millennial Generation: Relationships between Knowledge, Skills, Attitude, and Behavior, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(4), 24-37. doi:10.14453/aabfj.v14i4.3
- DOĞAN, M. (2019). Türkiye Finansal Okuryazarlık Araştırması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(4), 1602-1620.
- ER, B., ŞAHİN, Y., E., & MUTLU, M. (2017). Finansal Eylem ve Finansal Okuryazarlık: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, Cilt: 54 Sayı: 630, s. 75-88.
- EVANS, D., S. (2004). The Growth and Diffusion of Credit Cards in Society. *Payment Card Economics Review*, Vol. 2, s. 59-76.
- JAPPELLI, T., & PADULA, M. (2013). Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking and Finance*, 37(8), 2779-2792. <http://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.03.019>.
- KANDEMİR, S. (2018). *Finansal Tüketicilerin Finansal Okuryazarlık Durumlarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- KARAKULLE, İ., & TAN, F. Z. (2018). Finansal Okuryazarlık ile Kredi Kartı Tutumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 69, s. 461-477.
- KHARE, A., KHARE, A., & SINGH, S. (2012). Factors Affecting Credit Card Use in India. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(2), s. 236-256.
- KILIÇ, Y., ATA A. H. & SEYREK, H. İ. (2015). Finansal Okuryazarlık: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 66, 129-150.
- KÜÇÜKASLAN, A. (2017). *Finansal Okuryazarlık: Kayseri İli Serbest Muhasebeci Ve Mali Müşavirleri Üzerine Bir Araştırma*. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- LUDLUM, M., TILKER, K., RITTER, D., COWART, T., XU, W., & SMITH, B. C. (2012). Financial Literacy and Credit Cards: A Multi Campus Survey. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 3 No. 7, s. 25-33.
- LUSARDI, A. (2008). Financial Literacy: An Essential Tool for Informed Consumer Choice. *NBER Working Paper Series, National Bureau of Economic Research*, No. 14084, s. 1-30.
- LUSARDI, A., MICHAUD, P.-C., & MITCHELL, O. (2011). Optimal financial literacy and saving for retirement. RAND Corporation. Retrieved from http://www.rand.org/pubs/working_papers/WR905.html
- MARCOLIN, S., & ABRAHAM, A. (2006). Financial literacy research: current literature and future opportunities. *University of Wollongong Research Online (3rd International Conference of Contemporary Business 2006 Leura, 21-22 September)*, s. 2-11.
- MITCHELL, T. R., & MICKEL, A. E. (1999). The Meaning of Money: An Individual-Difference Perspective. *Academy of Management Review*, 24(3), s. 568-578.
- OECD. (2006). "Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies" *Financial Market Trends*. Vol. 2005, Iss. 2(89), 1-230, doi:<https://doi.org/10.1787/fmt-v2005-art11-en>
- ÖZKAN, C. (2014). Türkiye' de Kredi Kartı Kullanıcı Profili ve Davranışı Analizi. *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Yeterlilik Tezi*. Ankara, Türkiye.

- PACFL (President' s Advisory Council on Financial Literacy) (2008) Annual Report to the President: USA. http://jumpstart.org/assets/files/Pacfl_Annual_Report_1-16-09.pdf
- PHAISUWAT, P. ve VONGURAI, R. (2017). The Factors Affecting The Attribute Attitude Towards Credit Card; The Case Study of Credit Card for Bangkokian' s Generation X And Y. *AU-GSB E-Journal*. 9(2),128-133.
- ROBB, C. A. (2011). Financial Knowledge and Credit Card Behavior of College Students. *Springer, J Fam Econ Iss*. 32, s. 690–698.
- ROBB, C. A., & SHARPE, D. L. (2009). Effect of Personal Financial Knowledge on College Students' Credit Card Behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning Volume 20, Issue 1*, s. 25-43.
- SERVON, L. J., & KAESTNER, R. (2008). Consumer Financial Literacy and The Impact of Online Banking on The Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers. *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 42, No: 2, s. 271-305.
- TSANG, M., HO, S.,C. ve LIANG, T. (2004). Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study, *International Journal of Electronic Commerce*, 8(3), 65-78.
- VIFL, Visa's International Financial Literacy. (2012). http://www.africamoneyskills.com/downloads/FL_Barometer_Final%20Apr%202012.pdf adresinden alınmıştır.
- YILMAZ, V., & ÇATALBAŞ, G. K. (2007). Kredi Kartlarına İlişkin Algının Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, s. 75-85.
- YÜCEL, S.(2017). Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlıklarının Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Etkisinin İncelenmesi: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi-Hacettepe Üniversitesi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik.