



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı

**TÜKETİCİLERİN KREDİ KARTI İLE
FAZLA HARCAMA DAVRANIŞININ
DAVRANIŞSAL EKONOMİ YAKLAŞIMI İLE ANALİZİ**

Beyhan ÖZİLHAN DÖNMEZ

Doktora Tezi

Ankara, 2023

TÜKETİCİLERİN KREDİ KARTI İLE
FAZLA HARCAMA DAVRANIŞININ
DAVRANIŞSAL EKONOMİ YAKLAŞIMI İLE ANALİZİ

Beyhan ÖZİLHAN DÖNMEZ

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İktisat Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Ankara, 2023

Sevgli babam Ahmet ÖZILHAN'ın aziz anısına

TEŞEKKÜR

Tez sürecinde, bana rehberlik eden, bilgi ve görüşlerinden yararlandığım, önerileriyle tezime katkıda bulunan değerli danışman hocam, Dr. Öğr. Üyesi Shihomi Ara AKSOY'a,

Destekleyici yaklaşımı, değerli görüşleri, yapıcı eleştiri ve önerileri ile tezime katkı veren Tez İzleme Komitesi üyesi ve bir süre danışmanlığımı yürütmüş olan değerli hocam Prof. Dr. İbrahim ÖZKAN'a,

Yapıcı yaklaşımı ile görüş ve önerilerde bulunarak tezime katkı veren Tez İzleme Komitesi üyesi değerli hocam Doç. Dr. Emin KARAGÖZOĞLU'na,

Tez savunma sınavında önerileri, yorum ve değerlendirmeleriyle kıymetli katkılar sunan değerli hocalarım Prof. Dr. Lütfi ERDEN'e ve Prof. Dr. Ayşegül DURAK BATIGÜN'e,

Tez sürecindeki destekleri, sabrı ve özellikle anket toplama sürecindeki yardımları için sevgili eşim Durmuş DÖNMEZ'e

Varlığıyla destek bulduğum sevgili kızım Bengi DÖNMEZ'e,

Anket toplama sürecinde yardımcı olan kıymetli arkadaşlarıma, meslek arkadaşlarıma ve

Anketi yanıtlayarak katkıda bulunan tüm katılımcılara,

Teşekkür ederim.

Eğitimi, özellikle kız çocuklarının eğitimini çok önemseyen ve eğitim hayatım boyunca beni gönülden destekleyen ve yüreklendiren sevgili babam Ahmet ÖZİLHAN'a ve sevgili annem Hanife ÖZİLHAN'a her daim müteşekkirim.

ÖZET

ÖZİLHAN DÖNMEZ, Beyhan. Tüketicilerin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışının Davranışsal Ekonomi Yaklaşımı ile Analizi, Doktora Tezi, Ankara, 2023.

Bu araştırma, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma davranışının psikolojik duygusal, bilişsel ve davranışsal nedenlerini anlamak amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı davranışsal ekonomi yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın örneklemini kredi kartı kullanan 19-73 yaş arası 1145 katılımcıdan oluşmaktadır. Veri Türkiye'nin en büyük iki şehri olan İstanbul ve Ankara'da katılımcılardan anket yoluyla toplanmıştır. İstatistiksel analiz yöntemi olarak yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, kredi kartı ile fazla harcama davranışının nedenlerini açıklayan kapsamlı bir model önerisinde bulunulmuştur. Araştırmanın sonuçları; tüketicilerin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesinin, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, bütçe yönetimi becerisinin ve gelir yeterliği algısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca sonuçlar, tüketicilerin risk tercihinin, kompulsif satın alma eğiliminin, sosyal statü tüketiminin, materyalist değerlerinin (mutluluk boyutu), kredi kartından etkilenme düzeyinin kredi kartı taksit tutumunun ve sahip oldukları kredi kartı sayısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermektedir. Gelir, eğitim ve yaş değişkenlerinin modeldeki ilişkiler üzerindeki etkileri kontrol edilmiştir. Analiz sonuçları teorik beklentileri desteklemiş ve ilk kez incelenen değişkenler ve ilişkiler için yeni bulgular sağlamıştır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, gelir yeterliği algısı ve kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkileri ilk kez bu çalışmada incelenmiştir. Araştırma sonucunda, tüketicilere, politika yapıcılarına ve finansal kurumlara, tüketici refahını, finansal ve ekonomik istikrarı artırıcı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler

Kredi Kartı, Fazla Harcama, Davranışsal Ekonomi

ABSTRACT

ÖZİLHAN DÖNMEZ, Beyhan. Behavioral Economics Analysis of Consumers' Overspending Behavior With Credit Card, Ph. D. Dissertation Ankara, 2023.

The purpose of this research is to understand the determinants of credit card overspending behavior of consumers which results in growing credit card indebtedness. For this purpose, consumers' overspending behavior with their credit card has been analyzed with the behavioral economics approach. For this research a survey was conducted in two biggest cities of Türkiye -İstanbul and Ankara. Sample is composed of 1145 participant between the age of 19 and 73. A comprehensive structural equation model is developed to identify psychological, cognitive, behavioral factors that affect the consumers' overspending behavior with credit card. We found that consumers' sense of mastery, considerations of future consequences, budget management skills and income adequacy perception have negative effect on credit card overspending behavior, We also demonstrated that consumers' risk preference, materialistic values (happiness dimension), compulsive buying tendency, social status consumption, credit card effect, credit card installment attitude and the number of credit card owned by the consumers have positive effect on credit card overspending behavior. These relations controlled with economic/demographic variables; income, education and age. We found support for theoretical expectations and added new findings for constructs and relationships studied for the first time. The effects of consumers' sense of mastery, income adequacy perception and credit card installment attitude on credit card spendings behavior were studied for the first time in the present study. As a result of the research, suggestions were made to consumers, policy makers and financial institutions to increase consumer welfare, financial and economic stability.

Keywords

Credit card, Overspending, Behavioral Economics

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN	iii
ADAMA	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR DİZİNİ	xiv
TABLolar DİZİNİ	xv
GRAFİKLER DİZİNİ	xix
ŞEKİLLER DİZİNİ	xx
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: LİTERATÜR İNCELEMESİ	9
1.1. ARAŞTIRMANIN TEORİK ÇERÇEVESİ	9
1.2. TÜKETİCİLERİN KREDİ KARTI KULLANIMI İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	12
1.3. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİNİN LİTERATÜR İNCELEMESİ	14
1.3.1. Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı	15
1.3.2. Eylemlerinin Gelecekteki/Anlık Sonuçlarını Önemseme	15
1.3.3. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu	19
1.3.4. Risk Tercihi	23
1.3.5. Materyalizm	26
1.3.6. Bütçe Yönetimi Becerisi	31
1.3.7. Kompulsif Satın Alma Eğilimi	35
1.3.8. Kredi Kartı Etkisi	40

1.3.9. Sosyal Statü (Statü, Gösteriş, İmaj) Tüketimi	43
1.3.10. Hazcı (Hedonik) Alışveriş	46
1.3.11. Gelir Yeterliği Değerlendirmesi/Algısı	49
1.3.12. Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu	52
1.3.13. Kredi Kartı Sayısı	55
1.3.14. Kontrol Değişkenleri: Gelir, Eğitim ve Yaş	56
1.3.15. Dürtüsel Satın Alma Eğilimi	59
1.3.16. Benlik Saygısı	61
1.3.17. Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim	64
2. BÖLÜM: YÖNTEM	66
2.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM	66
2.2. TANIMSAL İSTATİSTİKLER	69
2.3. DEĞİŞKENLERİN ÖLÇÜM YÖNTEMİ	73
2.3.1. Ekonomik/Demografik Değişkenleri Ölçmekte Kullanılan Sorular	73
2.3.2. Örtük Değişkenleri Ölçmekte Kullanılan Ölçekler ve Sorular	73
2.3.2.1. Kredi Kartı ile Fazla Harcama Ölçeği	75
2.3.2.2. Yaşam Üzerinde Hakimiyet Duygusu Ölçeği	77
2.3.2.3. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Ölçeği	78
2.3.2.4. Risk Tercihi	81
2.3.2.5. Materyal Değerler Ölçeği	83
2.3.2.6. Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçeği	85
2.3.2.7. Kompulsif Satın Alma Ölçeği	87
2.3.2.8. Sosyal Statü Tüketimi; Statü, Gösteriş, İmaj Tüketimi Ölçeği	89
2.3.2.9. Hazcı Alışveriş Ölçeği	91
2.3.2.10. Kredi Kartı Etkisi Ölçeği	93
2.3.2.11. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Ölçeği	94
2.3.2.12. Gelir Yeterliği Değerlendirmesi	96
2.3.2.13. Sahip Olan Kredi Kartı Sayısı	97
2.3.2.14. Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçeği	98

2.3.2.15. Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği	99
2.3.2.16. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği	101
2.4. ANALİZ YÖNTEMİ	103
2.4.1. Ölçüm Modeli	104
2.4.2. Yapısal Model	105
2.4.3. Yapısal Eşitlik Modellemesinin Tercih Edilme Nedenleri	105
2.4.4. Yapısal Eşitlik Modellemesinde Değişkenler	107
2.4.5. İstatistiksel Analiz Süreci	108
3. BÖLÜM: ANALİZ	110
3.1. VERİNİN GÖZDEN GEÇİRİLMESİ, KAYIP VERİNİN TAMAMLANMASI VE VERİ DAĞILIMININ NORMALLİĞİ	110
3.1.1. Kayıp Veri Analizi	110
3.1.2. Kayıp Veri Tamamlama	111
3.1.3. Veri Dağılımının Normalliği	112
3.2. ÖLÇEK BAZINDA DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ	118
3.3. KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ (EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS)	118
3.4. YAPISAL EŞİTLİK MODELLEMESİ ÖLÇÜM MODELİ/ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ (CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS-CFA)	123
3.4.1. Model Uyumunun Değerlendirilmesinde Kullanılan Uyum İndeksleri	124
3.4.2. Yapı Geçerliği	126
3.4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Süreci	126
3.4.4. Ölçüm Modelinin Bütünsel Uyumunu	127
3.4.5. Ölçüm Modelinin Yapı Geçerliği	132
3.4.5.1. Uyum Geçerliği (Convergent Validity: Yakınsak Geçerlik)	132
3.4.5.2. Güvenilirlik (Reliability)	139
3.4.5.3. Ayırt Edici Geçerlilik (Discriminant Validity)	140
3.4.5.4. Görünüş Geçerliliği (Face Validity)	140
3.4.5.5. Nomolojik Geçerlilik	141
3.4.6. Ortak Yöntem Yanılgısı (Common Method Bias)	142

3.5. YAPISAL MODEL	143
3.5.1. Uç Değerler, Cook Mesafesi Analizi (Outliers and Influentials, Cook's Distance Analysis)	143
3.5.2. Çoklu Doğrusal Bağlantı (Multicollinearity)	144
3.5.3. Yapısal Model Yol Analizi	146
3.5.3.1. Yapısal Model I	147
3.5.3.2. Hipotez Testleri	155
3.5.3.3. Yapısal Model II	173
4. BÖLÜM: BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	185
4.1. EYLEMLERİNİN GELECEKTEKİ SONUÇLARINI ÖNEMSEME EĞİLİMİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	185
4.1.1. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	185
4.1.2. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin Bütçe Yönetimi Becerisi Üzerindeki Etkisi	186
4.1.3. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin Kompulsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi	187
4.1.4. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin, Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi	188
4.1.5. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin, Tasarruf Becerisi Üzerindeki Etkisi	188
4.1.6. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğilimi Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	189
4.2. YAŞAM ÜZERİNDE HÂKİMİYET DUYGUSUNUN (SENSE OF MASTERY) KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	190
4.2.1. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	190
4.2.2. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Materyalizm Üzerindeki Etkisi	192
4.2.3. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Kompulsif Satın Alma Eğilimi	193
4.2.4. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi	195

4.2.5. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	195
4.3. RİSK TERCİHİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	197
4.3.1. Risk Tercihinin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	197
4.3.2. Risk Tercihinin Bütçe Yönetimi Becerisi Üzerindeki Etkisi	198
4.3.3. Risk tercihinin Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Üzerindeki Etkisi	198
4.3.4. Risk Tercihinin Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Üzerindeki Etkisi	199
4.3.5. Risk Tercihinin Kompulsif Satın Alma Eğilimi, Statü Tüketimi ve Tasarruf Üzerindeki Etkisi	200
4.3.6. Risk Tercihi Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	200
4.4. MATERYALİZMİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	201
4.4.1. Materyalizmin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	201
4.4.2. Materyalizmin Kompulsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi	203
4.4.3. Materyalizmin Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi	205
4.4.4. Materyalizmin Bütçe Yönetimi Becerisi Üzerindeki Etkisi	207
4.4.5. Materyalizmin Gelir Yeterliği Algısı Üzerindeki Etkisi	208
4.4.6. Materyalizmin Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi	209
4.4.7. Materyalizmin Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Üzerindeki Etkisi	210
4.4.8. Materyalizmin Tüketicinin Sahip Olduğu Kredi Kartı Sayısı Üzerindeki Etkisi	211
4.4.9. Materyalizm Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	201

4.5. BÜTÇE YÖNETİMİ BECERİSİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞ VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	213
4.5.1. Bütçe Yönetimi Becerisinin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	213
4.5.2. Bütçe Yönetimi Becerisinin Kompulsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi	215
4.5.3. Bütçe Yönetimi Becerisinin Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi	215
4.5.4. Bütçe Yönetimi Becerisinin Gelir Yeterliği Algısı Üzerindeki Etkisi	216
4.5.5. Bütçe Yönetimi Becerisinin Tüketicinin Sahip olduğu Kredi Kartı Sayısı Üzerindeki Etkisi	217
4.5.6. Bütçe Yönetimi Becerisi Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	217
4.6. KOMPÜLSİF SATIN ALMA EĞİLİMİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	220
4.2.1. Kompulsif Satın Alma Eğiliminin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	220
4.6.2. Kompulsif Satın Alma Eğiliminin Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi	221
4.6.3. Kompulsif Satın Alma Eğilimi Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	222
4.7. SOSYAL STATÜ TÜKETİMİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	224
4.7.1. Statü Tüketiminin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	224
4.7.2. Statü Tüketiminin Kompulsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi	225
4.7.3. Statü Tüketiminin Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi	226
4.7.4. Statü Tüketimi Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneri ve Sınırlılıklar	220

4.8. GELİR YETERLİĞİ ALGISININ KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	227
4.8.1. Gelir Yeterliği Algısının Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	227
4.8.2. Gelir Yeterliği Algısı Değişkeniyle İlgili Katkı Öneri ve Sınırlılıklar	228
4.9. KREDİ KARTI İLE TAKSİTLİ ÖDEME TUTUMUNUN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	229
4.9.1. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	229
4.9.2. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi	230
4.9.3. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Komplüsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi	231
4.9.4. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi	231
4.9.5. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	232
4.10. TÜKETİCİNİN SAHİP OLDUĞU KREDİ KARTI SAYISININ KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	232
4.10.1. Tüketicinin Sahip Olduğu Kredi Kartı Sayısının Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	232
4.10.2. Kredi Kartı Sayısı Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	233
4.11. KREDİ KARTI ETKİSİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	234
4.11.1. Kredi Kartı Etkisinin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi	234
4.11.2. Kredi Kartı Etkisi Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar	235
4.12. KONTROL DEĞİŞKENLERİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	236
4.12.1. Gelir	237
4.12.2. Eğitim	239
4.12.3. Yaş	240

4.13. DIŞSAL DEĐIŐKENLER ARASI KORELASYONLAR	244
SONUÇ	246
1. ARAŞTIRMANIN KATKILARI	246
2. DÜZENLEYİCİ OTORİTE VE FİNANSAL KURUMLARA ÖNERİLER.....	253
3. FİNANSAL BİLGİLENDİRME VE EĞİTİM İÇİN ÖNERİLER	254
4. TÜKETİCİLERE ÖNERİLER	255
5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE GELECEKTEKİ ARAŞTIRMALAR İÇİN ÖNERİLER	258
KAYNAKÇA	260

EKLER

Ek 1:	Model Uyumunun Değerlendirilmesinde Kullanılan Uyum İndeksleri	276
Ek 2:	Ölçek Bazında Doğrulamalı Faktör Analizi	279
Ek 3:	Kayıp Veri İstatistikleri (1-4)	320-323
Ek 4:	Tanımsal İstatistikler ve Verinin Normallik Dağılımı (1-4)	324-327
Ek 5:	Keşfedici Faktör Analizi KMO ve Bartlett Testi ve Özdeğer (Eigenvalue) Eğim Grafiği	328
Ek 6:	Keşfedici Faktör Analizi Komünalite Tablosu	329
Ek 7:	Keşfedici Faktör Analizi Açıklanan Toplam Varyans Tablosu	330
Ek 8:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli-Doğrulamalı Faktör Analizi Görsel Tanımlama	331
Ek 9:	Ölçüm Modeli Doğrulamalı Faktör Analizi Standartlaştırılmış Kalıntı Kovaryansları Matrisi	332
Ek 10:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II- Doğrulamalı Faktör Analizi Ortak Metot Yanılgısı Testi Görsel Tanımlama	333
Ek 11:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ortak Örtük Faktör İçeren Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri ve Geçerlik Ölçümleri	334
Ek 12:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Ortak Yöntem Yanılgısı Testi	335
Ek 13:	Yapısal Model I Yol Analizi Modifikasyon İndeksleri ve Standartlaştırılmış Kalıntı Kovaryansları Matrisi	336
Ek 14:	Yapısal Model II Yol Analizi Modifikasyon İndeksleri ve Standartlaştırılmış Kalıntı Kovaryansları Matrisi	337
Ek 15:	Yapısal Model I Aracılık Etkileri Tahminleri ve İstatistiksel Anlamlılık Düzeyleri (1)	338-340
Ek 16:	Gönüllü Katılım Formu	341
Ek 17:	Anket Formu (1-8)	342-349
Ek 18:	Orijinallik Raporu (Türkçe-İngilizce)	350-351
Ek 19:	Etik Komisyon İzni	352

KISALTMALAR

BENS: Benlik Saygısı

BÜTY: Bütçe Yönetimi Becerisi

DÜRS: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi

EGSÖ: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Eğilimi

GELY: Gelir Yeterliği Algısı

HAZA: Hazcı Alışveriş

KKET: Kredi Kartı Etkisi

KKFH: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı

KKS: Kredi Kartı Sayısı

KKTT: Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu

KOMS: Kompülsif Satın Alma Eğilimi

MATM: Materyalizm-Mutluluk Boyutu

RSKT: Risk Tercihi

SOST: Sosyal Statü Tüketimi / Statü Tüketimi

TASB: Tasarruf Becerisi

YÜHD: Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu

TABLOLAR

Tablo 1:	Türkiye’de Kullanılan Kredi Kartı Sayısı	66
Tablo 2:	Örneklem Büyüklüğü Hesaplama	68
Tablo 3:	Yaş ve Eğitim Süresi İstatistikleri	69
Tablo 4:	Aylık Kişisel Gelir	71
Tablo 5:	İstihdam Durumu	72
Tablo 6:	Çarpıklık, Basıklık Değeri Mutlak Değer Olarak +,-2'yi Aşan Değişkenler	114
Tablo 7:	Basıklık Değeri 7'yi Aştığı için Analiz Dışında Bırakılan Değişkenler....	117
Tablo 8:	Örüntü Matrisi	122
Tablo 9:	Faktör Korelasyon Matrisi	123
Tablo 10:	Model Uyum İndeksleri Eşik Değerleri	125
Tablo 11:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	128
Tablo 12:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I Gerçeklik Ölçümleri	129
Tablo 13:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	130
Tablo 14:	Ölçüm Modeli II Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri) I – V	133-137
Tablo 15:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Geçerlik Ölçümleri	139
Tablo 16:	Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi	145
Tablo 17:	Yapısal Model I Uyum İstatistikleri	148
Tablo 18:	Yapısal Model I R ² Tahminleri (Squared Multiple Correlations)	149
Tablo 19:	Yapısal Model I Standartlaştırılmış Doğrudan Etkiler (β)	149
Tablo 20:	Yapısal Model I Doğrudan Etkiler (β) p-değerleri	152
Tablo 21:	Yapısal Model I Standartlaştırılmış Toplam Etkiler	152

Tablo 22:	Yapısal Model I Standartlaştırılmış Toplam Etkiler p-değerleri	152
Tablo 23:	Yapısal Model I Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler	153
Tablo 24:	Yapısal Model I Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler p-değerleri	153
Tablo 25:	Hipotez Testleri I – XIII	156-168
Tablo 26:	Test Edilemeyen Hipotezler I – IV	170-173
Tablo 27:	Model II Uyum İstatistikleri (Model I ile Karşılaştırmalı)	176
Tablo 28:	Model II R ² Tahminleri ve Model I R ² Tahminleri ile Karşılaştırma	177
Tablo 29:	Yapısal Model II Standartlaştırılmış Doğrudan Etkiler	177
Tablo 30:	Yapısal Model II Standartlaştırılmış Doğrudan Etkiler p-değerleri	178
Tablo 31:	Yapısal Model II Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler	179
Tablo 32:	Yapısal Model II Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler p-değerleri	179
Tablo 33:	Yapısal Model II Standartlaştırılmış Toplam Etkiler	180
Tablo 34:	Yapısal Model II Standartlaştırılmış Toplam Etkiler p-değerleri	180
Tablo 35:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışını Tahmin Eden Değişkenler	183
Tablo 36:	Model Dışında Bırakılan Değişkenler (Özet Tablo)	184
Tablo 37:	Model Uyum İstatistikleri Eşik Değerleri	278
Tablo 38:	Uyum İstatistikleri Eşik Değerleri	280
Tablo 39:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	281
Tablo 40:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	282
Tablo 41:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	283
Tablo 42:	Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	284
Tablo 43:	Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	285

Tablo 44:	Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	286
Tablo 45:	Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene (CFC) Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri	286
Tablo 46:	Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene (Cfcf) Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri	288
Tablo 47:	Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene (Cfcf) Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	289
Tablo 48:	Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemsene (Cfci) Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri	289
Tablo 49:	Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemsene (Cfci) Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	290
Tablo 50:	Materyalizm Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	292
Tablo 51:	Materyalizm Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	292
Tablo 52:	Materyalizm Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	294
Tablo 53:	Kompülsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	295
Tablo 54:	Kompülsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	296
Tablo 55:	Kompülsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	297
Tablo 56:	Sosyal Statü Tüketimi Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	297
Tablo 57:	Sosyal Statü Tüketimi Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	299
Tablo 58:	Sosyal Statü Tüketimi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	299
Tablo 59:	Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	300
Tablo 60:	Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	301
Tablo 61:	Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	302
Tablo 62:	Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	303
Tablo 63:	Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	304
Tablo 64:	Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli III Uyum İstatistikleri	305

Tablo 65:	Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli III Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	306
Tablo 66:	Tasarruf Becerisi Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	307
Tablo 67:	Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli Uyum I İstatistikleri	307
Tablo 68:	Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli Uyum II İstatistikleri	308
Tablo 69:	Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	309
Tablo 70:	Kredi Kartı İle Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	310
Tablo 71:	Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	311
Tablo 72:	Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	312
Tablo 73:	Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	313
Tablo 74:	Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	314
Tablo 75:	Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	315
Tablo 76:	Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	316
Tablo 77:	Benlik Saygısı Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri	317
Tablo 78:	Benlik Saygısı Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri	318
Tablo 79:	Benlik Saygısı Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)	319

GRAFİKLER

Grafik 1:	Yaş	70
Grafik 2:	Eğitim Süresi	70
Grafik 3:	Aylık Kişisel Gelir	71
Grafik 4:	İstihdam Durumu	72
Grafik 5:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Ölçeği Katılımcı Yanıtları	76
Grafik 6:	Yaşam Olayları Üzerinde Kontrol Duygusu Ölçeği Katılımcı Yanıtları ..	78
Grafik 7:	Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Düşünme Ölçeği Katılımcı Yanıtları	81
Grafik 8:	Risk Tercihi Katılımcı Yanıtlar	83
Grafik 9:	Materyal Değerler Ölçeği Katılımcı Yanıtları	85
Grafik 10:	Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçeği Katılımcı Yanıtları	87
Grafik 11:	Kompulsif Satın Alma Ölçeği Katılımcı Yanıtları	89
Grafik 12:	Sosyal (Statü, Gösteriş, İmaj) Tüketim Ölçeği Katılımcı Yanıtları	91
Grafik 13:	Hazcı Alışveriş Ölçeği Katılımcı Yanıtları	93
Grafik 14:	Kredi Kartı Etkisi Ölçeği Katılımcı Yanıtları	94
Grafik 15:	Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Ölçeği Katılımcı Yanıtları	96
Grafik 16:	Gelir Yeterliliği Değerlendirmesi Katılımcı Yanıtları	97
Grafik 17:	Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Katılımcı Yanıtları	97
Grafik 18:	Ailede Finansal Sosyalleşme/Öğrenme Ölçeği Katılımcı Yanıtları	99
Grafik 19:	Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği Katılımcı Yanıtları	101
Grafik 20:	Benlik Saygısı Ölçeği Katılımcı Yanıtları	103
Grafik 21:	Kayıp Veri Özeti	111
Grafik 22:	Cook Mesafesi Analizi	144

ŞEKİLLER

Şekil 1:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Yapısal Eşitlik Modellemesi Ölçüm Modeli II	131
Şekil 2:	Yapısal Model I	147
Şekil 3:	Yapısal Model II	175
Şekil 4:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I	281
Şekil 5:	Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II	282
Şekil 6:	Yaşam Üzerinde Hakimiyet Duygusu Ölçüm Modeli I	284
Şekil 7:	Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli II	285
Şekil 8:	Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Ölçüm Modeli	287
Şekil 9:	Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene (Cfcf) Ölçüm Modeli	288
Şekil 10:	Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemsene (Cfci) Ölçüm Modeli	290
Şekil 11:	Materyalizm (Materyal Değerler) Ölçüm Modeli I	291
Şekil 12:	Materyalizm (Materyal Değerler) Ölçüm Modeli II	293
Şekil 13:	Kompulsif Satın Alma Davranışı Ölçüm Modeli I	295
Şekil 14:	Kompulsif Satın Alma Davranışı Ölçüm Modeli II.....	296
Şekil 15:	Sosyal Tüketim, Statü, Gösteriş, İmaj Tüketimi Ölçüm Modeli I	298
Şekil 16:	Sosyal Statü Tüketimi Ölçüm Modeli II	298
Şekil 17:	Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli I	300
Şekil 18:	Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli II	301
Şekil 19:	Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçüm Modeli I	303
Şekil 20:	Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli II	304
Şekil 21:	Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli III	305
Şekil 22:	Tasarruf Becerisi Ölçüm Modeli	306
Şekil 23:	Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli I	308

Şekil 24:	Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli II	309
Şekil 25:	Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli I	310
Şekil 26:	Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli II	311
Şekil 27:	Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli I	312
Şekil 28:	Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II	313
Şekil 29:	Ailede Finansal Eğitim Ölçüm Modeli I	315
Şekil 30:	Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçüm Modeli II	316
Şekil 31:	Benlik Saygısı Ölçüm Modeli I	317
Şekil 32:	Benlik Saygısı Ölçüm Modeli II	318

GİRİŞ

Bu araştırma, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma davranışının psikolojik, duygusal, bilişsel ve davranışsal nedenlerini anlamak amacı ile yapılmaktadır. Bu amaçla, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı davranışsal ekonomi yaklaşımı ile ele alınarak, kapsamlı bir şekilde analiz edilmektedir. Araştırma bulgularının, tüketicilerin refahı, finansal sistemin ve ekonominin istikrarı için alınabilecek önlemleri belirlemeye katkıda bulunması ve tüketicilerin farkındalıklarını artırarak daha sağlıklı kararlar alabilmelerine yardımcı olması umulmaktadır.

Ödemelerde nakit yerine kredi kartı kullanımının tüketiciler, finansal kurumlar, perakendeciler ve bir bütün olarak ekonomi için birçok yararı bulunmaktadır. Kredi kartlarının ekonomi için başlıca yararları ödemelerde işlem maliyetlerini düşürmesi ve ekonomiyi kayıt altına alarak vergi kaçışını önlemesidir. Kredi kartları, perakendecilerin satış imkânlarını artırır ve kredili satışlarda alacaklarını tahsil edememe riskini ortadan kaldırır. Kredi kartları finansal kurumlar açısından karlı bir üründür. Kredi kartlarının tüketiciler için yararları ise, ödeme kolaylığı, nakit taşımanın risklerini ve nakit kısıtını ortadan kaldırma, finansmana erişim kolaylığı, taksit uygulamalarında ödemeleri faizsiz olarak vadeye yayma imkânı ve ayrıca indirimler, ekstra puanlar, birtakım ek hizmetler gibi avantajlar sağlamasıdır. Ancak, kredi kartları henüz kazanılmamış geliri harcamayı mümkün kıldığından, tüketicilerin satın alma gücü ile uyumsuz kullanıldığında, bireysel ve finansal sistemle ilgili sorunlara yol açabilecek bir potansiyele de sahiptir.

Kredi kartı sahipliği, kredi kartı ile harcama ve kredi kartı borçluluğu son 30-40 yılda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hızlı bir artış göstermiştir. 1990'dan itibaren Türkiye'de de kredi kartı sahipliği ve tüketici harcamalarında kredi kartı kullanımı hızla artmıştır. Kredi kartları finansal kurumlar için oldukça karlı bir ürün olduğundan bankaların uyguladıkları agresif reklam ve pazarlama politikaları kredi kartlarının yaygınlaşmasında etkili olmuştur. 2002 sonrasında ekonomik konjonktür ve uluslararası piyasalardaki para bolluğu bankaların tüketici kredilerine aktardıkları kaynakları desteklemiştir. Bu gelişme ile birlikte, Türkiye'de bankacılık sektörünün kredi kartı alacakları 2002-2017 yılları arasında dolar bazında yaklaşık dokuz kat artmıştır. 2017 yıl sonu itibarıyla Türkiye'de piyasadaki kredi kartı sayısı 63 milyona, 2022 yıl sonunda yaklaşık 99,5 milyona ulaşmıştır.

Tüketicilerin harcama ve borçlanmaları, kredi kartları ile krediye erişim kolaylaştıkça artmaktadır. Tüketicilerin bir kısmı satın alma güçlerini aşan harcamalarının süreklilik arz etmesi nedeniyle, kredi kartı ödemelerinde sıkıntı yaşamaktadırlar. Geçtiğimiz yıllarda kredi kartı borçlularının temerrüde düşme oranı diğer tüketici kredilerini kullanan tüketicilerin temerrüde düşme oranından çok daha yüksek seyretmiştir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu verilerine göre 2002-2021 yılları arasında kredi kartlarında temerrüt oranları diğer tüketici kredilerinin temerrüt oranlarının 1,2 ile 11,2 katı arasında değişmektedir. Tüketicilerin finansman ihtiyaçlarını diğer tüketici kredileri ile finanse etmeleri mümkünken, birçok kredi kartı kullanıcısı harcamalarını kredi kartları ile finanse etmiş ve geciken kart ödemeleri için diğer tüketici kredilerine kıyasla daha yüksek oranlı faiz ödemişlerdir. Gecikmeli ödedikleri kredi kartı borçları için uygulanan yüksek faiz oranları bu tüketicileri kredi kartı harcamaları konusunda daha tedbirli davranmaya yöneltmemiştir. Aksine yüksek faiz oranları sorunlu kredi kartı kullanıcılarının borç birikimini hızlandırmıştır. Angeletos ve arkadaşlarının (2001) ifade ettiği gibi “kredi kartı borçlanmasının maliyeti ve miktarının geleneksel ekonomik modellerde açıklanması zordur ve kredi kartlarının kullanımını çevreleyen ve geleneksel rasyonel aktör modelini sorgulayan çeşitli açmazlar vardır” (s. 47).

Tüketicilerin gelirlerini aşan harcamalarının finansmanında kredi kartlarının kullanılması ve bunun süreklilik arz etmesi, ödeme gücünün üzerinde borç birikimine yol açmaktadır. Bu durum, tüketicilerin refahını ve yaşam kalitesini bozan finansal strese, psikolojik ve fiziksel sağlık sorunlarına, ailevi ve sosyal sorunlara, beklenmedik yaşam olayları için ihtiyati tasarrufta bulunamamaya, gelirin düştüğü ve sağlık sorunlarının arttığı yaşlılık döneminde yetersiz birikime ve bireysel iflaslara neden olmaktadır.

Ödenemeyen kredi kartı borçları ekonominin kötü dönemlerinde finansal sistem için de risk yaratmaktadır. Finansal kurumlar kredi kartları ile müşterilerine tahsis edilen limitlerde teminatsız kredi sağlarlar. Ödeme gücüne kıyasla yüksek tutarlarda kredi kartı borcuna sahip tüketici sayısının artması, Amerika Birleşik Devletlerinde yaşanan 2008 mali krizinde görüldüğü gibi, iş ve gelir kayıplarının söz konusu olduğu ekonomik koşullarda finansal sistemin riskini artırmaktadır (Ming vd., 2021). Finansal sistemde yaşanan sıkıntıların maliyeti yaşanan ekonomik krizlerde görüldüğü üzere vergi mükelleflerine yani tüm

vatandaşlara yüklenmektedir. Diğer taraftan, gelire göre tüketici harcamalarının daha fazla artması ülke ekonomisinde tasarruf oranını düşürmektedir.

Bu araştırmada, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı davranışsal ekonomi yaklaşımı ile analiz edilmektedir. Davranışsal ekonomi, insan davranışını açıklamak için bireylerin kararlarını etkileyen psikolojik ve duygusal zayıflıkları, bilişsel yanılğı ve sınırlılıkları dikkate alan analitik bir çerçeve sunar.

Çoğu klasik ekonomi teorisi, insanların bir ekonomik faaliyette bulunurken rasyonel davrandıklarını varsayar. Ekonomide rasyonel davranış varsayımı, bireylerin mevcut seçeneklerde kendilerine en optimum fayda sağlayan eylemleri yapmayı tercih edeceğini ima eder. Rasyonel seçim teorisine göre, insanlar akılcı davranır ve duygusal faktörlerden etkilenmezler (Hayes, 2020). Davranışsal ekonomi ise, insanların psikolojik ve duygusal faktörlerden etkilendiğini, iradelerinin ve bilgiyi işleme kapasitelerinin sınırlı olduğunu, sistematik yanılığının bulunduğunu ve benzeri nedenlerle her zaman rasyonel davranmadıklarını kabul eder.

Davranışsal ekonomi, insanların "irrasyonel" olduklarını değil, geleneksel ekonomik analizin "rasyonel seçim" teorisinden sistematik ve tahmin edilebilir şekilde farklı davranabileceklerini ileri sürer. Hanson ve Kysar'a (t.y.) göre insanlar irrasyonel oldukları için değil, sistematik yanılığarı ve zihinsel kısa yollar kullanmaları nedeniyle, rasyonellikleri "sınırlı" olduğu için istemeden, gelecekteki faydalarını maksimize etmekte başarısız olabilirler. Rasyonalitenin sınırlı olması, özellikle tüketici borçlanması gibi çok sayıda karmaşık değişkeni ve belirli bir seçimin, öngörülemeyen sonuçlarını içeren davranışları etkiler (Korobkin ve Ulen, 2000, aktaran Kilborn, 2005, s.17).

Kilborn'a (2005) göre sınırlı irade ve abartılı iskontonun (hyperbolic discounting) etkileri tüketici kredilerinde ve özellikle kredi kartları gibi devreden kredilerde belirgindir. Tüketici kredileri, aslında tüketicilerin hazzı ertelemektense, bugünkü tüketime eğilim gösterme duyarlılığını artırır. Bir şeye beklemeden borçlanarak sahip olmanın bugünkü faydasına, o şeye borçlanmadan bedelini biriktirerek sahip olmanın gelecekteki faydasından daha fazla

değer biçilmesinin tüketici davranışı üzerindeki etkisini abartılı ıskonto¹ ve sınırlı irade kısmen açıklar. Abartılı ıskonto tüketicilerin "şimdi satın almanın" faydalarını abartırken "sonra ödemenin" maliyetlerini hafife almalarına neden olur. Bugünkü faydaların olduğundan yüksek gelecekteki maliyetlerin ise olduğundan düşük algılanması tüketicinin karar verme sürecini çarpıtır. Anında tatmin dürtüsü insan doğasında bulunan ve farklı düzeylerde olsa da tüm tüketicileri etkileyen köklü bir psikolojik yapıdır (s.22). Abartılı ıskonto; dürtüsellik, anında tatmin arayışı, uzun vadeli düşünememe, öz-denetimsizlik, riskten kaçınma gibi psikolojik, bilişsel ve davranışsal yapılarla ilişkilendirilmektedir. Kredinin, kredi kartlarıyla hızlı ve kolay erişilebilir olması bu ve benzeri yanılgıları tüketici davranışında somutlaştırarak tüketici refahını olumsuz etkilemektedir.

Ekonomik, demografik değişkenlerin yanı sıra psikolojik, bilişsel, davranışsal değişkenlerin kredi kartı ile harcama ve borçlanma davranışı üzerindeki etkilerini araştıran çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin, Joireman ve arkadaşları (2010) 249 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem kullanarak kompulsif satın alma ve eylemlerinin anlık sonuçlarını önemseme ile kredi kartı borcu arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Kredi kartı etkisini, kredi kartı kullanmanın harcamaları artırıcı psikolojik etkisini, araştıran çok sayıda çalışma yapılmıştır (örneğin; Banker vd., 2021; Feinberg, 1986; Hafalir ve Loewenstein, 2011; Hirshman, 1992; Prelec ve Simester, 2001; Soman, 2001, 2003; Dunfield & Prelec, 2017). Pinto ve arkadaşları (2004) üniversite yaş grubundan katılımcılarla yaptıkları çalışmada benlik saygısı, kontrol odağı ve kredi tutumu ile kredi kartının uygun kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Meier ve Sprenger (2010) 606 katılımcıdan oluşan örneklem ile zaman tercihi ile kredi kartı borcu arasındaki ilişkiyi, harcanabilir gelir ve sosyo demografik değişkenlerle kontrol ederek araştırmışlardır. Limerick ve Peltier (2014) 322 öğrenciden oluşan örneklem ile kontrol odağı, materyalist statü arayışı, dürtüsellik, finansal kaygı, borç yönetimi ile kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiyi yaş ve cinsiyet ile kontrol ederek incelemişlerdir. Pirog ve Roberts (2007) 254 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem ile materyalizm, dürtüsellik, dört temel kişilik özelliği ve kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Wang ve Xiao (2009) 311 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem ile yaptıkları araştırmada kompulsif satın alma, dürtüsel satın alma,

¹Abartılı ıskonto insanların daha sonra elde edilecek daha büyük faydalar yerine, daha erken elde edilecek daha küçük faydaları tercih etme eğilimi gösterdiği bilişsel bir yanılgıdır. Seçeneklerin görelî değeri karar veren kişinin bu seçeneklerden zamansal olarak ne kadar uzakta olduğuna göre değişmektedir. Bireyler gelecekte yapmamayı tercih edeceklerini bildirdikleri seçimleri bugün tercih edebildikleri için tutarsızdırlar.

sosyal destek, bütçe kısıtı, ebeveyn geliri ve cinsiyet'in kredi kartı bakiyesi üzerindeki etkilerini incelemiştir. Sotiropoulos ve D'Astous (2013) ise, 225 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem ile yaptıkları araştırmada gençlerin kredi kartı ile fazla harcama eğilimini, tutum, öz yeterlilik ve sosyal normların bir fonksiyonu olarak incelemiştir.

Şimdiye kadar yapılan araştırmalar kredi kartı ile harcama ve borçlanma davranışının, belirli yönlerine odaklanarak, nedenlerine ilişkin kısmi açıklamalar sağlamışlardır. Bu araştırma ise, çok sayıda değişken içeren geniş kapsamlı bir çalışmadır. Çok sayıda değişkeni birlikte analiz etmek, önceki araştırmalarda birlikte incelenmemiş olan değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır. Araştırmaya literatür taraması ile belirlenen 20 değişken ile başlanmıştır. Bu değişkenler şunlardır; kredi kartı ile fazla harcama davranışı, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, risk tercihi, materyalizm, sosyal statü tüketimi, kompülsif satın alma eğilimi, bütçe yönetimi becerisi, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu, harcamalarda kredi kartı etkisi, gelir yeterliği algısı, sahip olunan kredi kartı sayısı, tasarruf becerisi, dürtüsel satın alma eğilimi, hazcı alış veriş, benlik saygısı, ailede finansal sosyalleşme/öğrenme. Ekonomik, demografik değişkenler; yaş, gelir ve eğitim kontrol değişkenleri olarak kullanılmıştır. Araştırma, istatistiksel analiz sürecinde geçerlik güvenirliği sağlanarak, yapısal eşitlik modeline dahil edilebilen 16 değişken ile tamamlanmıştır.

Kredi kartı kullanımı ile ilgili araştırmaların çoğunluğunda kullanılan örneklem nüfusun genelini yansıtmayan üniversite öğrencilerden oluşmaktadır. Bu araştırmada kullanılan örneklem her yaş grubundan katılımcı içermektedir. Katılımcı sayısı benzer çalışmalara kıyasla daha yüksektir. Bu araştırmanın örneklemini kredi kartı harcama ve geri ödeme kararlarını kendileri veren 19-73 yaş arası 1145 katılımcıdan oluşmaktadır. Veri, Türkiye'nin en büyük illeri olan İstanbul ve Ankara'da yaşayan katılımcılardan anket yoluyla 2017 yılında toplanmıştır. Ankette demografik, ekonomik sorular ve örtük değişkenleri ölçmek amacıyla kullanılan ölçekler içerilmiştir.

Araştırma sonuçlarının, kredi kartı ile fazla harcama davranışına neden olan psikolojik, duygusal, bilişsel ve davranışsal zayıflıklar ve yanılgıları ortaya koyarak, bunlar hakkında tüketicilerin farkındalığını artırması, tüketicilerin refahını, finansal sistemin ve ekonominin istikrarını güçlendirmeye yönelik politika önerilerine katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Analiz yöntemi olarak, örtük değişkenlerin ölçüm hatalarını hesaba katan ve değişkenler arasında tanımlanan tüm ilişkilerin eş anlî tahmin edilmesine imkân sağlayan Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılmıştır.

İstatistiksel analiz dört aşamada gerçekleştirilmiştir:

- Öncelikle ölçeklerden elde edilen veri ile örtük değişkenlerin ölçüm modelleri bireysel olarak, doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiş, geçerlik güvenilirlikleri araştırılmıştır.
- İkinci aşamada, değişkenler arasında ayırt edici geçerliğin sağlanması için, örtük değişkenleri ölçen ve bireysel ölçüm modellerinde geçerlik güvenilirliği belirlenen gösterge değişkenlerin tümü ile keşfedici faktör analizi yapılmıştır.
- Üçüncü aşamada, ayırt edici geçerliğin sağlayan örtük değişkenleri ölçen gösterge değişkenlerin tümü ile yapısal eşitlik ölçüm modeli test edilmiştir.
- Sonuncu aşamada ise, hipotezler doğrultusunda tanımlanan değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkileri yapısal model yol analizi ile test edilmiştir.

Araştırma sonucunda, tüketicilerin kredi kartıyla fazla harcama davranışının nedenlerini açıklayan kapsamlı bir model önerilmiştir. Bu model ile tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma davranışını etkileyen değişkenlerin kendi aralarındaki ilişkileri ile sonuç değişkeni üzerindeki doğrudan, dolaylı ve toplam etkilerinin yönü ve büyüklüğü ve etkilerin görelî önemi gösterilmiştir. Ekonomik ve demografik değişkenlerin, model üzerindeki etkileri kontrol edilmiştir.

Değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkileri ile tanımlanan modelin, veri ile sınanmasından elde edilen tahminlerle araştırmanın hipotezleri test edilmiştir. İstatistiksel analiz sonuçlarına göre, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, bütçe yönetimi becerisi, gelir yeterliğı algısı değişkenlerinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkiye sahip olduğu, risk tercihi, kompülsif satın alma eğilimi, sosyal statü tüketimi, sahip olunan kredi kartı sayısı, materyalizm (mutluluk boyutu), harcamalarda kredi kartı etkisi ve kredi kartı taksit tutumu değişkenlerinin ise kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görüşü, hipotez

testleriyle desteklenmiştir. Ayrıca bulgular, kredi kartı ile fazla harcama davranışı, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, bütçe yönetimi becerisi ve gelir yeterliği algısının, tasarruf becerisinin önemli belirleyicileri olduğunu göstermiştir.

Araştırmanın literatüre yeni katkıları bulunmaktadır. Modelde yer alan değişkenlerden bazıları daha önce bu bağlamda analiz edilmiştir. Ancak bazı değişkenlerin etkileri ilk kez analiz edilmektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, sübjektif bir değerlendirme olan gelir yeterliği algısı ve kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkileri ilk kez bu çalışmada incelenmiştir. Kredi kartı etkisini ölçmekte kullanılan ölçek kavramsal çerçevede bu çalışmada oluşturulmuş ve kredi kartı ile fazla harcama davranışını tahmin etmekte kullanılmıştır. Kredi kartı etkisinin öncüllerine ilişkin bulgular yenidir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisi ile materyalizm ve kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki pozitif etkileri yeni bulgulardır. Yaşam üzerinde hakimiyet duygusu, materyalizm, statü tüketimi ve kompulsif satın alma eğilimi arasındaki ilişkiler statü tüketimi ile kompulsif satın alma eğiliminin ardındaki motivasyon farklılıklarına ışık tutmaktadır. Gelir yeterliği algısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı ve tasarruf becerisi üzerinde gelirden daha yüksek etkiye sahip olduğu bulguları yenidir. Ayrıca bulgular, statü tüketimi, kompulsif satın alma eğilimi ve kredi kartı etkisinin kredi kartı fazla harcama davranışı üzerindeki etkilerini bütçe yönetimi becerisinin sınırladığını göstermektedir.

Araştırma bulguları, tüketicilerin kredi kartı ile harcamaları konusunda farkındalıklarını artırarak daha sağlıklı harcama ve kredi kullanma davranışları geliştirmelerine rehberlik edebilir, bireylerin bilinçli tüketim ve finansal yönetim becerilerini geliştirmek için eğitim programlarına katkı sağlayabilir. Bulgular, tüketici refahını artırmaya yönelik etkili politikalar belirlenebilmesi için politika yapıcılarının, tüketici davranışlarını daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketici finansmanı için kullanıcı dostu, risk azaltıcı ürünler tasarlamaları konusunda finansal kurumlara katkı sağlayabilir. Ayrıca araştırma sonuçlarının, ülkemizin düşük tasarruf oranları gibi yapısal ekonomik sorunlarının çözümüne yönelik politika önerilerine katkıda bulunması da umulur.

Türkiye'de ilk kez bu çalışma, tüketici davranışlarının kredi kartı harcamaları ve borçluluğunu nasıl etkilediğini geniş bir çerçevede ortaya koymaktadır. Bu araştırma aynı

zamanda, incelenen değişkenler çerçevesinde Türkiye'nin diğer ülkelerle arasında tüketici davranışları açısından farklılık olup olmadığına ilişkin bilgi sağlayabilir.

Tez dört bölüm halinde düzenlenmiştir. Birinci bölümde, literatür incelemesi ile değişkenlerin kavramsal çerçevesi belirlenmiş ve teorik destekler sunularak değişkenler arasındaki nedensel ilişkilere ilişkin hipotezler ileri sürülmüştür. İkinci bölümde, araştırmanın yöntemi; örneklem, değişkenlerin ölçüm yöntemi, veri toplama ve analize hazırlanma süreci, tanımsal istatistikler ile araştırmada kullanılan istatistiksel analiz yöntemi açıklanmıştır. Üçüncü bölümde, istatistiksel analiz süreci anlatılmış, hipotezler doğrultusunda tanımlanan modellerden elde edilen istatistiksel tahmin sonuçları sunulmuş ve hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Dördüncü bölümde, analiz bulguları önceki araştırmaların bulguları ile karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde araştırmanın bulguları yorumlanarak ele alınan sorunun çözümüne yönelik öneriler sunulmuş, araştırmanın katkıları, sınırlılıkları belirtilmiş ve gelecekteki araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

1.BÖLÜM

LİTERATÜR İNCELEMESİ

1.1. ARAŞTIRMANIN TEORİK ÇERÇEVESİ

Kredi kartı ile fazla harcama davranışının analizinde davranışsal ekonomi yaklaşımı esas alınmıştır. Davranışsal ekonomi yaklaşımının benimsenmesinin nedeni, neoklasik iktisat varsayımlarını irdeleyerek, insan psikolojisini etkileyen faktörleri içeren modeller ile bireylerin ekonomik kararlarını nasıl aldığı konusundaki anlayışımızı geliştirmemize imkân vermesidir.

Neoklasik iktisatta insanların rasyonel davrandığı varsayılır. Tüketici davranışını tanımlamak için rasyonel seçim modeli kullanılır. Bu modelde tüketiciler satın alma kararlarını, alternatifler arasında fayda maliyet karşılaştırması yaparak veren, alternatifleri akılcı bir şekilde değerlendiren duygusuz bilgi işleyiciler olarak görülürler. Ancak, tüketici davranışının daha iyi anlaşılması için, insanların hem uzun vadeli rasyonel kaygılardan hem de daha kısa vadeli duygusal faktörlerden etkilendiği kabul edilmelidir (Hoch ve Loewenstein, 1991).

Davranışsal ekonominin önemli bulgularından bazıları, insanların ileride ortaya çıkacak maliyet ve faydaları içeren kararları nasıl aldıklarıyla ilgilidir. İnsanlar kısa vadeli düşünme ve dürtüsel olma eğilimindedir. Sonrasında pişmanlık duyacak olsalar bile, bir şeye hemen sahip olmaya ve tüketmeye fazla değer verebilirler. Bu, "zaman tutarsızlığı" sorununa yol açar. Bugün insanlar, yarın mantıklı bir seçim yapacaklarını düşünürler, ama yarın olduğunda ertesi gün pişman olacakları dürtüsel bir seçim yapmaya eğilimlidirler. Zaman içindeki birçok seçenek, mevcut değerleri hesaplamayı ve olasılıkları değerlendirmeyi gerektirir. İnsan beyninin bu konuda pek de iyi olmadığı araştırmalarla gösterilmiştir. Yine araştırma bulgularına göre insanlar, kendilerini gerçekte olduğundan daha olumlu görmekte ve gelecek hakkında fazlasıyla iyimser düşünmektedirler (Araştırma bulgularına göre çoğu insan, ortalama sürücülerden daha iyi olduklarına ve gelecekte daha fazla kazanacaklarına inanmaktadır). Bu inançlar, tüketicilerin borçlanması açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. Davranışsal ekonomi literatürü, insanların kısa vadeli düşündükleri için fazla borçlanma eğiliminde olabileceklerini, bunun onlara ne kadar mal

olacağını düşünemediklerini ve gelecekte geri ödeme yeteneklerini abarttıklarını ortaya koymaktadır (Kilborn, 2005). Elbette insanlar arasında büyük ölçüde farklılıklar bulunmaktadır. İnsanların tamamı her zaman kısa vadeli düşünmez ve tüketicilerin hepsi irrasyonel davranmaz. Aynı kişinin farklı alanlardaki düşünme biçimleri ve davranışları arasında da farklılıklar bulunmaktadır. Yine aynı kişinin aynı konuda bile, farklı yaşam dönemlerinde farklı düşünceleri, farklı tercihlerde bulunmaları ve farklı davranışları söz konusu olabilmektedir.

Davranışsal ekonomi, ekonomik ve finansal sorunların incelenmesinde insan psikolojisini dikkate alan, insanların sistematik ve ısrarlı yanlıklarının bulunduğu, sınırlı iradeye sahip olduklarını kabul eden analitik bir çerçeve sunmaktadır.

Bir kısım tüketicinin kredi kartı harcamalarında sürekli biçimde gelirlerini aşmaları kredi kartı borçlarını ödemekte sıkıntıya düşmeleri, kredi kartı borçları için gelecekteki refahlarından çalan yüksek oranlı faiz ödemek durumunda kalmaları, kredi kartlarını akılcı bir şekilde kullanmadıklarını göstermektedir. Araştırmamızda bu nedenle, rasyonel insan varsayımını irdelleyen davranışsal ekonomi yaklaşımı benimsenmiştir.

Bu çalışma, kredi kartı ile fazla harcama ve bunun sonucunda ortaya çıkan kredi kartı ile borçlanma davranışının temelindeki psikolojik, duygusal, bilişsel ve davranışsal nedenleri belirlemeye ve kredi kartı ile fazla harcamaya neden olan yapıların bu sonuca ne şekilde katkıda bulunduğunu analiz etmeye yönelik bir girişimdir.

Ödemelerde kredi kartı kullanılması satın alma anı ile ödeme anını birbirinden ayırmaktadır. Kredi kartını uygun şekilde kullanan tüketiciler için kredi kartı ile ödeme maliyetsiz bir zamanlar arası tercihe imkân sağlamaktadır. Kredi kartı ile fazla harcama yapan tüketicilerin ise ödemelerini geciktirmeleri yüksek gecikme faizine sebebiyet vererek maliyeti artırmakta, fayda maliyet arasındaki dengeyi bozmakta ve zamanlar arası tercih, yüksek bir iskontoya yol açmaktadır.

“Araştırmalar, insanların kararlarında miyop olduklarını, gelecekteki tercihlerini tahmin etme becerisinden yoksun olabileceklerini, zayıf hafıza ve geçmiş deneyimlerin yanlış değerlendirilmesinin hatalı seçimlere yol açabileceğini göstermektedir” (Kahneman, 1997, s.105).

Frederick ve arkadaşlarına (2003) göre tasarruf, ödenmemiş kredi kartı bakiyelerine sahip olma ya da kredi kartlarında maksimum tutara kadar harcama yapmak gibi parayla ilgili davranışlar, geleneksel ıskonto oranları ile tahmin edilebilmekle birlikte, dürtüsellik ve özkontrol de oldukça önemli tahminçilerdir.

Kredi kartı ile fazla harcama, ödemedeki gecikmeden kaynaklanan yüksek faize katlanmak durumunda kalınması nedeniyle, tüketicilerin zamanlar arası tercihlerinde kendi çıkarları açısından tutarsızlığa düşmeleri ile sonuçlanmaktadır. Bunun, ağırlıklı olarak hem bilişsel bir değerlendirme ve farkındalık sorunundan hem de psikolojik, içsel/dürtüsel faktörlere karşı bir özkontrol sorunundan kaynaklandığı yönündeki görüşlere katılmaktayız.

İçgüdüsel faktörler uygun düzeylerde hayatta kalma, yaşam kalitesi gibi bireyin çıkarlarına etkili bir şekilde hizmet ederken, yüksek düzeylerde optimal olmayan davranış kalıpları üretirler (Loewenstein, 1996). Loewenstein'a göre, algılanan kişisel çıkar ve davranış arasındaki uyumsuzluklar, açlık, susuzluk vb. dürtü durumları, fiziksel acı, ruh hali ve duygular ile ilişkili içgüdüsel faktörlerin eyleminden kaynaklanır.

"İçsel faktörler kişinin zaman perspektifinin içinde bulunulan ana kayması şeklinde bir dikkat daraltma biçimi üretir" (Loewenstein, 1996, s. 275). Bu hata ekonomistler tarafından "zaman tutarsızlığı (time inconsistency)" veya "miyop" bakış olarak adlandırılırken psikologlar tarafından "dürtüsel" davranış olarak sınıflandırılmaktadır. (Hoch ve Loewenstein, 1991).

Hirschman ve Holbrook'a (1982) göre, tüketicilerin şimdiki ve gelecekteki fayda ve maliyetleri dengeleme konusundaki hatalarına, hedonik karakterin sabırsızlığından kaynaklanan zaman perspektifindeki değişimler neden olmaktadır. Frederick ve arkadaşları (2003) ise, dürtüsellüğün, kompulsif davranışın ve bunları bastıran öz-kontrolün zaman tercihinin alt boyutları olduğunu ve bunların zaman tercihi ile ilgili davranışları tahmin yetenekleri bulunduğunu ileri sürmüşlerdir.

Hoch ve Loewenstein (1991), araştırmalarda tüketici davranışının ya mantıklı eylemler, ya da duygusal tepkiler olarak ele alındığını, her iki bakış açısının geniş tüketici davranışları yelpazesinde yeri olsa da bunların tek başına yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Onlara göre gerçek durumu anlamak için rasyonel ve hedonik güdüler arasındaki etkileşimin incelenmesine ihtiyaç vardır. Bu konuda fazla ilerleme kaydedilmemesinin nedeninin

rasyonel yönün formal olarak modellenirken, hazcı yönün daha çok niteliksel olarak tanımlanması olduğunu belirtmişler ve bilişsel olanı duygusal olanla ilişkilendirmenin bir yolu olarak, onları ortak bir dille aynı çerçeveye içine yerleştirmeyi önermişlerdir.

Bu çalışmada, tüketicinin yüksek faiz ödemek durumunda kalması nedeniyle zamanlar arası tutarsızlığa düşmesiyle sonuçlanan kredi kartı ile fazla harcama davranışının olası nedenleri analiz edilmektedir. İstatistiksel analizde Hoch ve Loewenstein'in önerileri doğrultusunda psikolojik/içgüdüsel/duygusal yapılar ile bilişsel yapıları bir model çerçevesinde birlikte ele alınmaktadır. İncelenen yapıların kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri, yapılar arasındaki etkileşimler ile birlikte ortaya konulmaktadır.

1.2. TÜKETİCİLERİN KREDİ KARTI KULLANIMI İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Tüketicilerin kredi kartı davranışı ve tutumu konusunda 1960'ların sonunda başlamış olan araştırmalar bugün geniş bir literatür oluşturmuştur. Kredi kartları ile ilgili ilk araştırmalar; kart sayısı ve kredi kartı kullanımı (Hirschman, 1979; Hirschman ve Goldstucker, 1978; Plummer, 1971; Slocum ve Mathews, 1970; Wise vd., 1977; Aktaran, Mansfield vd., 2013), sosyal sınıf (Hirschman ve Goldstucker, 1978; Mathews ve Slocum, 1969; Slocum ve Mathews, 1970; Aktaran, Mansfield vd., 2013), cinsiyet, yaş (Blackwell, Hawes ve Talarzyk, 1975; Wise, Brown ve Cox 1977; Aktaran, Mansfield vd., 2013) ve eğitim (Hirschman ve Goldstucker, 1978; Aktaran, Mansfield vd., 2013) gibi tanımlayıcı özelliklerle ilgili konularda yapılmıştır. Kredi kartı kullanıcılarının demografik özellikleri bu konudaki ilk çalışmalardan itibaren sıklıkla araştırma konusu olmuştur. Demografi kategorisindeki literatür, kredi kartı kullanımı veya tutumu ile yaş, eğitim, cinsiyet, gelir, ırk ve aile yaşam döngüsü gibi demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bulguların çelişkili olması nedeniyle bu araştırmalarla belirli bir demografik profil ortaya konulamamıştır (Mansfield vd., 2013).

Ağırlıklı olarak demografik ve sahip olunan kart sayısı gibi gözlemlenebilir özelliklere odaklanan ilk çalışmalar, zaman içinde tutumlar, dış etkiler (sosyal, ailevi ve çevresel faktörler) ve davranış gibi daha geniş bir faktör yelpazesine yayılmıştır. İlk literatür, tüketicinin kredi kartlarına yönelik tutumu (Awh ve Waters, 1974; Blackwell vd., 1975; Aktaran, Mansfield vd., 2013) ve kredi kartları bilgisi (Bowers 1979; Aktaran, Mansfield vd., 2013) gibi, davranışsal içgörüler de sağlamaya başlamıştır. Tüketicilerin kredi kartlarına

yönelik tutumlarına ilişkin araştırmalar; tüketicilerin kredi kartlarına ve kart sahipliğine karşı tutumu ile kredi kartı borcu ve geri ödeme davranışı arasındaki ilişkileri göstermiştir (Mansfield vd., 2013).

Kredi kartı geri ödeme davranışı ile ilgili bir kısım araştırma borcun tamamını ödeyen veya gecikmeli ödeyen ayrımı (convenience user/installment user) kullanılarak yapılmıştır. Kredi kartlarının uygun ödeme yapan kullanıcıları ile gecikmeli ödeyen kullanıcıları arasında kullanılan kart sayısı, kredi kartı bilgisi ve demografik özellikler gibi çok sayıda farklılık bulunmuştur. 1980'den sonra yapılan kredi kartı bakiyesi bildiren çalışmalarda ortalama ödenmemiş kredi kartı borçlarının yıllar içinde hızlı bir artış gösterdiği izlenmiştir (Mansfield vd., 2013).

Psikoloji ve tüketici bilimleri alanlarında çalışan bilim insanlarının katkıları ile kredi kartı araştırmalarının kapsamı genişlemiştir (Leach ve Hayhoe, 1998; Norvilitis, vd., 2003; Leach ve Hayhoe, 1998; Reynolds ve Abdel -Ghany, 2001; Roberts, 1998; Ghany, 2001; Roberts, 1998; Yang vd., 2004; Aktaran, Mansfield vd., 2013). Kredi kartları ile psikolojik yapılar arasındaki ilişkiler keşfedildikçe ve yaşanan sorunlar nedeniyle tüketici politikasına duyulan ihtiyaç arttikça, araştırmalar derinlik kazanmıştır. Kredi kartı araştırmalarında; kontrol, benlik saygısı, kaygı, dürtüsellik, kompulsivite ve materyalizm gibi psikolojik ve duygusal yapılar kullanılarak çok sayıda araştırma yapılmıştır (Mansfield vd., 2013)

Kredi kartının yanlış (inconvenient) kullanımı araştırma konusu olmaya 1990'da D'Astous'un makalesi ile başlamıştır. 2001'den itibaren, çok sayıda çalışmada, kredi kartlarının yanlış kullanımını ölçmek amacıyla Roberts ve Jones (2001) tarafından geliştirilen "Kredi Kartı Kullanım Ölçeği" kullanılmıştır. Kredi kartı kullanımı ve kredi kartının yanlış kullanımı kategorisindeki araştırmalar, satın alma başına harcanan tutarın kredi kartları kullanıldığında daha yüksek olduğunu ve kart kullanımı ile anksiyete, kompülsif satın alma, dürtüsellik, kontrol odağı, materyalizm ve benlik saygısı gibi psikolojik faktörler arasında ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur (Mansfield vd., 2013).

Tüketiciyi sosyalleştiren ebeveyn, akranlar, medya ve okul gibi araçlar ile bunların kredi kartı tutumu ve davranışı üzerindeki rolü ile ilgili çalışmalar 1990'ların başlarında başlamıştır. Bu çalışmalarda yalnızca ebeveynlerin, kredi kartı borcu ve kredi kartının yanlış kullanımıyla önemli ölçüde ilişkili araçlar olduğu bulunmuştur (Mansfield vd., 2013).

Bilişsel konuları içeren bir grup araştırma ise, kredi kartları hakkındaki bilgi, kavrayışlar ve inançlarla ilgilidir. Gecikmeli ödeme yapanların kredi kartlarının kişisel olarak kendileri üzerindeki olumsuz etkisine dair daha güçlü inançlara sahip oldukları gösterilmiştir. Kredi kartı bilgisi hakkında; faiz oranları, kredi limiti, bakiye ve ücretler gibi belirli kredi kartı özellikleri ile ilgili araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar kredi kartı özelliklerinin anlaşılması ve hatırlanması konusunda sorunlar olduğunu göstermiştir (Mansfield vd., 2013).

Kredi kartlarına erişim ile ilgili çalışmalar bireylerin kredi kartlarını hangi kaynaklardan edindiklerini ve bunun kredi kartı kullanımıyla ilişkisini araştırmıştır. Bu gruptaki çalışmalar, üniversite öğrencilerinin kredi kartı borçlarının artması nedeniyle üniversite kampüslerinde yapılmıştır. Kampüs içinde kredi kartlarına erişimin kredi kartı bakiyesini artırıp artırmadığı konusunda çelişkili sonuçlara ulaşılmıştır (Pinto vd., 2001; Norvilitis vd., 2003; Cunningham, 2004; Lyons, 2004; Mansfield ve Pinto, 2007; Hayhoe vd., 2005; Aktaran, Mansfield vd., 2013).

Kredi kartı araştırmalarında üniversite öğrencileri popülasyonundan örneklem kullanılması ağırlıklı bir eğilim olmuştur. Amerika'da üniversite öğrencilerinin kredi kartı borçlarının artması, araştırmalarda öğrencilerin kredi kartına erişimleri, kredi kartı kullanımları ve harcama alışkanlıklarına ilgi gösterilmesine yol açmıştır (Robb & Sharpe, 2009; Lyons, 2004; Adams ve Moore, 2007; Politano, 1997; Aktaran, Mansfield vd., 2013). Bir kısım araştırmada ise, üniversite öğrencileri ulaşılması kolay bir örneklem olduğu için seçilmiştir. Bu durum, bulguların genelleştirilebilirliği üzerinde önemli bir sınırlama oluşturmuştur.

1.3. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİNİN LİTERATÜR İNCELEMESİ

Araştırmaya konu edilen değişkenler ile bunları ölçmekte kullanılan ölçekler, kapsamlı bir literatür incelemesi sonucunda belirlenmiştir. Araştırmamızda kullanılan değişkenlere ilişkin literatür incelemesi bu bölümde özetlenmiştir.

1.3.1. Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı

Tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı bu araştırmanın sonuç değişkenidir. Kredi kartı ile fazla harcama; bireylerin gelirlerini aşan ve süreklilik arz etmesi nedeniyle kredi kartı borçlarını ödemelerinde sorun yaşamalarına yol açan harcama davranışı olarak tanımlanmıştır. Bu durumun, tüketicilerin bir önceki yıl içinde yaşadıkları kredi kartı geri ödeme ve borçlanma sorunları ile temsil edildiği varsayılmıştır. Kredi kartı geri ödeme sorunları, yalnızca ekstrede belirtilen minimum tutarın ödenmesi ve kartların tüm bakiyesinin gecikmeksizin ödenememesi şeklinde tanımlanmıştır. Kredi kartlarından kaynaklanan borç sorunlarının ise, kredi kartı bakiyesini ödeyebilmek için başkalarından ve/veya finans kuruluşlarından borçlanma, finans kuruluşlarından kredi kartları ile nakit çekme ve sahip olunan kredi kartlarının tüm limitlerini kullanma şeklinde tanımlanmıştır.

Bu çalışmada kredi kartı ile fazla harcama, kredi kartı borçlarının geri ödenmesinde yaşanan sorunlara ilişkin sıklık belirten sorularla ölçülmüştür; borç bakiyesinin tamamının ödenip ödenememesi, ödemelerin aksatılması, minimum ödeme tutarında yapılan ödemelerin sıklığı, kredi kartı limitinin tamamının kullanılıp kullanılmadığı, kredi kartı borcunun yakınlardan destek alınarak ya da borçlanılarak ödenmesi gibi. Bu sorunlar kredi kartı ile fazla harcama davranışının göstergeleri olarak alınmıştır. Bireylerin finansal bilgilerini doğrudan elde edebilmek (bireylerin bu bilgileri doğrudan vermeye gönüllü olmamaları, bankalarda bu bilgilerin müşteri sırrı kapsamında olması gerekçeleriyle) mümkün olamadığından, kredi kartı ile harcama, geri ödeme, borçlanma bilgileri rakamsal olarak elde edilememiştir. Bu nedenle, tüketicilerin kredi kartı ile harcama, geri ödeme ve borçlanma verileri sıklık bildiren çok maddeli bir ölçek ile toplanmıştır.

1.3.2. Eylemlerinin Gelecekteki/Anlık Sonuçlarını Önemseme (Consideration of Future Consequences- Future/Immediate)

Eylemlerinin gelecekteki veya anlık sonuçlarını önemseme, bir kişinin eylemlerinin anlık veya gecikmeli sonuçlarına verdiği önem olarak tanımlanan bir kişilik özelliğidir. Gelecekteki sonuçları önemseyen insanlar, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarına odaklanır ve bunu davranışları için bir rehber olarak kullanırlar. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseyen bireyler gelecekte elde edecekleri yararlar için belirli bir şekilde davranmayı o

anki istenmeyen sonuçlara ve maliyetlere katlanmaya değer bulurlar. Bu tür insanlar, gelecekte olmayı istedikleri durum için, içinde buldukları andaki fayda, memnuniyet ve rahatlıktan vazgeçmeyi tercih ederler. Öte yandan, gelecekteki sonuçları önemseme düzeyi düşük olan bireyler anlık ihtiyaçları ve endişeleri daha fazla önemser ve eylemlerini bu acil ihtiyaçları karşılamaya odaklarlar. Anlık sonuçları önemseyenler, gelecekte elde edebilecekleri yararlarından vazgeçme pahasına anlık yararlarını maksimize etmekle daha çok ilgilenir, anlık zevk, istek, rahatlık ve ihtiyaçlarına odaklanır ve buna göre davranırlar (Strathman vd., 1994).

Eylemlerinin kısa veya uzun vadeli sonuçlarını dikkate alma derecesindeki bireysel farklılıklar, yalnızca gelecekle ne kadar ilgilendiğini değil, aynı zamanda bir eylemde bulunurken bireyin kısa vadeli ve uzun vadeli olası sonuçlardan ne ölçüde etkilendiğini gösteren bilişsel bir zihniyeti temsil eder. Davranışsal bir karar verirken, bir dizi kısa ve uzun vadeli sonuçla karşı karşıya kalındığında, bu ikilemin çözümünün nispeten istikrarlı bir bireysel özellik olduğu öne sürülür (Orbell, vd., 2004, s.388).

Bireylerin belirli davranışlarda bulunmaya karar verirken olası uzak sonuçları dikkate alıp almamaları veya gelecekteki sonuçlarını düşünmeden sadece anlık faydalarını en üst düzeye çıkarmaya odaklanmaları, genellikle az çok istikrarlı ve ölçülebilir bir kişisel özellik olarak kabul edilir (Rappange vd., 2009).

Farklı alanlarda yapılan araştırmalar bu kişilik özelliğinin farklı davranışları tahmin gücü olduğunu göstermiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen bireylerin daha sağlıklı beslendikleri (Joireman vd, 2012; Piko ve Brassai, 2009) daha sık egzersiz yaptıkları ((Adams & Nettle, 2009), daha az sigara ve alkol kullandıkları (Adams ve Nettle, 2009; Strathman vd., 1994), daha az dürtüsel davrandıkları (Joireman vd., 2008), tatmini ertelemekte (delay of gratification) daha sabırlı oldukları (Strathman vd., 1994), daha çevreci oldukları (Bruderer, 2015)(Corral-Verdugo et al., 2017) ve daha yüksek akademik başarıya sahip oldukları (Peters vd., 2005) araştırma bulguları ile gösterilmiştir.

Gelecekteki sonuçları önemseme seviyeleri özdenetimle ilgili kişilik özellikleriyle pozitif korelasyon gösterirken (Strathman vd., 1994), dürtüsellik ile negatif korelasyon göstermektedir (Joireman vd., 2008).

İnsanlar genellikle uzun vadeli sonuçlardan çok davranışlarının anlık sonuçlarına odaklanırlar. Sadece kısa vadeyi görmek (zamansal anlamda miyop görüş) eylemlerimizin (iklim değişikliği gibi) uzun vadeli sonuçlarını tahmin etmemize engel olur (Corral-Verdugo vd., 2017, s.1527). Corral –Verdugo ve arkadaşları tarafından, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ile iklim değişikliğinin kabulü, çevreyi koruma ve çevre üzerindeki etkiyi hafifletme taahhüdü arasında anlamlı ilişki bulunurken anlık sonuçları önemseme ilişkili bulunmamıştır.

Araştırmalar, eylemlerinin sonuçlarını önemsemekteki bireysel farklılıkların, finansal davranışlar üzerinde de önemli bir etkiye sahip olabileceğini göstermiştir. Joireman ve arkadaşları (2005) araştırmalarında; eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemeyen kişilerin yüksek düzeyde borçlu olduklarında, ödeme imkânları varken bile kredi kartı borçlarını kapatmayıp (anapara bakiyesini azaltmayan asgari ödemeler ve yüksek faiz ödemelerini sürdürerek), yeni şeyler satın almak, seyahat harcamaları yapmak gibi kısa vadeli memnuniyeti artıran harcamalar yaptıklarını göstermişlerdir. Araştırmacılar bu sonuçlara dayanarak, günümüz toplumlarında birçok kişinin sahip olduğu aşırı borç seviyelerinin, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemeyen bireylerin kredi kartları ile finanse edilen kısa vadeli harcama ve borçlanma döngüsü ile açıklanabileceğini ileri sürmüşlerdir.

Joireman, ve arkadaşlarının (2010) araştırma bulguları, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemenin (EGSÖ: CFC-future) kompülsif satın alma eğilimi ile negatif yönde ilişkili olduğunu ve eylemlerinin anlık/kısa vadeli sonuçlarını daha fazla önemseme (EASÖ: CFC-immediate) ile kredi kartı borcu arasındaki ilişkiye kompülsif satın almanın aracılık ettiğini, ortaya koymuştur. Araştırmacılar, eylemlerinin kısa vadeli sonuçlarını maksimize etmeye odaklanan kompülsif alıcıların kredi kartı ile aşırı borçlanma riskinin çok daha yüksek olduğu sonucuna varmışlardır. Bu çalışmada, davranışlarının kısa vadeli (anlık) sonuçlarını önemseme alt ölçeğinin (CFC-immediate), kredi kartı borcunu tahmin etmede, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme (CFC-future) alt ölçeğinden veya genel olarak eylemlerinin sonuçlarını önemseme ölçeğinden (CFC) daha başarılı bulmuşlardır.

Diğer taraftan, gelecekteki sonuçları daha fazla önemseyen kişiler, daha çok tasarruf etmektedirler (Webley & Nyhus, 2006). Tasarrufla ilgili bir başka örnek olan Howlett ve arkadaşlarının (2008) çalışmalarında; gelecekteki sonuçları daha çok önemseyen

tüketicilerin, şimdiki sonuçları daha çok önemseyenlere göre emeklilik planına katılma olasılıklarının daha yüksek olduğu gösterilmiştir.

Satın alma davranışlarının gelecekte yaratacağı sonuçları düşünen ve bu konuda endişe duyan tüketicilerin satın alma sürecinde daha kontrollü davranmaları beklenir. Satın alma davranışının anlık/kısa vadeli sonuçlarını önemseyen tüketiciler ise, gelecekte katlanmak zorunda kalacakları maliyetlere rağmen arzularını tatmin, konfor, haz ve rahatlığı sağlayacak şeylere hemen sahip olmak isteyeceklerdir. Bu nedenle, gelecekteki sonuçları önemsemeyen bireylerin daha fazla dürtsel satın alma ve kompülsif satın alma eğilimine sahip olmaları beklenir

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha çok önemseyen bireylerin uzun vadedeki refahlarını maksimize etmeye çalışacakları, bu nedenle ödeyemeyecekleri düzeyde borçlanmamak ve kredi kartlarına yüksek faiz ödememek için kredi kartı ile fazla harcama yapmaktan kaçınacaklarını ileri sürmekteyiz. Ayrıca, bu bireylerin ileride finansal sorunlarla karşılaşmamak için harcamalarında daha kontrollü davranmaları ve bu kontrolü sağlamak üzere bütçelerini planlayarak gelir ve giderlerini daha iyi yönetmeleri, daha iyi tasarruf pratiklerine sahip olmaları beklenir.

Hipotezler:

- **H1a:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesinin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H1b:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesinin bütçe yönetimi becerisi üzerinde pozitif etkisi vardır. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen bireyler, bütçelerini daha iyi yönetirler.
- **H1c:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, bütçe yönetimi becerisi aracılık eder.
- **H1d:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi, kompülsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkiye sahiptir.

- **H1e:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H1f:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi, harcamalarda kredi kartı etkisi üzerinde negatif etkiye sahiptir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen tüketiciler kredi kartı ile yaptıkları harcamalarda, kredi kartı etkisinden daha az etkilenirler
- **H1g:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi, aracılık eder.
- **H1h:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi, dürtsel satın alma eğilimi üzerinde negatif etkiye sahiptir.
- **H1i:** Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, dürtsel satın alma eğilimi aracılık eder.

1.3.3. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu (Sense of Mastery)

Bireyin yaşamı üzerinde hâkimiyet duygusu, bu yapıyı ölçmekte kullanılan ölçeği geliştiren Pearlin ve Schooler (1978) tarafından “Bireyin, yaşamında karşılaştığı olayları ne ölçüde kaderin yönlendirmesinde değil, kendi kontrolünde gördüğü” şeklinde tanımlanmıştır (s.5). Yaşam üzerindeki hâkimiyet duygusu, bireylerin yaşamlarını etkileyen faktörleri ve yaşamlarındaki olası sonuçları kontrol etme gücüne sahip olduklarına dair inançlarıdır. Pearlin ve Schooler’a göre yaşam üzerindeki hâkimiyet duygusu, bireylerin karşılaştıkları güçlüklerle başa çıkabilmeleri için psikolojik destek sağlar. Yaşam üzerindeki hâkimiyet duygusunun, ekonomik ve iş yaşamındaki zorluklar gibi sürekli yaşam stresleriyle karşılaştıklarında bireylerin zihinsel ve fiziksel sağlığı ve refahı için koruyucu bir tampon görevi gördüğü gösterilmiştir (Pearlin ve Schooler, 1978; Pudrovskaya vd., 2005). Ayrıca, bireyin yaşamı üzerindeki hâkimiyet duygusunun problem odaklı başa çıkma stratejisiyle ilişkili olduğu bulunmuştur (Ron ve Rovner, 2014).

Bireyin yaşamı üzerindeki hâkimiyet duygusu, öz-yeterlik (self-efficacy), kontrol odağı (locus of control), uyum yeteneği (adaptability) ve özerklik (autonomy) kavramlarıyla yakından bağlantılıdır ve genellikle ruh sağlığı ve genel sağlık için önemli bir faktör olarak kabul edilir (Eriksson ve Lindström, 2006; Smith ve Meyers, 1997; Aktaran Clench-Aas vd., 2017, s,127). Yaşam üzerinde yüksek hâkimiyet duygusuna sahip bireyler, hedeflerine ulaşmak için davranışlarını ve koşullarını duruma göre uyarlayabilecekleri konusunda kendilerine güvenirken, düşük hâkimiyet duygusuna sahip olanlar genellikle kendilerini zayıf hissederler. Algılanan kontrolün yüksek olması, stres faktörlerinin ve yaşamdaki olumsuz olayların sağlık üzerindeki etkilerini azaltır, ancak çeşitli stres faktörlerine ve yaşam koşullarına maruz kalınması halinde algılanan hâkimiyet düzeyi de değişebilir (Pearlin ve Schooler, 1978; Lachman ve Weaver, 1998). Stresli olayların, düşük eğitim başarısının ve ekonomik yoksunluğun yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunu baltalayabileceği gösterilmiştir. Bu nedenle, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu istikrarlı bir kişilik unsuru olarak değil, deneyimlere ve koşullara yanıt olarak yaşam boyu gelişen ve değişebilen kişisel bir kaynak olarak kabul edilir (Aneshensel, 2015; Pearlin vd., 2007; Shanahan ve Bauer, 2004; Aktaran Clench-Aas vd., 2017)

Araştırma sonuçlarına göre kendilerini yaşamları üzerinde kontrol sahibi olarak algılayan kişiler, yaşamlarının sorumluluğunu üstlenerek hedeflerine uygun hareket etmekte, kendilerini ve çevrelerini arzuladıkları duruma göre düzenleyebilmekte, bu nedenle de sorunlar ile başa çıkmakta daha başarılı olmaktadır. Yaşamın genelini etkileyen bu yapının, tüketici davranışı üzerinde de benzer şekilde bir etkiye sahip olması, bu nedenle, yaşamları üzerinde daha yüksek hâkimiyet duygusuna sahip bireylerin tüketim, harcama, bütçe, kredi kartı kullanma konularında daha sorumlu, planlı ve kontrollü davranmaları beklenir.

Bildiğimiz kadarıyla, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu yapısının (Perlin ve Shooler'in (1978) Mastery ölçeği ile ölçülen) kredi kartı davranışı üzerindeki etkisi ilk kez araştırılmaktadır. Kredi kartı ile yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu arasındaki ilişki hakkında rastlanılan tek çalışmada, nedensellik ilişkisi önerdiğimiz tersi yönünde tanımlanmıştır. Bu araştırma sonucunda, gençlerin geleceğe yatırım yapmak için borçlandıkları hipotezini destekleyen, kredi kartı borcunun eğitim ile birlikte yaşam üzerinde

hâkimiyet duygusu ve benlik saygısını artırdığı ileri sürülmüştür (Dwyer, McCloud ve Hodson, 2011).

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu yapısının, Rotter (1966) tarafından geliştirilen kontrol odağı (locus of control) yapısı ile tanımsal benzerlikleri bulunmaktadır. İç kontrol odağına (internal locus of control) sahip bir kişi başarıyı veya başarısızlığı kendi eylemlerine atfetme eğilimindeyken, dış kontrol odağına (external locus of control) sahip bir kişi başına gelenlerin büyük ölçüde kendi kontrolü dışında olduğuna inanır. Ancak, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile kontrol odağı yapılarının ölçümlerinde farklılıklar bulunmaktadır.

Kredi kartı araştırmalarında kontrol odağı yapısını içeren çalışmalar (örneğin; Pinto vd., 2004; Watson, 2009; Limerick ve Peltier, 2014) bulunmaktadır. Watson (2009), dış kontrol odağına sahip tüketicilerin, iç kontrol odağına sahip tüketicilere göre kredi kartlarını daha kötü kullandıklarını, ayrıca kompulsif alıcı olarak sınıflandırılan tüketicilerde dış kontrol odağına sahip olanların oranının, iç kontrol odağına sahip olanların oranından önemli ölçüde daha yüksek olduğunu göstermiştir. Pinto ve arkadaşlarının bulguları ise kredi kartlarını düzenli ödeyen ile kısmen ödeyen üniversite öğrencileri arasında kontrol odağı açısından önemli bir fark olmadığını göstermiştir. Limerick ve Peltier'in (2014), dış kontrol odağına sahip olmanın dürtüsellik, sosyal statü, finansal kaygı ve kötü borç yönetimi ile birlikte yüksek kredi kartı bakiyesine yol açtığını bulmuşlardır.

Araştırmalar, dış kontrol odaklı tüketiciler ile iç kontrol odaklı tüketicilerin finansal yönetim ve satın alma davranışları konusunda farklı olduklarını göstermiştir. Özellikle, dış kontrol odaklı olanların iç kontrol odaklı olanlardan daha fazla kompulsif alışveriş yapma eğiliminde oldukları (DeSarbo ve Edwards, 1996) ve kendi mali durumlarını yönetmek için adım atma olasılıklarının daha düşük olduğu (Perry ve Morris, 2005) gösterilmiştir. Perry ve Morris'in bulgularına göre, genel olarak tüketicilerin tasarruf etme, bütçe yapma ve harcamaları kontrol etme eğilimleri, bilgi ve finansal kaynaklarının yanı sıra kısmen, sonuçlar üzerindeki algılanan kontrol düzeylerine bağlıdır.

Kontrol odağı yapısı ile materyalizm arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar, materyalizmin dış kontrol odağı ile pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir (Christopher vd., 2009; Donnelly vd., 2012). Richins'e (2011) göre, materyalistler satın aldıkları şeylerin kendilerini,

görünüşlerini, başkalarıyla ilişkilerini geliştireceğine veya hayattan daha fazla haz almalarını sağlayacağına inanmaktadırlar.

Bazı araştırmacılar, sahip olma ve tüketme arzusunun güvensizlik duygusundan ve kişinin kendine ve yaşamına ilişkin derin memnuniyetsizliklerinden kaynaklandığını öne sürmüşlerdir (örneğin, Braun ve Wicklund 1989; Cushman 1990; Fromm 1976; Wachtel 1983; Aktaran Richins ve Dawson 1992) Richins ve Dawson bu önermelerin geçerliliğini belirlemek için kapsamlı bir araştırma programı gerekli olsa da, kendi verilerinin, materyalistlerin kendilerinden çok içinde buldukları koşullardan memnun olmadıklarını gösterdiğini ifade etmişlerdir (s. 313).

Yaşam olayları üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan bireylerin, maddi şeylere sahip olma yoluyla, yaşamları üzerinde kontrol sahibi olmaya çalıştıklarını ileri sürmekteyiz. Diğer bir deyişle, yaşam olayları üzerinde hâkimiyet duygusu düşük bireyler materyalist olma eğilimindedirler, çünkü maddi şeylere sahip olmanın kendilerini dönüştüreceğine ve çevrelerini kontrol edebilmek için onlara güç ve statü sağlayacağına inanırlar. Yaşam olayları üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan bireyler, yaşamları üzerinde kontrolü maddi değerlerin sahipliği yoluyla sosyal konumlarını yükselterek kazanmak için statü, gösteriş, imaj tüketimine yönelmektedirler.

Olumsuz yaşam olayları ve strese karşı tampon görevi gören yaşam olayları üzerinde hâkimiyet duygusunun düşük olması, bireyleri yaşam streslerine karşı daha korunmasız bırakacağından, iyi hissetmek, ruh halini düzeltmek, sorunlardan kaçmak amacıyla tekrarlayan alışverişlere eğilimi artırabilir. Ayrıca, yaşam olayları üzerinde hâkimiyet duygusunun düşük olması, bireylerin yaşamları üzerinde kontrol gücünü maddi değerlere sahip olarak kazanmak ve güvende hissetmek için sürekli bir satın alma döngüsü ile kompülsif satın alma davranışının gelişmesini kolaylaştırabilir. Bu nedenle, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan bireyler krediye erişimi ve satın alma işlemini kolaylaştıran kredi kartları ile fazla harcama yapmaya daha yatkındırlar.

Ayrıca, yaşamı üzerindeki hâkimiyet duygusu düşük kişilerin harcamaları ile ilgili sorumluluk duygusu ve kontrollerinin de düşük olacağı, bu nedenle kredi kartı ile fazla harcama yapmaya eğilimli oldukları düşünülmektedir.

Hipotezler:

- **H2a:** Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H2b:** Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, materyalizm üzerinde negatif etkisi vardır. Yaşam olayları üzerinde hâkimiyet duygusu düşük tüketiciler, maddi değerlere sahip olmayı yaşamları üzerinde kontrol kazanmanın bir aracı olarak gördüklerinden, daha materyalisttirler.
- **H2c:** Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye materyalizm aracılık eder.
- **H2d:** Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, kompülsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H2e:** Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye Kompülsif satın alma eğilimi, aracılık eder.
- **H2f:** Yaşamı üzerinde hâkimiyet duygusunun, sosyal statü gösteriş, imaj tüketimi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H2g:** Yaşam üzerinde kontrol duygusu ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi aracılık eder.

1.3.4. Risk Tercih (Risk Preference)

Armin ve arkadaşlarına (2015) göre, ekonomi ve diğer alanlarda insan davranışı hakkındaki birçok teori, temel bir tercihler kümesinin bireylerin karar verme sürecini yönlendirdiğini varsayar. Risk tercihi, zaman tercihi, müteakabiliyet, özveri ve güven ile birlikte bu temel tercihler kümesinde yer alır (s.31).

Bireylerin, risk ve belirsizlik içeren durumlardaki değerlendirmeleri ve kararları büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Riskin değerlendirilmesindeki bireysel farklılıkları gösteren risk tutumu ölçümleri, önemli ekonomik kararları tahmin etmekte sıklıkla kullanılmaktadır.

Dohmen ve arkadaşları (2009) araştırmalarında katılımcıların genelde risk alma istekliliğini sorgulayan bir sorunun, katılımcıların hisse senedi, meslek seğimi ve sigara alışkanlığını tahmin ettiğini göstermişlerdir. Bonin ve arkadaşları (2007), risk almaya daha istekli kişilerin, kazanç riski daha yüksek olan mesleklerde çalışma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Jaeger ve arkadaşları (2010), risk tutumlarının işgücü piyasaları arasındaki coğrafi göçün önemli bir tahmincisi olduğunu göstermişlerdir (Daly, Delaney ve McManus, 2010, s. 2).

Risk tercihi tüm dünyada demografik ve bireysel özellikler ile bilişsel yeteneklere göre farklılık göstermektedir; kadınlar erkeklere göre daha fazla riskten kaçınırlar, gençler risk almaya daha istekli, yaşlılar riskten kaçınma eğilimine sahiptirler, yüksek bilişsel yeteneklere sahip bireyler riskten daha az kaçınırlar (Armin vd., 2015). Hartog ve arkadaşları (2002) eğitim ve gelir seviyesi arttıkça risk alma istekliliğinin arttığını, serbest meslek sahiplerinin/girişimcilerin risk alma istekliliğinin daha yüksek iken, memurların risk almaya daha az istekli olduklarını göstermişlerdir. Dohmen ve arkadaşları (2005) ise, erkekler, genç yetişkinler ve ebeveynleri düşük sosyo-ekonomik geçmişe sahip olanlarda yüksek düzeyde risk arayışı bulmuşlardır.

Bireylerin genel risk alma istekliliği nispeten istikrarlı bir kişilik özelliği olarak görölmektedir. Dohmen ve arkadaşlarına (2009) göre, farklı alanlara özgü risk ölçümleri arasındaki yüksek korelasyonlar, insanların algı veya subjektif inançlarından etkilenen altta yatan sabit bir risk özelliği bulunduğunu düşündürmektedir. Finans ve sağlık gibi belirli alanlara özgü risk tercihini ölçmekte kullanılan sorular o alanda, genel risk tercihi sorusundan daha iyi öngörüde bulunmakla birlikte, risk alma istekliliğinin genel ölçümü, incelenen tüm etki alanlarında tahmin gücüne sahiptir.

Risk alma gönüllülüğü sorusu ile ölçülen risk tutumunun borçluluk, kişilik özellikleri ve bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi (zaman tercihinin temsilen) ile ilişkisini araştıran Daly ve arkadaşları (2010), risk tutumunun borç düzeyi üzerinde güçlü bir etki gösterdiğini, bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ile ilişkisinin ise, zayıf olduğunu bulmuşlardır.

Brown ve arkadaşlarının (2008) bulgularına göre kişiler arası risk tercihindeki farklılık hanehalkı borç birikiminin önemli bir belirleyicisidir ve riskten kaçınma hanehalkı borç birikiminin azalmasına yol açar.

Tüketicinin risk tercihi arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama düzeyinin artacağını ileri sürüyoruz. Kredi kartı ile fazla harcama, süreklilik arzettiği taktirde riskli bir davranıştır. Kredi kartı borçları için asgari ödeme tutarları ve yüksek faiz oranları, borçların kolayca birikmesine neden olabilmektedir. Yüksek faizli borç birikimi tüketicilerin finansal yönden güvenliğini tehlikeye atar. Çünkü borçların ödenebilmesi esasen gelecekte elde edilecek gelire bağlıdır ve gelecekteki iş kaybı, hastalık gibi geliri olumsuz etkileyebilecek yaşam olaylarıyla karşılaşma riski vardır. Risk tercihi düşük olan bireylerin kredi kartı ile fazla harcamanın yol açabileceği finansal risklere karşı duyarlılıkları daha yüksek olacağından kredi kartı ile fazla harcama yapmaktan kaçınmaları beklenir.

Diğer taraftan, tüketicilerin risk alma gönüllülüğü azaldıkça, bütçe yönetimi ve tasarruf yapma pratiklerinin bundan olumlu etkilenmesi beklenir. Risk almak istemeyen tüketiciler giderlerini gelirlerine göre düzenler, işsizlik, hastalık gibi beklenmedik zor durumlar için tasarrufta bulunur, böylelikle fazla harcama yapmaktan kaçınırlar.

Risk tercihi düşük tüketicilerin, daha az sayıda kredi kartına sahip olacağını düşünüyoruz. Farklı bankaların çıkardıkları kredi kartları farklı avantajlar sunmaktadır. Bazı tüketiciler kredi kartlarının sağladığı farklı avantajlarından yararlanmak için farklı kurumların çıkardığı kredi kartlarına sahip olmak isterler. Bu tür avantajlar harcamaları teşvik edebilir. Bazı tüketiciler ise, ödemelerinin bir kısmını bir sonraki aya kaydırabilmek için farklı hesap kesim tarihlerine sahip kredi kartları tutmaktadırlar. Çok sayıda, kredi kartı tutmanın kayıp/çalınma gibi riskleri de bulunmaktadır. Çok sayıda kredi kartına sahip olmak tüketici açısından finansal risk taşır. Bu, hem kredi kartlarının farklı avantajlarının harcamayı teşvik etmesinden ve kolaylaştırmasından, hem de kredi kartının kaybolma/çalınma riskinin bulunmasından kaynaklanır.

Kredi kartı ile taksitli alışveriş, harcamanın gelecekteki gelir akımına uygun olarak kredi kartı ile ödenmesini sağlayacak şekilde borçlanmayı kolaylaştıran bir uygulamadır. Kredi kartı taksit tutumunun tüketicinin borçlanma tutumu ile paralellik göstereceğini varsaymaktayız.

Borçluluk ile pozitif ilişkisi olan risk tercihinin kredi kartı ile taksitli borçlanma tutumu üzerinde de pozitif etkisi olacağını ileri sürüyoruz.

Hipotezler:

- **H3a:** Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. Risk tercihi daha yüksek olan tüketicilerin, kredi kartı ile fazla harcama düzeyi daha yüksektir.
- **H3b:** Risk tercihinin bütçe yönetimi becerisi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H3c:** Risk tercihi ile kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, bütçe yönetimi becerisi aracılık eder.
- **H3d:** Risk tercihinin, sahip olunan kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H3e:** Risk tercihi ile kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki pozitif ilişkiye, sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık eder.
- **H3f:** Risk tercihinin, kredi kartı taksit tutumu üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H3g:** Risk tercihi ile kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kredi kartı taksit tutumu aracılık eder.

1.3.5. Materyalizm (Materyalizm)

Bu çalışmada konu edilen materyalizm tüketici psikolojisi çerçevesinde ele alınmaktadır. Materyalizm, farklı zaman ve kültürlerde yaygın, insan doğasının bir yönünü ifade eden genel bir yapıdır (Belk, 1985; Richins ve Dawson, 1992). Flynn ve arkadaşlarına (2016) göre materyalizm, merkezine maddi malları yerleştiren bir değer sistemini yansıtır.

Richins ve Dawson (1992), materyalizmi, temel yaşam hedeflerine veya arzu edilen durumlara ulaşmak için maddi değerlerin mülkiyeti ve edinilmesine atfedilen önem olarak tanımlamış ve üç alanda kavramsallaştırmışlardır. Bunlar; i) bireyin, kendisinin ve başkalarının başarısını maddi varlıklara ve satın alabildiği malların fiyat ve kalitesine göre

değerlendirmesi, ii) bireyin, maddi değerlere sahip olmayı temel amaç olarak yaşamın merkezinde görmesi ve iii) bireyin maddi değerlerin mülkiyeti ve edinilmesini mutluluğun anahtarı olarak görmesidir.

Materyalizm Richins ve Dawson tarafından bir kişisel değer ve inanç olarak tanımlanırken, Belk (1985) tarafından bir kişilik özelliği olarak tanımlanmıştır (aktaran, Ahuvia ve Wong, 2002). Belk'e (1985) göre materyalizm tüketicinin dünyevi mülklere verdiği önemdir. "Materyalizmin en yüksek seviyelerinde, maddi varlıklar kişinin hayatında merkezi bir yer edinir ve (varlığının) en büyük tatmin ve (yokluğunun) memnuniyetsizlik kaynağı olduğuna inanılır" (s. 265). Belk'e göre materyalist kişilik i) cömert olmama; sahip olduğu şeyleri başkaları ile paylaşmama, ii) gıpta etme; başkalarının sahip oldukları şeyleri arzulama ve ii) mülkiyete sahip olma isteği; mülkiyeti kaybetmekten endişe etme ve daha fazla mülkiyeti kontrol etme isteği özelliklerini taşır.

Inglehart (1990) materyalizmi, (Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki) kendini gerçekleştirme, aidiyet, estetik tatmin ve yaşam kalitesi gibi üst düzey ihtiyaçlardan ziyade, yaşamın devamını ve fiziksel güvenliğini sağlamak için daha düşük düzeydeki ihtiyaçlara kronik bir odaklanma olarak görür. Inglehart, bazı bireylerin ve toplumların neden diğerlerinden daha materyalist olduğuna ilişkin iki görüş ileri sürmüştür. Birincisi, kişinin gelişim yıllarında yaşadığı subjektif ekonomik yoksunluk ve güvensizlik deneyiminin yetişkinlikte materyalizme yol açması; ikincisi ise, aile, akranlar ve rol modellerin sosyal etkisinin öğrenme yoluyla bireyde materyalist eğilimleri şekillendirmesidir (Aktaran, Ahuvia ve Wong, 2002). Ahuvia ve Wong'un (2002) araştırmaları, erken dönem subjektif yoksunluk ve güvensizlik deneyimlerinin, Belk'in kişilik özelliği olarak kavramsallaştırdığı materyalizmi öngördüğünü, ancak Richins'in bir kişisel değer olarak kavramsallaştırdığı materyalizm ile ilgili bulunmadığını göstermiştir. Bulgular, ailenin, akranların, örnek alınan kişilerin şekillendirici sosyal etkisinin ise, hem Belk'in hem de Richins'in materyalizmini öngördüğünü göstermiştir. Araştırmacılar Belk'in ve Richins'in materyalizmi arasındaki bu farkı, Richins'in kişisel değerler materyalizminin daha fazla bilişsel içeriğe sahip olmasına, Belk'in kişilik materyalizminin ise hem duygusal hem de bilişsel içeriğe sahip olmasına bağlamışlardır.

Materyalistlerin materyalist olmayanlara göre fazla borçlanmaya ve taksitli kredi kullanmaya daha istekli oldukları (Ponchio ve Aranha, 2008; Watson, 2003), kredi kartlarını daha kötü kullandıkları (Pirog ve Roberts, 2007), paralarını diğerlerinden daha kötü yönettikleri

(Donnelly, 2012; Watson, 2003) araştırmalarla ortaya konulmuştur. Materyalizm seviyesinin, harcama eğilimi ile ve borçlu olunan para miktarıyla pozitif ilişkili olduğu, para yönetimi becerileriyle (Gardarsdóttir ve Dittmar, 2012) negatif ilişkili olduğu gösterilmiştir.

Richins'e (2011) göre materyalizm, satın alma sonucunda bireylerin yaşamlarında olumlu değişimlerin gerçekteleēeęine dair güçlü bir inanca ve borçlanmaya karşı daha olumlu bir tutuma yol açar. Bu inanç ve tutum birlikte, fazla kredi kullanımına neden olur. Materyalist tüketiciler yaşamlarında dönüşüm gerçekteleētireceęini düşündükleri ürünleri edinmek için fazla harcama yaparlar. Richins (2011) bir ürünün edinilmesi ve kullanılmasıyla kişinin kendisinin veya hayatının önemli ve anlamlı bir şekilde dönüşeceği beklentisini dört yaşam alanında sınıflandırır: i) Kişinin kendisiyle ilgili dönüşüm beklentisi; kendisiyle ilgili memnuniyetsizliğinden kaynaklanır, kendine olan saygısını artırmak, başkalarının saygısını kazanmak için kendisinin daha iyi bir versiyonu olmasını sağlayacağını düşündüğü nesnelere sahip olmak ister. ii) Kişiler arası ilişkilerin iyileşme/gelişme beklentisi; arzulanan nesnelere sahip olarak diğer insanlarla ilişkilerde olumlu değişiklikler gerçekteleēeęi beklenir. iii) Hazcı dönüşüm beklentisi; edinilen ürünler yoluyla yaşamda eğlence, heyecan veya diğer zevklerin artacağı beklenir. iv) Kişinin yaşamında etkinlik kazanacağı beklentisi; satın alınan ürünlerle yetenek ve yetkinliklerde veya yaşam üzerinde sahip olunan kontrol düzeyinde anlamlı iyileştirmeler olacağı beklenir. Bu tür dönüşümler, yeterlilik, kontrol, bağımsızlık ve stresi azaltma duyguları ile ilişkilendirilir.

Donnelly ve arkadaşları (2012), materyalizmin her üç bileşenini ayrı ayrı incelemişler ve materyalizmin mutluluk boyutu ile nakit yönetimi ve finansal yönetim davranışı arasında güçlü bir negatif ilişki bulunduğunu göstermişlerdir. Bu sonucu, materyalizmin nakit yönetimi üzerindeki negatif etkisinin arkasındaki itici gücün maddi varlıkların mutluluk getireceği inancı olduğu şeklinde açıklamışlardır. Çalışmalarında ayrıca, materyalizmin nakit yönetiminin. kredi kartı borcunun, servetin ve kompülsif satın almanın önemli bir tahmincisi olduğunu göstermişlerdir. Bulgularına göre, maddi değerlerle mutluluk arayışı, kredi kartı borcu, servet ve kompülsif satın alma ile temsil edilen finansal refah üzerinde önemli etkiye sahip olan nakit yönetiminin bir yordayıcısıdır.

Santini ve arkadaşları (2017) tarafından gerçekteleētirilen meta analiz, önceki araştırmalarda gösterilmiş olan, materyalizmin kompülsif alışveriş, gösteriş ve statü tüketimi üzerinde dürtüsel satın alma ve satın alma niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu teyit etmiştir

(Moschis vd., 2013; Donnelly vd., 2013; Lee vd., 2014; Sangkhawasi ve Johri, 2007, Shukla, 2012; Segev vd., 2015; Aktaran, Santini et al., 2017).

Materyalizmin kompülsif satın almayı tahmin ettiğini gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (örneğin; O'Guinn ve Faber, 1989; Faber ve O'Guinn, 1992; Richins ve Dawson, 1992; Dittmar, 2005; Donnelly vd., 2012; Donnelly vd., 2013; Gardarsdottir ve Dittmar, 2012). Duygu durumunu iyileştirme amacı materyalist tüketicilerde kompülsif satın alma eğilimine yol açar (Dittmar, 2005; Donnelly vd., 2013). Alışveriş yapmaktan alınan haz, duygu durumundaki olumsuzluklara uzun vadede çare olamayacağından, hızlı alışveriş duygu durumundaki her bozulmada tekrar ederek materyalizm ile kompülsif satın alma davranışı arasındaki ilişkiye aracılık eder.

Diğer taraftan materyalistler toplumda statülerini yükseltecek şeylere sahip olmayı isteme eğilimindedirler. Materyalistler muhtemelen başkaları tarafından nasıl algılandıklarını önemsemeleri nedeniyle statü simgeleyen ürünler satın alırlar (Donnelly vd., 2016). Daha materyalist insanlar, pahalı malları daha fazla satın almanın toplumda başarı göstergesi olduğu ve onlara saygınlık kazandırdığını düşündüklerinden, pahalı ürünleri daha görünür şekilde tüketme alışkanlığına sahiptirler (Fournier ve Richins, 1991), Flynn vd., (2016) statü tüketiminin, satın alma yoluyla statü kazanma arzusunun, materyalizmin alışveriş ve satın alma üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiğini göstermiştir. Statü tüketiminin benzer şekilde, materyalizmin kredi kartı ile fazla harcama üzerindeki etkisine aracılık etmesi beklenir.

Fitzmaurice ve Comegys (2006), materyalist tüketicilerin mağazalarda daha uzun süre kalmaları nedeniyle daha fazla harcama olasılığının daha yüksek olduğunu ileri sürmüşlerdir. Segev ve arkadaşları (2015) materyalizm ile bir satın alma için harcanan zaman arasında pozitif ilişki bulunduğunu doğrulamıştır. O'Guinn ve Faber'e (1989) göre mağazada daha fazla zaman geçiren tüketiciler, çevresel uyaranlara daha uzun süre maruz kalacaklarından, hem dürtüsel hem de kompülsif satın alma olasılıkları artar.

Araştırma bulguları, materyalistlerin yaşam memnuniyetinin düşük olduğunu (Ahuvia ve Wong, 2002) ve sahip oldukları para miktarını yetersiz hissettiklerini (Christopher, Marek ve Carroll, 2004) göstermektedir. Richins, (2013) göre, bir şey satın almadan önce materyalistler diğerlerine göre daha yüksek beklenti düzeyine ve satın alınacak malla ilgili

olumlu duygulara sahiptirler. Bununla birlikte, satın alındıktan sonra mallar bu beklentileri karşılayamaz veya olumlu duygular zamanla azalır. Olumlu duyguları sürdürmek için materyalistler sürekli olarak yeni şeyler satın alma ihtiyacı duyarlar. Bu nedenle, gelirlerini ihtiyaçlarını karşılamak için yetersiz bulmaları ve krediye erişimin en kolay yolu olan kredi kartlarıyla fazla harcama eğiliminde olmaları, çok sayıda kredi kartına sahip olmaları ve kredi kartı ile taksitli harcama tutumlarının daha olumlu olması beklenir. Ayrıca, materyalizmin tüketici üzerinde kredi kartı etkisini artırması beklenir. Materyalist tatmin arayışları, tüketicilerin kredi kartı harcamalarının ve borçluluğunun artmasında farkı yollardan etki göstererek önemli rol oynar.

Hipotezler:

- **H4a:** Materyalizmin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. Tüketicilerin materyalizm düzeyi arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama düzeyi artar.
- **H4b:** Materyalizmin kompülsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Tüketicilerin materyalizm düzeyi arttıkça kompülsif satın alma artar.
- **H4c:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H4d:** Materyalizmin sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Tüketicilerin materyalizm düzeyi arttıkça sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi artar.
- **H4e:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, sosyal statü, gösteriş imaj tüketimi aracılık eder.
- **H4f:** Materyalizmin hazcı alışveriş üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H4g:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, hazcı alışveriş aracılık eder.
- **H4h:** Materyalizmin dürtüsel satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır.

- **H4i:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, dürtüsel satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H4j:** Materyalizmin, bütçe yönetimi becerisi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H4k:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, bütçe yönetimi becerisi aracılık eder.
- **H4l:** Materyalizmin, gelir yeterliliği değerlendirmesi üzerinde negatif etkisi vardır. Daha yüksek materyal değerlere sahip tüketicilerin, tüketim arzusu daha yüksek olduğundan gelirlerini ihtiyaçlarını karşılama konusunda daha yetersiz bulurlar.
- **H4m:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye gelir yeterliliği değerlendirmesi aracılık eder.
- **H4n:** Materyalizm düzeyi arttıkça, tüketici üzerindeki kredi kartı etkisi artar.
- **H4o:** Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye harcamalarda kredi kartı etkisi aracılık eder.
- **H4p:** Materyalizmin, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H4r:** Materyaliz ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye taksitli ödeme tutumu aracılık eder.
- **H4s:** Materyalizmin, sahip olunan kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H4t:** Materyaliz ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık eder.

1.3.6. Bütçe Yönetimi Becerisi (Budget Management Skill)

Bütçe ve tasarrufları yönetmenin ilk adımı bütçe oluşturmaktır. Bütçe, en basit tanımıyla gelir gider dengesinin sağlanmasına rehberlik eden bir planlamadır. Bütçe, belirli bir dönemde sınırlı finansal kaynakların belirli amaçlar doğrultusunda, alternatif kullanım

alanları arasında rasyonel dağıtımına rehberlik eder, uygulamanın izlenmesini ve kontrolünü kolaylaştırır. Bütçe yapıp uygulayan bireylerin bir kısmı bütçelerini yazılı olarak yürütürken büyük bir kısmı da zihinsel muhasebe şeklinde yürütürler. Thaler (1999), zihinsel muhasebeyi, “bireyler ve haneler tarafından finansal faaliyetleri organize etmek, değerlendirmek ve takip etmek için kullanılan bilişsel işlemler kümesi” olarak tanımlamıştır (s. 183).

Tüketicilerin refahı için bütçe yapma ve uygulamanın önemi araştırma bulgularıyla da gösterilmiştir. O’Neill ve arkadaşları (2017), bütçe uygulaması ile sağlık ve finansal alandaki pratikler arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunduğunu göstermişlerdir. Xiao ve O’Neill, (2018), arzulanan finansal davranışların bütçe yapma davranışı ile pozitif ilişkili olduğunu, ekonomik kaynaklar azaldıkça bireylerin bütçe yapma davranışının arttığını ve bütçe yapmanın finansal davranışlar hiyerarşisinin en altında yer aldığını ileri sürmüşlerdir. Araştırma sonuçlarına göre finansal yeterliliği artırmak için bütçe yapmak önemlidir. Bütçe yapmak, düşük gelirli tüketicilerin finansal refahı için daha da önemlidir (Xiao ve O’Neill, 2018).

Hilgert ve arkadaşları (2003), finansal yönetimin sırasıyla nakit yönetimi, kredi yönetimi, tasarruf yönetimi, yatırım yönetimi olmak üzere hiyerarşik bir yapıya sahip olduğunu, bu davranışsal hiyerarşinin, bireyler arasındaki gelir farklılıkları nedeniyle ortaya çıktığını ileri sürmüşlerdir. “Örneğin düşük gelirli bireyler nakit yönetimi uygulayabilir ve kredi kullanabilir fakat tasarruf ve yatırım yapamayabilirler” (Hilgert vd., 2003, s.311).

Bütçe yönetimi tüketim harcamaları üzerinde bir kontrol görevi görmektedir. Hoch ve Loewenstein’a (1991) göre, tüketiciler hem kısa vadeli duygusal faktörlerden hem de uzun vadeli rasyonel kaygılardan etkilenirler, bu da anlık arzular ve irade arasında bir çatışmaya neden olur. Bu nedenle, gelirle uyumsuz anlık arzuları/duyguları tatmin amaçlı tüketim, bilişsel değerlendirmeler devre dışı kaldığında, uzun vadeli hedefleri geçersiz kılar. Bununla birlikte, gelirle uyumsuz satın alma dürtülerine direnerek uzun vadeli tercihlere öncelik vermek kişinin kendini kontrol kapasitesine bağlıdır (Baumeister, 2002). Baumeister, gelirle uyumsuz tüketimin özkontrol eksikliğinde ortaya çıktığını ileri sürmüştür. Bu konudaki öz kontrol eksikliğini üç nedene bağlamıştır. Bunlar; i) amaçların ve standartların net olmaması, ii) kişinin bulunduğu durumdan olmak istediği noktaya ulaşmak için bir izleme sisteminin olmaması ve iii) hedeflediği davranışı gerçekleştirmek için kendini kontrol ve düzenleme

kapasitesinin olmamasıdır. Dolayısıyla, insanların gelirleriyle uyumsuz tüketimlerini azaltabilmelerinin bir yolu bütçe oluşturarak harcama davranışlarını izlemeyi mümkün kılan bir standart sağlamalarıdır. Ayrıca, finansal davranışları izlemek, planlanan finansal davranışları gerçekleştirmek için bireylerin kendilerini düzenleme ve kontrol etme kapasitesini artırmaktadır. İnsanların davranışlarını izlemeleri daha az harcamalarına ve daha fazla tasarruf etmelerine yol açmaktadır (Oaten ve Cheng, 2007). Bu nedenlere dayanarak, Donnelly ve arkadaşları (2013) para yönetimindeki zayıflığın kompulsif satın almayı tahmin ettiğini göstermişlerdir. Aynı şekilde Pham ve arkadaşları (2012) da, finansal yönetim uygulamalarının materyalizmin kompulsif satın alma üzerindeki etkilerini tamponladığını göstermiştir.

Bu çerçevede bütçe yönetimi becerileri arttıkça, tüketicilerin özkontrol ve kendini düzenleme becerilerinin de artarak; arzu ve duygular tarafından yönlendirilen kompulsif satın alma eğilimi, dürtüsel satın alma eğilimi, hazcı alışveriş ve sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimlerinin azalacağını, bu nedenle, kredi kartı ile fazla harcamada bulunmayacaklarını ileri sürmekteyiz. Ayrıca, bütçe yönetimi becerileri arttıkça, tüketicilerin kredi kartı ödemelerini ve borçlarını da daha iyi yönetmeleri beklenir.

Düşük nakit yönetimi becerilerinin yüksek miktarda borçla ilişkili olduğu bulgusu, borçla ilgili psikolojik araştırmaların ortak sonucudur (Gardarsdóttir ve Dittmar, 2012). Donnelly ve arkadaşları (2012), nakit yönetiminin; kredi kartı borcu, kompulsif satın alma ve servetin, çalışmalarına dâhil edilen diğer (materyal değerler, kişilik özellikleri ve demografik) değişkenler arasında en güçlü yordayıcısı olduğunu göstermişlerdir. Bu çalışmada ayrıca, gelecek zaman yönelimi (future orientation), dış kontrol odağı (external locus of control) ve risk toleransının (risk tolerance) para yönetiminin öncülleri olduğu gösterilmiştir. Araştırmamızda da benzer yapılar olan, bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ve risk tercihi bütçe yönetimi becerisinin öncülleri olarak tanımlanmıştır.

Bütçe yönetme becerisi daha yüksek tüketicilerin, gelirlerini daha etkin kullanmaları, ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalarında daha rasyonel, daha planlı ve kontrollü davranmaları beklenir. Gelirlerini etkin kullanan tüketicilerin, gelirlerinin ihtiyaçlarını karşılama yeterliliğini de daha yüksek değerlendirmeleri olasıdır. Kendi gelirleri ile uyumlu yaşayabilen bireylerin kredi kartı ile fazla harcama olasılıklarının daha düşük olması beklenir.

Bütçe yönetimi becerisi düşük tüketicilerin harcamalarını finanse edebilmek için daha fazla sayıda kredi kartına sahip oldukları düşünülmektedir.

Hipotezler:

- **H5a:** Bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H5b:** Bütçe yönetimi becerisinin kompulsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H5c:** Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H5d:** Bütçe yönetimi becerisinin sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H5e:** Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi aracılık eder.
- **H5f:** Bütçe yönetimi becerisinin hazzı alışveriş üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H5g:** Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye hazzı alışveriş aracılık eder.
- **H5h:** Bütçe yönetimi becerisinin dürtüsel satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H5i:** Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye dürtüsel satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H5j:** Bütçe yönetimi becerisinin, tüketicinin gelir yeterliliği değerlendirmesi üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H5k:** Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye gelir yeterliliği değerlendirmesi aracılık eder.

- **H5I:** Bütçe yönetimi becerisinin, tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H5m:** Bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık eder.

1.3.7. Kompulsif Satın Alma Eğilimi (Compulsive Buying)

Edwards (1993), kompulsif satın alma davranışını baskın, kontrol edilemeyen, kronik ve tekrarlayan satın alma ve harcama dürtüsüyle yapılan anormal bir alışveriş ve harcama biçimi olarak tanımlamıştır. Kompulsif satın alma, pazarlama literatüründe Faber ve O'Guinn (1989) tarafından "olumsuz olaylara veya duygulara birincil tepki haline gelen kronik, tekrarlayan durdurulması çok zor hale gelen ve nihayetinde zararlı sonuçlara yol açan satın alma" olarak tanımlanmıştır (s. 155). Faber ve O'Guinn'e göre;

Çoğu insan için satın alma günlük yaşamın normal ve rutin bir parçası iken, kompulsif satın alıcıların güçlü satın alma dürtülerini kontrol edememeleri yaşamlarına nüfuz ederek, önemli ve bazen ciddi sonuçlara yol açar. Kompulsif satın alma, yüksek borçlanma düzeyleri, anksiyete ve hayal kırıklığı, öznel kontrol kaybı duygusu ve ailevi sorunlar gibi sonuçlara yol açar (s.147).

Literatürde kompulsif satın alma, bazı çalışmalarda kompulsif ve kompulsif olmayan tüketiciler şeklinde ikiye ayrılarak tanımlanırken (O'Guinn ve Faber, 1989), bazı çalışmalarda da bu davranışın dereceleri olarak tanımlanmıştır (Hirschman, 1992). Bu çalışmada kompulsif satın alma eğilimi bir davranışın dereceleri olarak görülmüştür.

Kompulsif satın alma araştırmaları, kompulsif alıcıların çevresel uyaranlara daha güçlü tepki verdiğini (Black, 1996) ve normal tüketicilere kıyasla satın alımları hakkında rasyonel değerlendirmeler yapamadıklarını göstermiştir (O'Guinn ve Faber, 1989; Black, 2007). DeSarbo ve Edwards'a (1996) göre "kompulsif ve bağımlılık yaratan satın alma, tüketicinin rasyonel olduğunu varsayan ekonomik teorileri ihlal eder".

Kompulsif alıcılar diğer bireylere kıyasla satın alma sırasında daha fazla satın alma dürtüsü hissetmekte, daha fazla ürün satın almakta ve toplamda daha fazla para harcamaktadırlar (Williams, 2012). Kompulsif satın alma öncesinde alıcılar, genellikle satın almaya yönelik karşı konulamaz bir dürtü hissettiklerini ifade ederler, satın alma davranışları üzerinde

kontrol kaybı yaşarlar ve olumsuz sonuçlarını görmelerine rağmen satın almaya devam ederler (Dittmar, 2004).

Kompulsif satın alma davranışının nedenlerini ve bunun demografik ve psikolojik faktörlerle bağlantısını araştıran çok sayıda çalışma yapılmıştır. Kompulsif satın alma davranışının kadınlar ve gençlerde daha yaygın olduğu gösterilmiştir (O'Guinn ve Faber, 1989; Black, 2007; Dittmar, 2005; Ridgway vd., 2008; Koran vd., 2006; O'Guinn ve Faber, 1989). Gelirin kompulsif satın alma davranışı ile ilgisi yüksek bulunmamakla birlikte, kompulsif satın alma davranışının en şiddetli biçimlerinin satın alma dürtüsünü kontrol yeteneği düşük olan dar gelirli kişilerde bulunduğu gösterilmiştir (Black, 2007). Kompulsif alışveriş yapanlar tarafından satın alınan ürünlerin pahalı olmamakla birlikte, miktar olarak fazla harcamaya yol açtığı gözlemlenmiştir. Kompulsif alıcılar tarafından satın alınan tipik ürünler arasında giysiler, ayakkabılar, mücevherler, kozmetikler ve ev eşyaları bulunmaktadır (Schlosser vd., 1994).

Kompulsif alıcılar, hem duygusal bir iyileşme umuduyla hem de kimliklerini geliştirme motivasyonu ile alışveriş yaparlar (Donnelly vd., 2013). Kompulsif satın alma aynı zamanda, özdeğer ve benlik saygısını artırma ve sosyal statüyü yükseltme amacına yönelik bir davranış olarak da görülmektedir (Roberts ve Pirog, 2004; Roberts ve Jones 2001). Kompulsif alıcıların giyim, kozmetik, aksesuar gibi ürünlere daha fazla para harcamaları çekici görünme ihtiyacı ve sosyal onayın kompulsif alıcılar için önemini ortaya koymaktadır (Gupta, 2013).

Araştırmalar kompulsif alıcılarda bazı psikolojik bozukluklara daha yüksek oranda rastlandığını göstermektedir. Black ve arkadaşları (1998) kompulsif satın alma davranışı gösteren kişilerin, yaşam boyu duygudurum bozukluklarına özellikle majör depresyon ve genel olarak daha fazla psikiyatrik bozukluğa maruz kalma olasılığının diğer bireylerden daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Christenson ve arkadaşları (1994), kompulsif alıcıların normal alıcılardan daha fazla duygudurum, kaygı, yeme, dürtü kontrolü ve madde kullanım bozukluklarına sahip olduklarını bulmuşlardır. Desarbo ve Edwards (1996), kompulsif tüketimi bağımlılık, materyalizm, mükemmeliyetçilik, depresyon, onay arama, düşük benlik saygısı, heyecan arayışı ve dürtü kontrolü eksikliği ile ilişkilendirmişlerdir. İki araştırmada ise, kompulsif alıcılar depresyon, kaygı ve obsesyona ilişkin ölçümlerde yüksek puan alırken, benlik saygısı ölçümlerinde düşük puan almışlardır (O'Guinn ve Faber 1989).

Kompulsif alıcılar olumsuz duygular yaşadıklarında, kendilerini iyi hissetmek için satın almaya yönelirler (Miltenberger vd., 2003). Satın alma kompulsif alıcıların geçici duygusal rahatlama, sakinleşme, mutluluk, coşku gibi olumlu duygular hissetmelerini sağlar. Bununla birlikte, kompulsif davranıştan kaynaklanan olumsuz sonuçlar; düşük benlik saygısı, suçluluk gibi duyguları ortaya çıkararak, yeniden iyi hissetmek için davranışın tekrarlanmasını motive eder. Bu şekilde pozitif pekiştirmenin yaşandığı bir geri bildirim döngüsü ortaya çıkar. Olumsuz duygular her ortaya çıktığında kompulsif alışveriş edimsel koşullu yanıtlar (operant conditioned responses) haline gelir. Bu sürecin devamında kompulsif alıcılar, satın alınan ürünlerden değil, satın alma sürecinin kendisinden psikolojik fayda elde ederler. (O'Guinn ve Faber, 1989).

Kompulsif satın alma davranışının ileri düzeyleri kompulsif satın alma bozukluğu olarak tanımlanmakta ve tedavi gerektiren ciddi bir klinik sorun olarak kabul edilmektedir (Black vd., 1998). Kompulsif satın alma bozukluğu olan kişiler, alışveriş ve harcama ile çok meşgul olduklarını, zamanlarının önemli bir bölümünü buna ayırdıklarını, satın alma öncesinde genellikle artan dürtü ve endişe hissettiklerini, alışveriş ve satın alma sırasında yoğun bir heyecan duyduklarını, satın alma ardından ise genellikle pişmanlık, suçluluk, hayal kırıklığı gibi duygular hissettiklerini ifade etmektedirler (Black, 2007). Christenson ve arkadaşları (1994), deneklerinin % 92'sinin satın alma dürtülerine direnmeye çalıştığını, ancak çoğunlukla başarılı olamadıklarını bildirmiştir. Denekler, satın alma dürtüsü yaşadıkları zamanın %74'ünün satın almayla sonuçlandığını belirtmişlerdir. Christensen ve arkadaşları (1994), birçok kompulsif alıcının alışveriş yaparken mutlu (% 83) veya güçlü (% 71) hissettiğini, çoğu zaman bu geçici duygusal yükselişi hayal kırıklığına uğramış bir ruh halinin izlediğini göstermişlerdir. Schlosser ve arkadaşları (1994), katılımcılarının %74'ünün alışveriş yaparken kontrolden çıktığını, satın aldıktan sonra ürünü iade etmek, ürünü ambalajından çıkarmamak, ürünü satmak ve başkasına vermek gibi bir dizi davranış bildirdiklerini raporlamışlardır (Aktaran, Black, 2007 s.15).

Christenson ve arkadaşları (1994) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, satın almayı kompulsif alıcıların %66,7'si obsesif kompulsif bozukluğa benzer şekilde tanımlarken, %95,8'i dürtü kontrol bozukluğuna benzer tanımlamışlardır. Kompulsif satın alma davranışında dürtü kontrolü sorunu bulunmakla birlikte, dürtüsel satın alma davranışından farkları bulunmaktadır. Desarbo ve Edwards (1996) çalışmalarında, dürtüsel satın alma

dışsal bir uyarana yanıt olarak ortaya çıkarken, kompulsif satın alma duygusal istikrarsızlık, anksiyete ve dürtüsellik gibi içsel ve psikolojik bir tetikleyiciye yanıt olarak ortaya çıktığı argümanı desteklenmiştir. Dürtüsel satın almanın arzulanan ürüne fiziksel yakınlık ve tatmini erteleyememe ile motive edildiğini gösteren araştırmalar bulunmaktadır (Rook ve Fisher, 1995). O'Guinn ve Faber (1989) dürtüsel satın almanın zaman zaman ortaya çıkan dürtü kontrolü eksikliğinden kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir. Öte yandan kompulsif satın alma, duygusal dalgalanmalar, psikolojik gerilimler, olumsuz duygularla ilişkilendirilmiştir (Valence vd., 1988; Faber ve O'Guinn, 1992).

Rook ve Fisher'e (1995) göre, dürtüsellığı yüksek tüketiciler bile her spontane satın alma dürtüsüne boyun eğmezler. Bilgi ve mali sorumluluk duygusu, sosyal görünürlük ve / veya kişinin davranışına ilişkin farkındalık gibi çeşitli faktörler, tüketicinin dürtüsel duygudan dürtüsel eyleme geçişini kesintiye uğratabilir. Bununla birlikte, çoğu kompulsif alıcının olumsuz öz saygı ve içsel değer duygularını yatıştırma motivasyonları çok güçlü olduğundan bu gibi faktörler aşırı satın alma davranışlarına engel olamaz

Tüketicilerin kompulsif satın alma davranışlarından üretici ve satıcılar kar elde ettiğinden bu davranış reklamlar ve pazarlama yöntemleri ile teşvik görmektedir.

Reklam endüstrisi tüketicilere sorunlarını ürünlerle çözmeyi öğretiyor ve öyle başarılılar ki artık çoğumuz herhangi bir rahatsızlık duygusunu en sevdiğimiz ilaç olan tüketim ile çözmeye yönleniyoruz. Kutlamalarımızdan hayal kırıklıklarımıza tüm yaşam deneyimlerimize verdiğimiz güçlü duygusal tepki alışveriş olmaktır. "Maddi olmayan ihtiyaçların maddi olarak karşılanması... alışveriş, neşe ve üzüntüye, iyi veya kötü şansa, çaresizliğe ve umuda karşı programlanmış yanıtımız haline geldi. Dolayısıyla madde bağımlılığı olarak kabul edilir" (De Graaf, vd., 2005 s. 2).

Kompulsif satın alma, normal satın almadan dürtüsel satın almaya, stres ve anksiyeteden başlıca kaçış aracı olmaya ve sonunda bağımlılığa doğru ilerler (DeSarbo ve Edwards, 1996). Kompulsif satın alma bağımlılık haline geldiğinde, bireylerin yaşamlarını ciddi anlamda olumsuz etkilemektedir. Satın alma davranışı, bireyin aile ve arkadaşlarıyla ilişkileri, iş yaşamı, mali durumu gibi yaşamının farklı alanları üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaya başlayıp yaşamının normal işleyişini bozacak hale geldiğinde yıkıcı olarak kabul edilir . Kompulsif alıcılar, satın alma yoluyla öncelikle olumsuz duygular ve ruh hali ile başa çıkmayı amaçlasalar da, aşırı satın alma paradoksal olarak çoğunlukla strese ve olumsuz ruh haline yol açan finansal sorunlara neden olur (Miltnerberger vd., 2003). Araştırmalar, kompulsif alıcıların alışverişlerini finanse etmek için diğer tüketicilere göre

daha fazla kredi kullandıklarını göstermiştir (DeSarbo ve Edwards, 1996; Black 2007). Schlosser ve arkadaşlarının (1994) araştırmasında ise, deneklerinin %85'i kompülsif satın alma sonucu borçlarıyla ilgili endişelerini dile getirmişlerdir (Aktaran, Black, 2007).

Kompülsif alıcılar, yoğun kredi kartı kullanıcılarıdır. Kompülsif satın alma aşırı kredi kartı kullanımına (Lo ve Harvey, 2011), yüksek kredi kartı borcuna (Brougham vd., 2011; Joireman vd., 2010) yol açar. Araştırmalar, kompülsif tüketicilerin finansal limitlerini artırmak için fazla sayıda kredi kartına ve daha yüksek kredi kartı bakiyesine sahip olduğunu göstermiştir (O'Guinn ve Faber, 1989; Dittmar, 2005; Black 2007). Black'e (2007) göre, kompülsif alıcıların ödeme yöntemi olarak nakit kullanma olasılıkları daha düşüktür. Roberts'a (1998) göre ise, kredi kartı kullanarak kompülsif satın alma sonucunda yüksek düzeyde borçlanma kaçınılmazdır.

Kompülsif satın alma, yalnızca etkilenen birey için değil, çevresindeki kişiler ve alacaklılar için de ciddi sonuçlara yol açma potansiyeline sahiptir. Kompülsif alıcılar, fazla harcama sonucunda aşırı miktarlarda borçlanırlar. Yönetemeyecekleri miktarda borçlanmaları kendileri ile birlikte aileleri için de ekonomik ve duygusal sorunlar yaratabilir (Gupta, 2013). Miltenberger ve arkadaşları (2003), kompülsif satın alma bozukluğu gösteren kişilerin %68'i ilişkilerinin olumsuz etkilendiğini bildirmişlerdir. Kompülsif alıcıların yakınları, kredi kartı ve tüketici kredisi sağlayan bankalar, kredili satış yapan mağazalar kompülsif alıcıların tahsil edilemeyen borçlarının neden olduğu maliyetlere katlanmak zorunda kalabilirler (Roberts ve Jones, 2001).

Hipotezler:

- **H6a:** Kompülsif satın alma eğiliminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. Kompülsif satın alma eğilimi arttıkça, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama düzeyi artar.
- **H6b:** Kompülsif satın alma eğiliminin kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi vardır. Kompülsif satın alma eğilimi arttıkça, kredi kartlarının harcamayı teşvik edici etkisi artar.
- **H6c:** Kompülsif satın alma eğilimi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi aracılık eder.

1.3.8. Kredi Kartı Etkisi (Credit Card Effect)

Kredi kartı araştırmalarında, ödemelerin kredi kartı ile yapılmasının harcamaları teşvik ettiğine dair bulgular vardır. Hirschman (1979) bir mağazada kredi kartı ile ödeme yapan tüketicilerin nakit ya da çek kullananlardan daha fazla harcama yaptıklarını tespit etmiştir. Prelec ve Simester (2001) bir spor karşılaşmasının tükenmiş biletleri için yapılan müzayedede ödemenin kredi kartı ile yapılacağı söylenen grubun, nakitle ödeme yapılacağı söylenen gruba göre iki kat daha yüksek teklifte bulunduğunu göstermiştir. Feinberg'in (1986) deneysel çalışmasında ise, ortamda bir harcama uyarısının (kredi kartı logosu) bulunmasının harcama tepkilerini tetikleyebileceği hipotezi test edilmiştir. Deneklere çeşitli tüketici ürünleri için ne kadar ödeme yapmaya gönüllü oldukları sorulmuştur. Kredi kartı logosunun (görünüşte deneyle alakasız biçimde) ortamda bulunması, deneklerin harcama olasılığını, harcama kararının hızını ve harcama miktarını (%50-%200 arasında) artırmıştır.

Raghuram ve Srivastava (2008) tarafından gerçekleştirilen deneysel başka bir çalışmada katılımcılardan, bir şükran günü partisinin maliyeti için tahminde bulunmaları istendiğinde toplam maliyet, kredi kartı ile ödeme koşulunda nakit ödemeye göre önemli ölçüde yüksek tahmin edilmiştir. Katılımcılardan satın alınacak her bir ürünün maliyetini ayrı ayrı düşünmeleri ve bunları toplamaları istendiğinde ise nakit ve kredi kartı ile ödeme arasında tahmin farkı kalmamıştır.

Hafalir ve Loewenstein'in (2011) bir sigorta şirketinin kafeteryasında gerçekleştirdikleri deneysel çalışmada ise, bazı çalışanlar öğle yemeğini ödemek için kredi kartı kullanırken diğerleri nakit ödemek zorunda bırakılmışlardır. İki grubun ne kadar harcadığı karşılaştırıldığında önemli bir fark bulunmamıştır. Araştırmacılar, deneyin koşullarındaki kısıtlılıkların sonucu etkilemiş olabileceğini belirtmişlerdir.

Literatürde kredi kartlarının harcamaları artırma nedenine ilişkin farklı açıklamalar bulunmaktadır. Kredi kartları tüketicilerin para taşıma, ödeme anında para bulundurma ihtiyacını ortadan kaldırır, işlem maliyetlerini düşürür, harcamalarda likidite kısıtını azaltır, ödeme işlemini kolaylaştıran bu özellikleri nedeniyle tüketici harcamalarını teşvik edebilir (Roberts ve Jones, 2001).

Davranışsalci araştırmacılar tarafından kredi kartlarının harcamaları artırıcı etkisi, tüketim ile ödemenin anının ayrılmasının ödeme yapmanın verdiği acıyı hafifletmesi, ödemenin görünürlüğünü azaltması, ödemenin hatırdada daha az iz bırakması, kayıptan kaçınma davranışı, klasik şartlanma ve haz beklentisiyle nörolojik ödül ağı aktivasyonu gibi nedenlerle ilişkilendirilmiştir.

Standart ekonomik teoriye göre satın alma kararı verilirken o şey için yapılacak ödeme ile satın alınabilecek diğer şeyler arasında bir tercihte bulunulur. Bir şey satın alınırken vazgeçilen diğer şeyler, o satın almanın alternatif maliyeti olarak adlandırılır. Cüzdanınızda 100 lira olduğunda nakit ödeme ile bir satın alma kararı, cüzdanınızdaki parayı eksilteceğinden, o para ile başka bir satın alma olanağını ortadan kaldırarak, alternatif maliyeti görünür kılar. Kredi kartı ile ödemede varlıktaki eksilme görünür olmadığından bu eksilmeden dolayı vazgeçilen diğer şeylerin farkındalığı da azalmaktadır. Kredi kartları, vazgeçilen tüketimin belirginliğini azalttığından, harcama eğilimini artırır (Prelec & Loewenstein, 1998)

Kredi kartları satın almayı ödeme işleminden ayırarak (decoupling) ödemeyi bir aya kadar geciktirir. Kredi kartı borcu zamanında tamamıyla ödenmeyip, bakiye devredilirse gecikme süresi uzar. Farklı harcamalar devreye girdiğinde ise ödeme tarihi iyice belirsizleşir. Bu belirsizlik ödeme yapmanın acısını (rahatsızlığını) hafifletir. Bu nedenle kredi kartı ile ödeme, tüketiciler için nakit ödeme halinde satın almaktan elde edilecek fayda ile ödecek fiyat arasında kurulan dengeyi bozarak, maliyetin daha düşük algılanmasına veya hepten akıldan çıkmasına yol açabilir. Bu da ödenecek bedelin harcamayı frenleyici etkisini azaltır. (Prelec ve Loewenstein, 1998; Thaler, 1999).

Soman (2001) gerçekleştirdiği bir laboratuvar deneyine dayanarak geçmişteki ödemelerin yapılma biçiminin tüketicilerin gelecekteki harcama davranışını etkilediğini ileri sürmüştür. Nakit ödemelerde tüketici servetindeki azalma belirgin görünmektedir. Çekle ödeme yapılması halinde tutarın elle yazılması gerektiğinden ödenen tutar hatırdada kalıcı olmaktadır. Servetteki azalmanın farkında olunması ise, kayıptan kaçınma davranışını tetikleyerek sonraki harcamaları azaltmaktadır. Kredi kartı ile ödemelerde, bu özellikler zayıflamaktadır. Bu nedenle, harcamalarını kredi kartları ile yapan tüketiciler, geçmiş harcamalarını olduğundan az değerlendirme eğilimindedirler. Kredi kartı kullanan tüketiciler, kredi kartları

ve kredi kartı limitleri ile gelirlerinden daha fazla satın alma gücüne sahip oldukları yanılısaması yaşarlar (Soman, 2001).

Soman'ın (2003) izleyen araştırmasının bulguları, farklı ödeme biçimlerinde ödemenin görünürlüğünün farklılaştığını, bunun da zincirleme olarak ödeme yapmanın acısını ve harcama davranışını etkilediğini göstermektedir. Nakit, sayılarak elden verildiği için ödemelerin görünürlüğü belirgindir. Kredi kartı ile yapılan ödemelerde ise hem fiziksel, hem de miktar olarak görünürlük zayıflamaktadır, dolayısıyla ödeme yapmanın acısı da zayıflamaktadır. Bu nedenle, ödemenin kredi kartı ile yapılması harcamalar ve tüketimde artışa yol açmaktadır (Soman 2003).

Mazar, Plassmann ve Robitaille, (2017) beyin görüntüleme teknikleri kullanarak yaptıkları araştırmada satın alma kararının beyindeki ağrı işleme bölgelerini harekete geçirdiğine dair kanıtlar bulmuşlardır. Bulgular, nakit para ile ödeme beklentisinin gerçek bir duygusal acı deneyimini tetiklediğini ve bu acı deneyiminin büyüklüğünün, kişinin ödemeyi beklediği tutarın büyüklüğüne göre değiştiğini göstermiştir. Duygusal acı algısı ödemede bulunma isteğini azaltmaktadır.

Feinberg (1986) ise, kredi kartlarının harcamalar üzerindeki etkisini klasik şartlanma ile açıklamıştır. Feinberg'e göre insanlar işlem kolaylığı nedeniyle kredi kartları ile harcama yaparken, malların satın alınmasının yarattığı olumlu duygu, zamanla kredi kartı uyarıcılarına koşullu bir tepki olarak harcama davranışını ortaya çıkarma yeteneği kazanır. Feinberg'in bu etkileri açıklamaya yönelik klasik şartlanma tahmini Banker ve arkadaşlarının (2021) beyin görüntüleme yöntemleri ile yaptıkları araştırmada destek bulmuştur.

Banker ve arkadaşlarının (2021) araştırma bulguları, beyindeki nörolojik ödül ağının, kredi kartlarıyla satın alma deneyimleri tarafından kronik olarak duyarlı hale getirildiğini göstermiştir. Katılımcıların beyinlerindeki ödül ağı aktivasyonunda kredi kartı ile ve nakit para ile ödeme yapmaları arasında fark bulunduğu tespit edilmiştir. Bir arzunun anımsatıcı bir ipucu ile tetiklenmesi gibi, kredi kartı logosuna maruz kalmak da ödül ağı duyarlılığını tetiklemektedir. Tüketimden beklenen hazzın (ödül) peşinden gitmek için tetiklenen dürtü, fazla harcamayı körükleyebilir. Kredi kartı ipuçları, kredi kartının ödeme acısını hafifletmekten ziyade, ürünlerle ödüllendirilme arayışını etkinleştirmektedir. Kredi kartı ile satın almalarda deneyimlenen haz, daha sonra bir referans noktası olarak hizmet eden

beklentiler oluşturmakta ve satın almama durumunda kayıp olarak algılanmaktadır. Daha önce bağımlılık davranışını açıklayan bu model, kredi kartlarının harcamayı teşvik etmesini de açıklamaktadır. “Kredi kartı harcamalarını kolaylaştırmaya dâhil olan sinirsel mekanizmaların, geçmişte bağımlılık yapan davranışlara dâhil olan sinirsel mekanizmalarla benzerlikler paylaşması dikkat çekicidir. Kanıtlar kredi kartı ipuçlarının, madde bağımlılığı çalışmalarında tespit edilen, bir işaretle tetiklenen mekanizmaların ayırt edici bir özelliği olan striatumda ödül ağı duyarlılığına yol açtığını göstermektedir” (Banker vd., 2021, s.7). Araştırmada katılımcılara verilen alışveriş görevinin akabinde doldurtulan anket ile, katılımcıların kredi kartıyla alışveriş yaparken daha dürtüsel davrandıklarının ve daha az fiyat bilincine sahip olduklarının büyük ölçüde farkında olmadıkları da tespit edilmiştir.

Hipotez:

H7: Kredi kartı etkisinin, kredi kartı ile fazla harcama harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. Tüketicilerin kredi kartı etkisine duyarlılığı arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama düzeyi artar.

1.3.9. Sosyal Statü (Statü, Gösteriş, İmaj) Tüketimi

Statü kişiye bir toplum ya da grup içinde başkaları tarafından verilen bir sosyal konumdur. Yüksek statü bir çeşit sosyal güçtür. Başkalarında saygı ve gıpta uyandırır, itibar sağlar (Eastman vd., 1999).

Hayakawa'ya (1963) göre üç tür statü vardır: 1) Önceden belirlenim gereği statü (kraliyet ailesinden olmak gibi), 2) Tüketim yoluyla kazanılan statü (lüks bir arabaya sahip olmak gibi), 3) Başarı ile kazanılan statü (gözde bir mesleğe, işe sahip olmak gibi). İlk statü değiştirilemez. Başarı ile kazanılan statü, alanında en başarılı olanlarla sınırlıdır. Tüketim yoluyla kazanılan statü ise bir kişinin statüsünü yükseltebileceği başlıca mekanizmadır (Aktaran, (Eastman vd., 1999). Günümüzde statü, kişisel, mesleki veya aile itibarından ziyade statü sembolize eden ürünlere sahip olma yoluyla görünür olmaktadır (Roberts ve Jones, 2001).

Eastman ve arkadaşları (1999), statü tüketimini “kişilerin, hem kendisinin, hem de çevresinde önemseydiği kişilerin statü sağladığını ve sembolize ettiğini düşündükleri ürünleri

tüketmek suretiyle, sosyal konumlarını yükseltmeye çalıştıkları motivasyonel bir süreç” olarak tanımlamışlardır (s.42). Statü tüketimini, hiyerarşik olarak daha üst bir sosyal sınıfa dâhil olma arzusu motive etmektedir.

Gösteriş tüketimi ise, ilk Veblen (1899) tarafından, 19. yüzyılın yeni zenginlerinin sosyal konumlarını yükseltmek amacıyla zenginliklerini sergilemek için benimsedikleri tüketim tarzı olarak, tanımlamıştır. 20. yüzyıl boyunca endüstriyel ve teknolojik gelişmeler orta sınıfın gelir ve refahını artırırken, bu grubun tüketim imkânı ve arzusunu da artırmıştır. Böylece, statü kazanma amacıyla mal ve hizmet tüketimi de yaygınlaşmıştır (Mai ve Tambyah, 2011, s.75).

Günümüzde, statü tüketimi yalnızca varlıklı sınıfa özgü değildir (Freedman 1991). Bir tüketici, geliri ya da sosyal sınıfı ne olursa olsun, mal ve hizmetleri sağladıkları statü için satın alma ya da kullanma arzusunda olabilir. Belk (1988) üçüncü dünya ülkelerindeki tüketicilerin yeterli besin, giyim ve barınma ihtiyaçlarını karşılamayamasalar bile sıklıkla gösteriş tüketiminde bulduklarını ifade etmiştir. Mason (1992) ürünün faydasının, onun sunduğu sosyal avantaj ile ölçüldüğü tüm toplumlarda statü tüketiminin bulunduğunu ileri sürmüştür. Ait olunan sosyal sınıftan bağımsız olarak, tüketiciler, önem verdikleri insanların gözünde kullanıcıya statü kazandırdığını düşündükleri ürünleri farklı düzeylerde satın alma ve kullanma istekliliğine sahiptirler (Aktaran Eastman vd., 1999, s.41).

Statü tüketiminde bulunanlar statü kazanmak ve sergilemek için ürünleri kullanırlar. Bu nedenle çoğunlukla, arzuladıkları imajı sergilemelerini sağlayan markalı ürünler tüketirler, gösterişli ürünlere daha fazla anlam ve değer yüklerler (Flynn vd., 2016).

Tüketiciler ayrıca, kimlik arayışı ile imaj tüketiminde bulunabilirler. Bu nedenle, dâhil olmak istedikleri grubun normlarını yansıtan ürünler satın alırlar. Bazı tüketiciler profesyonel olarak başarılı, bilgili ya da modada öncü bir kişi imajını elde etmek için tüketimde bulunarak kendilerini olduklarından farklı bir grup içinde konumlandırmak isteyebilirler. (Flynn vd., 2016). Diğer bir deyişle tüketiciler, olmak istedikleri kişi ile gerçekte oldukları kişi arasındaki boşluğu doldurmak/farkı kapatmak için imaj tüketiminde bulunabilirler

Sosyal statü tüketimi (statü, gösteriş, imaj tüketimi) lüks, yüksek fiyatlı ürünler satın alma yoluyla gerçekleştiğinden kredi kartı harcamalarının geliri aşan düzeylere çıkmasına yol açabilecek bir tüketim biçimidir.

Maddi varlıkları, kişinin kendi değerinin bir işareti olarak gören tüketicilerde statü kazanmak, hissedilen kimlik açığına kapatmak ve bunu korumaya çalışmak sürekli bir satın alma döngüsü ile sonuçlanabileceğinden kompülsif satın almaya yol açabilir. Roberts ve Jones'a göre (2001) "statü karşılaştırmalı ve rekabetçi bir süreç olduğundan, yoksulluk ve prestij arzusunun kompülsif satın almaya nasıl yol açabileceği açıktır" (s.235). Kompülsif satın alma, statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama arasındaki pozitif ilişkiye aracılık eder.

Petit ve Sivanathan'a (2011) göre kredi kartı kullanımı yüksek statülü malların satın alma kararını kolaylaştırmaktadır. Düşük sosyo ekonomik statü nedeniyle ego sorunu yaşayan tüketiciler bunu telafi etmek için gelirleriyle uyumlu olmayan yüksek statülü malları satın alma eğiliminde olmaktadır. Tüketimden alınan hazzı ödeme yapmanın verdiği sıkıntıdan ayırdıkça ego tehdidi yaşanan kişiler yüksek statülü malları almaya daha istekli olmaktadır (Petit ve Sivanathan, 2011).

Sosyal statü tüketimi eğilimindeki bireylerin kredi kartı kullanmalarının, fazla harcama yapmalarına neden olduğunu, bu nedenle sosyal statü tüketiminde bulunma eğilimi ile fazla harcama arasındaki pozitif ilişkiye kredi kartı etkisinin aracılık ettiğini ileri sürmekteyiz.

Hipotezler:

- **H8a:** Sosyal statü tüketimini, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. Statü tüketimi arttıkça kredi kartı ile fazla harcama düzeyi artar.
- **H8b:** Sosyal statü tüketiminin, kompülsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Statü tüketimi arttıkça kompülsif satın alma eğilimi artar.
- **H8c:** Sosyal statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H8d:** Sosyal statü tüketiminin, kredi kartı etkisini üzerinde pozitif etkisi vardır. Sosyal statü tüketimi arttıkça kredi kartı etkisi artar.

- **H8e:** Sosyal statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi aracılık eder.

1.3.10. Hazcı (Hedonik) Alışveriş

Ekonomi literatüründe tüketim ve tüketicinin satın alma motivasyonu faydacı değerler ve akılcı gerekçeler ile açıklanmıştır. Pazarlama alanındaki araştırmalar bunlara, hazcı değerler, duygusal ve deneysel gerekçeler ekleyerek daha kapsamlı ve gerçekçi bir tüketici davranışı anlayışının gelişmesine katkıda bulunmuştur. Holbrook ve Hirschman'a(1982) göre, tarihsel süreçte tüketici davranışı araştırmaları, mikroekonomi ve klasik karar teorisindeki rasyonel seçim açıklamasından sınırlı rasyonalite modellerine, bu modellerin geliştirilmesi ile de bilgi işleme modellerine evrilmiştir. Tüketicini satın alma kararı problemlerini çözen mantıklı insanlar olarak gören bu yaklaşım, zaman içinde, tüketimin eğlenceli bir boş zaman aktivitesi, hayal, duygusal tatmin ve estetik zevk gibi yönlerini ihmal ettiği gerekçesi ile sorgulanmaya başlanmıştır. Daha sonra ise tüketimin eğlenmek, hissetmek, hayal dünyasına dalmak gibi deneysel yönleri işlenmeye başlanmıştır. Bu deneysel bakış açısı, olgusaldır ve tüketimi çeşitli sembolik anlamlar, hazcı tepkiler ve estetik kriterler ile temel bir sübjektif bilinç durumu olarak görür (s.132).

Günümüzde tüketici davranışının, iki temel değerlendirme boyutuna sahip olduğu kabul edilmektedir: Birincisi bilişsel olarak mal ve hizmetin kullanılabilirliği ve yararlılığına dayanan faydacı enstrümantal boyut, ikincisi mal ve hizmet ile ilgili deneysel, duyguya dayanan, hazcı boyuttur. Tüketici davranışından ya da mal ve hizmetten sağlanan bu iki tip fayda tüketicinin genel yararına farklı derecelerde pozitif veya negatif katkıda bulunur. Deneysel hazcı ve enstrümantal faydacı motivasyonlar tüketiciler açısından örtüşebilir ya da birbirleriyle çatışabilir. Örneğin; hoşlandığımız için meyve tüketmek sağlığımız için de yararlı olabilir. Ya da, sağlık kontrollerini düzenli yaptırmak faydalı iken, bunu deneyimlemekten hoşlanamayabiliriz. Tüketiciler açısından bu iki boyuttaki değerlendirmenin önemi de farklılık gösterebilir. Bazıları bir ürün ve hizmeti ya da tüketim davranışını hissettirdiği duygu açısından daha çok önemserken, bazıları ise faydacı yönüne (enstrümantal yararlılığına) daha fazla önem verir (Batra ve Ahtola, 1991).

Alışveriş deneyimi de benzer şekilde tüketici açısından faydacı ve hazcı olmak üzere iki farklı değer üretir. Tüketicilerin alışverişe verdiği değer alışveriş sürecinin tamamı ile ilgilidir; tüketicinin çevreyle etkileşimi ile karakterizedir ve hem aktivitenin yararlılığı hem de aktivitenin değerlendirilmesi ile ilgilidir. Faydacı değere dayanan tüketici davranışı amaca yönelik ve rasyoneldir. Faydacı alışverişin tüketici tarafından algılanan değeri bir ihtiyacın harekete geçirdiği alışverişin tamamlanması, ürünün bilinçli ve etkin bir şekilde satın alınmasıdır. Bu nedenle genellikle yapılması gereken bir iş olarak görülür. Alışverişin hazcı değeri ise daha sübjektif ve kişiseldir ve alışverişin bir görevin tamamlanmasından ziyade, bir oyun ve eğlence olarak görülmesinden kaynaklanır. Hem faydacı, hem de hazcı alışveriş değerinin dikkate alınması, bazı tüketicilerin alışverişini yapılması gereken bir iş, bazılarının bir eğlence ve bazılarının hem iş hem de eğlence olarak algılamasını açıklar (Babin vd.,1994).

Bir şey satın alınsa da alınmasa da alışveriş faaliyeti çeşitli şekillerde hazcı değer üretir. Eğlence, zevk, heyecan, hayal âleminde hissetmek, büyülenme, algılanan özgürlük, sorunlardan kaçış, spontanlık, pazarlık (indirim fırsatı yakalama) alışverişin hazcı değerinin temel unsurlarını ifade eder (Babin vd.,1994).

Bazı tüketiciler için satın alınan ürünün edinilmesinden çok alışveriş faaliyetinin kendisi hazcı değer üretir. Babin ve arkadaşlarına (1994) göre hazcı ve faydacı alışveriş ayrımı, fonksiyonellikle açıklanması mümkün olmayan dürtüsel satın alma ve kompülsif alışveriş gibi tüketim davranışlarını anlamakta da bir iç görü sağlar (s. 644). Dürtüsel satın alma bir ürüne duyulan ihtiyaçtan ziyade, satın almaya duyulan ihtiyaçtan kaynaklanır (Rook, 1987). Kompülsif alıcılar için de aynı şekilde satın alma faaliyetinin kendisi değerlidir (Faber ve O'Guinn 1989).

Tüketicilerin alışveriş sırasındaki hazcı tepkilerinin, fazla satın almaya yol açan bir unsur olduğu araştırmalarda gösterilmiştir. Fazla harcamada bulunanlar satın alma faaliyetini heyecan verici olarak tanımlamakta, bu aktivitenin kendilerini mutlu hissettirdiğini ifade etmektedirler (Rook 1987). Algılanan alışveriş keyfi, aşırı satın almanın önemli bir öncüsü olarak bulunmuştur ((Beatty ve Elizabeth Ferrell, 1998). Alışveriş yapmaktan hoşlanan, eğlence amaçlı alışveriş yapan tüketiciler çoğu zaman satın alınan maldan ziyade, alışveriş sürecinden haz alırlar. Eğlence amaçlı alışveriş yapanlar, alışveriş yapmadan önce daha fazla zaman harcar daha uzun süre alışveriş ortamında bulunurlar. Bu nedenle, bir kişi

alışveriş yapmaktan hoşlanıyorsa, ürünlere/hizmete daha uzun süre göz atma ve dokunma ve satış görevlileriyle daha uzun konuşma eğilimindedir. Eğlence amaçlı alışveriş yapanların, kendilerini daha geniş bir uyaran yelpazesine maruz bırakmaları ve bu nedenle öz kontrollerinin zayıflaması olasılığının daha yüksek olması nedeniyle, gereksiz yere bir şeyleri satın alma olasılıkları da daha yüksektir (Wu, 2007).

Alışverişten haz halan tüketiciler ayrıca, alışverişin gerçek dünyadaki sorunlarını unutmalarına yardımcı olduğunu söylemektedirler (Faber 2004). Alışverişin hazcı değerinin kaçış yönü, tüketicilerin geçici olarak gerçeklikten kaçmasına izin verir. Bir başa çıkma stratejisi olarak kaçış, bireylerin mevcut mutsuz olaylardan kaçınmak veya günlük yaşamda depresyon veya stresten uzaklaşmak için aktiviteler kullanmasını ifade eder. Tüketiciler, psikolojik olarak alışverişe daldıklarında, dikkat odaklarını çevredeki görüntüler, sesler, renkler, dokular ortamdaki insanlar gibi sınırlı bir alana daraltırlar. Tüketiciler bilinçli veya bilinçsiz olarak, dikkatlerini ani ve somut, düşük seviyeli bir göreve odaklarlar, yani, eylemlerinin uzun vadeli sonuçlarını düşünmeden, bir uyarıcıya tepki olarak satın alırlar. Bilişsel daralmanın ikinci bir sonucu, bireylerin inançlarının mantıksızlığını fark edememelerine, rasyonel olmayan düşüncelerin yüzeye çıkmasına ve büyüdü ya da hayali düşünce üretmelerine izin vermesidir. Böyle bir hayal kurma ve büyüdü düşünceye girme hali, fazla harcayan tüketicilerin satın aldıklarının bedelini ödeyemeyecekleri gerçeğinden kaçınmalarına ve satın alma davranışlarını kontrol edememelerine yol açar. Kaçış bireyin bilişini daraltarak, günlük can sıkıntısını veya stresi azaltmak için bir rahatlatıcı olarak hizmet eder (Faber 2004; Wu, 2007).

Hazcı alışverişin diğer bir nedeni ise, indirimli fiyat veya pazarlıkla fiyatta indirim sağlama arayışıdır. Pazarlık yapanlar genellikle akılcı ve hesabını bilen tüketiciler olarak tanımlanır. Ancak araştırmacılar, düşük fiyat arayışının ardında mutlaka bir mantık olması gerekmediğini öne sürmüşlerdir. Aksine, tüketicilere duygusal tatmin sağladığı için süreç kendi içinde bir amaç olarak hizmet edebilir (Schindler 1989; Cox, Cox ve Anderson 2005; Barbin vd., 1994; Aktaran, Wu, 2007). Schindler (1989), düşük fiyat ödemenin gurur, zekâ ve başarı duygusu uyandırabileceğini öne sürer. Bazı tüketiciler sırf indirim/iyi bir pazarlık fırsatı yakalayarak gurur, heyecan ve başarı duygusu hissetmek için, alışverişe giderler. Bir şeyleri indirimli satın almaktan duyulan haz, tasarrufa değil ihtiyaç duyulmayan ürünlerin satın alınmasına ya da fazla satın almaya yol açabilir (Wu, 2007).

Hipotezler:

- **H9a:** Hazcı alışverişin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. Alışveriş faaliyetinden daha fazla haz duyan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama düzeyleri daha yüksektir.
- **H9b:** Hazcı alışverişin dürtüsel satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Alışveriş faaliyetinden daha fazla haz duyan tüketicilerin dürtüsel satın alma eğilimi daha yüksektir.
- **H9c:** Hazcı alışverişin ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye dürtüsel satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H9d:** Hazcı alışverişin kompülsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Alışveriş faaliyetinden daha fazla haz duyan tüketiciler daha fazla kompülsif satın alma eğilimine sahiptirler.
- **H9e:** Hazcı alışveriş ile kredi kart ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder.

1.3.11. Gelir Yeterliği Değerlendirmesi/Algısı

Wu (2007), fazla harcamanın nesnel veriye dayalı olarak değil, sübjektif (algı temelli) tanımlanması gerektiğini ileri sürmüştür. Tüketiciler gerçek gelir seviyelerinden ziyade (beklentilerini de içeren) gelir algılarına dayanarak harcama yaptıkları için, algıya dayalı ölçümler bireylerin satın alma davranışını gerçek gelir seviyelerinden daha iyi temsil ederler (Wu, 2007. s.4).

Garner ve arkadaşlarına (1996) göre, gelir yeterliliği algısı, kişinin bazı temel ihtiyaçları karşılama yeteneği veya belirli bir yaşam seviyesine ulaşmak için gerekli temel gelir veya diğer kaynaklarına ilişkin inanç ve değerlendirmelerini yansıtır. Birey tüketimle ilgili hedefleri, satın alacağı miktarlar ve satın alacağı ürünlerin kalitesi hakkında bir takım kararlar vererek bu değerlendirmeyi yapar. Gelir yeterliliğinin değerlendirilmesi kişinin sahip olduğu varlıkların yapısından da etkilenir. Örneğin, tüketicinin hâlihazırda borcu olmayan bir

evi veya gıda yetiştirecek bir bahçesi varsa, emsallerine göre daha az bir geliri yeterli bulabilir (Garner vd., 1996).

Hazelrigg ve Hardy'ye (1997) göre, tüketicinin gelir yeterliliği değerlendirmesi/algısı belirli bir zaman çerçevesinde gelir ile ihtiyaçlar arasında bir denge kurma dinamiğini içerir. İhtiyaçları ile gelirini karşılaştıran algı sahibi bu süreçte içseldir. Algı çift yönlüdür. Hem gelir algısı ihtiyaçlara göre, hem de ihtiyaçlar algısı gelire göre oluşturulabilir. Tüketiciler ihtiyaçları ile gelirleri arasında uyum sağlamak için tercihlerinde esneklik gösterebilirler. Gelire göre ihtiyaçlarını karşılayacak tüketimin kompozisyonunu miktarını ve kalitesini değiştirebilir. İnsanlar belirli bir gelir ile ihtiyaçlarının karşılama beklentisinin gerçekleşmediği durumda mutsuz olmamak için ihtiyaçlarının kapsamını daraltabilirler. Diğer taraftan tüketicinin ihtiyaçlarına göre gelir/kaynaklarında esneklik arayışı da söz konusu olabilir. Örneğin; istek ve arzuları yüksek olan kişiler amaçlarına ulaşabilmek için gelirlerini/kaynaklarını ihtiyaç algılarına göre artırmaya çalışabilirler.

Yeterlik algısı kişinin geçmişinden, içinde yetiştiği koşullardan, kişisel özelliklerinden, değerlerinden, amaç, beklentilerinden ve alışkanlıklarından etkilenir. Aynı gelir düzeyindeki iki kişi, aynı hane halkı sayısına sahip iken biri diğerinden daha yüksek beklentilere, pahalı alışkanlıklara ve arzulara sahip ise, bu kişilerin gelir yeterliği değerlendirmeleri farklı olacaktır. Bu çerçevede daha yüksek materyal değerlere sahip (materyalist) bireylerin gelir yeterliği algısının daha düşük olması beklenir. Tüketicilerin bütçe yönetimi gibi finansal becerilerinin yüksek olması ise, gelir yeterliliği alısını artıracaktır.

Yeterlik değerlendirmesinde referanslar önemli bir unsurdur. Tüketicinin kendisi dışında referans aldığı grup veya kişilerin gelir ve tüketimleri (başkaları ile kendi durumunu karşılaştırması) yeterlik algısını etkiler. (Hazelrigg ve Hardy, 1997). Kendisinden daha yüksek gelir grubundakilerin tüketim biçimini referans alan bireylerin gelir yeterliği algısının daha düşük olması beklenir. Tüketiciler kendi içinde gelirlerinin mevcut, geçmiş veya gelecekte olmasını beledikleri düzeylerini de referans alarak yeterlik değerlendirmesi yapabilirler. Gelirinin mevcut düzeyini referans alan tüketiciler ihtiyaçlarını buna göre uyumlaştırıyor ise uyumlaştırdıkları tüketim düzeyi ile kıyasladıklarında gelirlerini yeterli bulabilirler. Geçmişte daha yüksek gelire sahip kişiler, düşen gelirlerini yetersiz algılayabilir, gelirlerinin artacağı beklentisine sahip bireyler, ihtiyaçlarını beklentilerine uyumlaştırmışlarsa mevcut gelirlerini yetersiz bulabilirler.

Gelirin sübjektif yeterliğini ölçmekte kullanılan gelir yeterliliği algısı/değerlendirmesi ile ilgili araştırmalar ekonomi literatürde fazla yer tutmamaktadır. Aile ekonomisi alanında, ailelerin gelirlerinin ya da kaynaklarının yeterliğini nasıl algıladıkları ve bu algılarının ekonomik refah algılarını nasıl etkilediği konusunda araştırmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar algılanan gelir yeterliğinin, sosyoekonomik özelliklerle ve tüketicilerin ekonomik davranışları ile ilgili olduğu sonucuna varmıştır (Deressa, 1987; Hafstrom ve Dunsing, 1973; William, Nall ve Deck, 1976; Aktaran, Sumarwan ve Hira 1993).

Gelir yeterliliği algısı ile ilgili bir kısım çalışmada, gelir yeterliliği algısı bazı sonuç değişkenlerinin bir öngörücüsü olarak kullanmıştır. Gelir yeterliliği algısının yaşam doyumu (Coke, 1992), sağlık (Cairney, 2000), depresyon belirtileri (St John, Blandfor ve Strain, 2006), sağlık konusundaki eşişsizlikler (Wildman, 2003) ve ölüm oranları (Blazer, Sachs-Ericsson ve Hybels, 2005) üzerindeki etkileri araştırılmıştır (Aktaran, Goel & Deshpande, 2020). Bu çalışmaların çoğunluğu yaşlı nüfusla ilgili olmasına rağmen gelir yeterliliği algısı tüm yaşlardaki yetişkinleri ilgilendirmektedir.

Sumarwan ve Hira (1993), hane geliri, hane halkının net serveti, algılanan gelir yeterliliği ve algılanan kontrol odağının finansal durumdan memnuniyet ile ilişkisini araştırmışlardır. Araştırmalarının sonuçları hane geliri, hanenin net serveti, algılanan kontrol odağı (kontrolün kendi dışında veya kendinde olduğu inancı) ve algılanan gelir yeterliliğinin finansal durumdan memnuniyet ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu ilişkide hem algılanan gelir yeterliliği hem de algılanan kontrol odağı, hane halkı geliri ve hane halkı servetinin, finansal durumdan memnuniyet üzerindeki etkisine aracılık etmektedir. Algılanan gelir yeterliliği, algılanan kontrol odağının finansal memnuniyet üzerindeki etkisine de aracılık etmektedir.

Pereira ve Coelho'nun (2013) araştırma bulguları algılanan gelir yeterliğinin sübjektif refah üzerinde güçlü bir pozitif etki yarattığını, ayrıca, algılanan gelir yeterliliğinin, mutlak gelirin sübjektif refah üzerindeki etkisine aracılık ettiğini göstermektedir. Algılanan gelir yeterliliği ve borçlanma kısıtlamaları, mutlak gelirin sübjektif refaha doğrudan katkısını önemsiz hale getirmiştir. Pereira ve Coelho'ya (2013) göre bu sonuç, mutlak gelirin sübjektif refah üzerindeki etkisinin önemsiz olduğunu göstermemekte, mutlak gelirdeki artışların, tüketicilerin tüketim hedeflerine ulaşmalarını ve krediye erişimlerini iyileştirdiği ölçüde sübjektif refaha katkıda bulunacağını göstermektedir.

Gelirlerinin miktarından bağımsız olarak, gelirlerini ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz bulan tüketicilerin, arzuladıkları tüketim düzeyleri için gereksindikleri kaynağı, krediye ulaşmanın en pratik yolu olan kredi kartlarından sağlama yoluna gitmeleri beklenebilecek bir sonuçtur. Gelir yerliliği algısı/değerlendirmesi daha düşük olan tüketicilerin gelirlerini aşan düzeyde kredi kartı harcamalarında bulunması ve bu nedenle kredi kartı borçlarını geri ödeme sorunu ile daha fazla karşılaşması beklenir.

Hipotez:

H10: Gelir yeterliliği değerlendirmesinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. Gelirinin ihtiyaçlarını karşılamakta daha yetersiz olduğu algısına sahip tüketicilerin, kredi kartı ile fazla harcama borçlanma düzeyleri daha yüksek olacaktır.

1.3.12. Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu

Tüketici davranışını etkileyen temel psikolojik faktörlerden birisi de tutumlardır. Tüketici tutumu, tüketicinin bir ürüne veya hizmete karşı sahip olduğu olumlu veya olumsuz duygu, düşünce, inanç ve davranışsal niyetleri içerir. Breckler (1984) tarafından ileri sürülen üç bileşenli (ABC) tutum modeli, duygusal (Affective), bilişsel (Cognitive) ve davranışsal (Behavioral) unsurlardan oluşur. Bilişsel bileşen tüketicinin kişisel algıları, deneyimleri ve diğer kaynaklardan edindiği bilgiler yoluyla oluşturduğu inançlar ve düşüncelerdir. Duygusal bileşen tüketicinin belirli bir ürün veya hizmet için hissettiği duygulardır. Davranışsal bileşeni ise tüketicinin bir ürün veya hizmeti satın alma/kullanma niyeti veya davranışıdır.

Davranışları tahmin etmek için tutumları kullanan çok sayıda araştırma yapılmıştır. Ajzen (1985), Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior) ile tutumların davranışlar üzerindeki etkisini modellemiştir. Bu teori, Ajzen ve Fishbein'in Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Action) temel alınarak geliştirilmiştir. Gerekçeli eylem teorisine göre, kişinin bir davranışa karşı tutumu olumlu ise ve o davranış öznel normlarına uygunsa yani önemseydiği kişilerin kendisinin o davranışta bulunmasını istediklerini düşünüyor ise, kişinin o davranışta bulunma motivasyonu/niyeti artar ve o davranışı gerçekleştirme muhtemeldir. Ajzen (1985), gerekçeli eylem teorisine algılanan davranışsal kontrol unsurunu ekleyerek, planlı davranış teorisini geliştirmiştir. Böylece modelde, kişinin kontrolü dışındaki engelleri hesaba katması da içerilmiştir.

Hanehalkının borç miktarı yalnızca onların borçlanma yeteneğine değil, aynı zamanda borçlanma isteğine de bağlıdır (Godwin 1997). Norton'a (1993) göre 1930 lardan 1990'lara kadar kredi kullanımındaki yüksek artışın nedenlerinden biri tüketicilerin kredi kullanımına karşı tutumundaki değişimdir. Bu dönemde kredi daha kabul edilebilir ve ulaşılabilir olmuştur. Kredi hatta alternatif bir gelir biçimi olarak görülmüştür (Aktaran; Chien ve Devaney, 2001).

Kredi kartı tutumu ile kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarda kredi kartlarına karşı daha olumlu tutuma sahip kişilerin kredi kartı kullanma olasılıklarını daha yüksek olduğu, aktif ve inaktif kredi kartı sahiplerini ayırmakta kredi kartına karşı tutum en önemli faktör olduğu (Kaynak vd., 1986), kredi kartı kullananların kredi kartı kullanmayanlardan kredi kartlarına karşı daha olumlu tutuma sahip olduğu (Awh ve Waters 1974) ve kredi kartlarına karşı daha negatif tutuma sahip olanların kredi kartlarını daha kötü kullandığı (Kim, 1989) bulunmuştur (Aktaran; Xiao et al., 1995).

Yang ve arkadaşları, (2005) Hayhoe ve arkadaşlarının (1999) geliştirdiği kredi kartı tutum ölçeğinin kısa formunu kullanarak, üniversite öğrencilerinin duygusal ve davranışsal olumlu tutumlarının tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısının güçlü bir tahminçisi olduğunu bulmuşlardır.

Kim DeVaney'in (2001), araştırma sonuçları bireyin krediye yönelik genel tutumunun kredi kartı bakiyesini üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Kim ve DeVaney'e göre krediye karşı olumlu tutuma sahip tüketicilerin, tüketim akışlarını dengelemek için kredi kartı borç bakiyelerini artırması muhtemeldir. Tüketiciler, tatil gibi belirli bir amaç için kredi kullanmanın doğru olduğuna inanırlarsa, "önce harca sonra öde" davranışı geliştirdikleri için harcamalarını azaltmakta zorlanabilirler. Kim ve DeVaney'e göre borç sorunu yaşayan tüketicilerin öncelikle tutumlarını değiştirmeleri gerekebilir (s.76).

Chien ve Devaney (2001) genel ve özel tutum ile taksitli borçlar ve kredi kartı bakiyeleri arasındaki korelasyonu incelemişlerdir. Araştırma bulguları kredi kullanımına karşı genel tutum ile taksitli borçlar arasında ve spesifik tutum ile ödenmemiş kredi kartı bakiyeleri arasında yüksek korelasyon bulunduğunu göstermiştir. Bulgular, spesifik tutum İndeksi ne kadar yüksekse, ödenmemiş kredi kartı bakiyelerinin o kadar yüksek ve kredi kullanımına

yönelik genel tutum ne kadar olumlu ise, taksitli borcun o kadar yüksek olduğunu göstermiştir.

Wang, Lv ve Jiang (2011), kredi kartı borcunun iki ana kaynağı olan bakiyenin tam önememesi nedeniyle devreden borç ile taksitli borcun farklı tutum değişkenlerinden nasıl etkilendiğini araştırmışlardır. Bulguları tutum değişkenlerinin devreden kredi kullanımı ve taksitli kredi kullanımı için yüksek bir açıklayıcı güce sahip olduğu göstermiştir. Devreden kredi kullanımı ve taksitli kredi kullanımının kredi kartı, para ve borç konusundaki tutumlarla yakından ilişkili olduğu bulunmuştur. Risk tutumu, taksitli kredi kartı kullanımını etkin bir şekilde öngörmüş; ancak, devreden kredi kullanımıyla ilişkili bulunmamıştır. Tüm tutum değişkenleri devreden kredi kullanımına ilişkin varyansın yüzde 82,1'ini açıklarken, taksitli kullanım için varyansın yüzde 41,6'sını açıklamışlardır.

Taksitli ödeme tüketicilere, tasarruf ederek satın alabilecekleri ürün ve hizmetleri, bedelini biriktirmeyi beklemeden satın alabilme kolaylığı sağlamaktadır. Kredi kartı ile taksitli ödeme, bir taraftan satıcının ürün/hizmet bedelini tahsil edememe riskini ortadan kaldırmakta, diğer taraftan da harcama tutarını aylık ödemelere bölerek vadeye yaymakta ve tüketiciye faizsiz finansman kolaylığı sağlamaktadır. Kredi kartları ile taksitli ödeme kolaylığı Türkiye'de 1990'ların sonlarında uygulanmaya başlanmış ve kullanımı hızla artmıştır (Karakaya, 2022). 2017 yıl sonu itibarıyla taksitli ödemelerin toplam tutarı kredi kartı ile yapılan ödemelerin yaklaşık % 25'ini oluşturmuştur (BKM). T.C. Ticaret Bakanlığı'nın Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırması kapsamında tüketicilerin kredi kartı kullanmalarının en önemli nedeninin taksit imkânı sağlaması olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin %58,3 ü kredi kartı kullanmayı, taksit imkânı sağlaması nedeniyle tercih ettiğini ifade etmiştir. (Güzel vd., 2018, s.98-100).

Kredi kartı tutumunun kredi kartı harcamaları ve borcu üzerinde etkisi bulunduğu gösteren çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen, kredi kartı harcamaları ve borcu üzerinde, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun etkisine ilişkin araştırmaya literatürde rastlanmamıştır.

Kredi kartı ile taksitli ödemenin sağladığı faizsiz finansman ve aylık ödeme kolaylığı tüketimin öne çekilmesini ve borçlanmayı teşvik edici bir unsurdur. Bu nedenle, kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutumun sosyal statü tüketimi ve kompulsif satın almayı kolaylaştıracağı ve kredi kartı harcamalarını artıracacağı tahmin edilmektedir.

Hipotezler:

- **H11a:** Kredi kart ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.
- **H11b:** Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, sosyal statü tüketimi üzerinde pozitif etkiye sahiptir.
- **H11c:** Kredi kartı taksit tutumu ile kredi kartı fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, sosyal statü tüketimi aracılık eder.
- **H11d:** Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, kompülsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkiye sahiptir.
- **H11e:** Kredi kartı taksit tutumu ile kredi kartı fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H11f:** Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu daha olumlu olan tüketiciler, harcamalarında daha fazla kredi kartı etkisine kapılırlar.
- **H11g:** Kredi kartı taksit tutumu ile kredi kartı fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kredi kartı etkisi aracılık eder.

1.3.13. Kredi Kartı Sayısı

Birden fazla kredi kartı sahibi olmak tüketicilere farklı bankaların sağladığı avantajlardan yararlanma imkanı verir. Ancak, birden fazla kredi kartı kullanmak harcamaları takip etmeyi güçleştirir. Toplamda ne kadar harcama yaptığının farkında olamamak, harcamalar üzerinde kontrolü kaybederek fazla harcamaya yol açabilir. Kim ve DeVaney'in (2001) araştırma bulgularına göre kredi kartı sayısı kredi kartı bakiyesinin artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Daha fazla kredi kartına sahip olanlar, daha fazla borçlanmaktadır.

Kredi kartına sahip olmak, tüketiciler için krediye erişimin en kolay yoludur. Kredi kartı, tüketicilere henüz sahip olmadıkları parayı harcama imkânı verir. Bazı kredi kartı

kullanıcıları ödemelerini bir sonraki aya ötelemek amacıyla farklı hesap kesim tarihlerine sahip kredi kartları kullanarak harcamalarını finanse etme yoluna gitmektedirler.

Altan ve Göktürk (2007) tarafından Türkiye’de memurlar üzerinde yapılan araştırma sonucunda, sahip olunan kredi kartı sayısı arttıkça, kredi kartı ile yapılan harcama miktarının da arttığı, kredi kartı borcunun tamamını ödenme olasılığının ise azaldığı tespit edilmiştir.

Ceylan (2006), Türkiye’deki batık kredi kart borç sahiplerinin profilini belirlemek amacıyla kredi kartı kullanıcıları ile yüzyüze anket yöntemiyle yaptığı araştırmada, batık kredi kart borç sahiplerinin ödeme açısından sorunsuz kredi kart sahiplerine göre daha çok sayıda farklı bankaların kredi kartlarını kullandıklarını tespit etmiştir.

Hipotez:

H12: Tüketicilerin sahip oldukları kredi kartı sayısı, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Sahip olunan kredi kartı sayısı arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama düzeyi artar.

1.3.14. Kontrol Değişkenleri: Gelir, Eğitim ve Yaş

Yapısal model üzerinde ekonomik ve demografik değişkenlerin etkilerini kontrol etmek üzere gelir, eğitim ve yaş değişkenleri modele dahil edilmiştir. Gelir, aylık kişisel geliri, eğitim, yıl olarak eğitimde geçirilen süreyi, yaş kronolojik yaşı ifade etmektedir. Tüm hipotezler bu değişkenlerin etkileri hesaba katılarak test edilmiştir. Böylece, diğer değişkenlerin sonuç değişkeni üzerindeki etkileri kontrol değişkenlerinin etkilerinden arındırılmıştır.

Kredi kartı araştırmalarında gelir, eğitim düzeyi ve yaş değişkenleri sıklıkla kullanılmıştır.

Spinella ve arkadaşları (2004), prefrontal sistem ile kredi kartı borçluluğu arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmaları sonucunda; demografik değişkenleri (yaş eğitim ve gelir) kontrol değişkenleri olarak kullanmışlar, kredi kartı borçluluğunun, finansal durumu zihinsel olarak takip etme, stratejik tahsis ve harcama yeteneği ile ilişkili olduğu ve kredi kartı borçluluğu sorununun dorsolateral prefrontal işlev bozukluğu içerdiği sonucuna varmışlardır.

Hernández-Mejía ve arkadaşları (2021) Meksika'da finansal okuryazarlık ve kredi kartı kullanımı ilişkisi konusundaki araştırmalarında gelir, eğitim düzeyi ve yaşı diğer sosyo-demografik değişkenlerle birlikte kontrol değişkenleri olarak kullanmışlardır.

Kaynak ve Harcar (2001), Türkiye'de yaptıkları araştırmada, yüksek gelir gruplarının orta ve düşük gelir gruplarına göre kredi kartı sahiplik oranının daha yüksek olduğu, kredi kartına karşı daha pozitif tutuma sahip oldukları ve daha fazla harcama yaptıkları ayrıca eğitim arttıkça kredi kartı sahipliğinin ve kullanımının arttığı bulgularına ulaşmışlardır.

Ceylan (2006), Türkiye'deki batık kredi kart borç sahiplerinin profilini belirlemek amacıyla anket yöntemiyle yaptığı araştırmada kredi kartı kullanıcılarının eğitim düzeyi azaldıkça batık kredi kart borç sahibi olma riskinin arttığını, gelir seviyesi düşük olan kişilerin, normal ve yüksek gelir sahibi kişilere göre daha yüksek oranda kredi kartlarıyla ödeyemeyecekleri düzeyde harcama yükünün altına girdiklerini tespit etmiştir.

Altan ve Göktürk (2008) tarafından Türkiye'de memurlar üzerinde yapılan araştırma sonucunda, kredi kartı sayısı arttıkça borcun tamamını ödeme olasılığının azaldığı gösterilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre sahip olunan kredi kartı sayısı, aylık gelir miktarı, eğitim düzeyi ve yaş arttıkça kredi kartı ile yapılan harcama miktarı da artmaktadır. Aylık gelir, kredi kartı sayısı, yaş, eğitim düzeyi ve ailedeki birey sayısı ile kredi kartı borcunu ödeme alışkanlığı arasında ise istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Aylık gelir ve eğitim düzeyi arttıkça kredi kartı borcunun tamamını ödeme artarken, yaş ve sahip olunan kredi kartı sayısı arttıkça borcun tamamını ödeme azalmaktadır.

Malezya'da kredi kartı sahiplerinin harcama davranışlarını etkileyen faktörler üzerine yapılan bir araştırmanın bulguları da benzer şekilde, yüksek gelirli kredi kartı sahiplerinin kredi kartı ile daha fazla harcama yaptıkları ve kredi kartı borçlarını zamanında geri ödeme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir (Ming-Yen Teoh vd., 2013)

Önder (2018) tarafından Türkiye genelinde 2002-2015 dönemine ait üçer aylık veriler kullanılarak yapılan araştırma sonucunda; hanehalkı gelir düzeyi, aktif kredi kartı sayısı ve pos cihazı sayısı ile kredi kartı işlem hacmi arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Araştırmacı tarafından bulgular, gelir düzeyinin artmasının, kredi kartı kullanımının ve pos cihazlarının

yaygınlaşmasının incelenen dönemde kredi kartı harcamalarını artırdığı ve tüketicilerin gelirlerinden fazlasını harcadıkları şeklinde yorumlanmıştır (Önder, 2018, s.1111).

Gelir, tüketicinin harcama kapasitesini belirler. Yüksek gelir tüketicinin zorunlu ihtiyaçlarının ötesinde tüketebilmesine imkân verir. Gelir arttıkça tüketim talebi miktar olarak artarken nitelik ve çeşit bakımından da farklılaşır. Yüksek gelir grubundaki tüketicilerin talebi daha yüksek fiyatlı, daha lüks, daha yüksek kaliteye ve statüye sahip mallara yönelir. Bu nedenle gelir düzeyi arttıkça tüketicilerin harcamaları artar. Ancak, gelir düzeyi yükseldikçe, tüketicilerin harcamalarını gelirleriyle finanse etme kapasiteleri de artacağından, kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma seviyelerinin azalması beklenir.

Gelir arttıkça harcama kapasitesi arttığından hem bir ödeme aracı olarak hem de bankaların sağladığı birtakım avantajlardan yararlanmak için tüketiciler daha fazla sayıda kredi kartına sahip olmak isteyebilirler. Kaynak ve Harcar (2001) gelir ve eğitim ile kredi kartı sahipliği arasında pozitif ilişki bulmuşlar, yüksek gelir gruplarında kredi kartı sahipliğinin daha yüksek olduğunu göstermişlerdir.

Gelir arttıkça tüketiciler, satın aldıkları mal ve hizmetlerin ödemelerini vadeye yayma ihtiyacı azalacağından kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı daha düşük düzeyde olumlu tutuma sahip olabilirler.

Ayrıca, düşük gelirin bir yandan tüketicileri bütçe yapmaya ve ona uygun davranmaya mecbur kılması, diğer taraftan tasarruf yapmayı zorlaştırması beklenir.

Yukarıda belirtilen nedenlerle yapısal modelde gelirin, kredi kartı ile fazla harcama, borçlanma davranışı, sosyal statü tüketimi, sahip olunan kredi kartı sayısı, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu, bütçe yönetimi, tasarruf becerisi ve gelir yeterliği değerlendirmesi/algısı üzerindeki etkileri kontrol edilecektir.

Eğitim düzeyi arttıkça bilgi ve bilinç düzeylerinin de artması bu nedenle bireylerin tüketim harcamaları ve bunun finansmanı ile ilgili daha akılcı kararlar vermeleri ve kredi kartlarını rasyonel bir şekilde kullanmaları beklenir. Eğitimin, materyalizm, bütçe yönetimi ve tasarruf becerisi ve kredi kartı ile fazla harcama borçlanma davranışı üzerindeki etkileri kontrol edilecektir.

Gençlerin hem ev, aile kurma ve çocuk sahibi olma gibi masrafların yüksek olduğu bir yaşam döneminde bulunmaları, hem de tüketim kültürüne yatkınlıkları nedeniyle harcamalarının yüksek olması ve yenilikler ile teknolojiye açık olmaları nedeniyle kredi kartı kullanımına karşı daha olumlu tutuma sahip olmaları beklenir. Bu nedenlerle gençlerin kredi kartı harcamalarının yüksek olması olasıdır. Ayrıca, iş yaşamının ilk yıllarında gençlerin gelirler ve birikimlerinin daha düşük olması nedeniyle gelirlerini aşan düzeyde kredi kartı ile harcama yaparak borçlanmalarının daha olası olduğu düşünülmektedir. Belirtilen nedenlerle, yaşın kredi kartı ile fazla harcama, materyalizm ve sosyal statü tüketimi ve kompülsif satın alma eğilimi üzerindeki etkileri yapısal modelde kontrol edilecektir.

1.3.15. Dürtüsel Satın Alma Eğilimi

Dürtüsel satın alma, tüketicilerin alışveriş ortamında ani kararlar, plansız, sonuçlarını düşünmeden çoğunlukla gerçekten ihtiyaçları olmayan şeyleri satın alma şeklinde gerçekleşir ve bu satın alma biçimi tüketiciler arasında yaygındır.

Dürtüsel satın alma, tüm satın almaların önemli bir yüzdesini oluşturur. Örneğin, Point-of-Purchase Advertising International tarafından 2012 yılında yapılan bir çalışmada, tüm satın alma kararlarının %76'sının mağazada verildiği (POPAI, 2012) ve National Endowment for Financial Education'a göre Amerikalı yetişkinlerin %87'den fazlası dürtüsel satın almalar yaptığını kabul ettiği (NEFE, 2010), Coca Cola tarafından yapılan bir araştırma ise, dürtüsel satın almanın tüm market alışverişlerinin %50'sinden fazlasını oluşturduğu gösterilmiştir (CNBC, 2009; Aktaran Amos vd., 2013, s.1).

Rook (1987) dürtüsel satın almayı, bir şeyi satın almak için duyulan güçlü ve ısrarcı bir dürtü ile hemen satın almak şeklinde tanımlamıştır. Tanım zaman içinde genişletilmiştir. Sharma ve arkadaşlarına (2010) göre dürtüsel satın alma, ani, zorlayıcı, hedonik olarak karmaşık bir satın alma davranışdır. Dürtüsel satın alma sırasında tüketiciler anlık, çok güçlü ve inatçı bir istek duyarlar. Bu satın alma biçiminde satın alma kararının hızı, alternatiflerin ve sonuçların iyi düşünülmesini engeller. Satın alma davranışı, öncesinde planlanmadan bir uyarıcıya maruz kaldıktan hemen sonra ortaya çıkan bir reaksiyon şeklinde gerçekleşir. Dolayısıyla dürtüsel satın alma, yüksek duygusal aktivasyon, düşük bilişsel kontrol ve spontan davranış içerir.

Bazı araştırmalarda, dürtüsel satın alma eğiliminin genel dürtüsellik özelliğinden kaynaklandığı ileri sürülmektedir (Eysenck, 1993; Sharma vd., 2010; Puri, 1996; Wells vd.,

2011; Aktaran, Amos et al., 2013)). Baumeister (2002), dürtüselliğın, başlıca nedeninin davranışsal kontrol eksikliği ve ayartmalara teslim olma tercihi olduğunu ileri sürmüştür. Bu nedenle, dürtüsel satın alma eğilimi genellikle genel dürtüselliğın bir alt özelliği olarak kabul edilir (örneğin, Beatty ve Ferrell, 1998; Gerbing vd., 1987; Puri, 1996; Weun vd., 1998; Aktaran Amos vd., 2013). Verplanken ve Herabadi'ye (2001) göre ise, dürtüsel satın alma eğilimi bireylerin kişilik yapısından kaynaklanan ayrı bir kişisel özelliktir, kişiler arasında farklılık gösterir ve istikrarlı bir yapıdır.

Bir satın almanın dürtüsel satın alma olarak nitelendirilebilmesi için iki temel unsura sahip olması gerekir. Birincisi, dürtüsel olarak satın alınan ürünün satın alınmasıyla ilgili düşünme ve planlama eksikliğidir. İkincisi ise duygusal bir tepki içermesidir. Duygusal tepkiler, satın alma öncesinde, aynı anda veya sonrasında ortaya çıkabilir. Genellikle dürtüsel satın almalara eşlik eden en belirgin duygular zevk, heyecan ve ani bir satın alma dürtüsüdür. Sonrasında ise gereksiz bir harcama ile ilgili pişmanlık hissedilebilir (Verplanken ve Herabadi, 2001)

Hoch ve Loewenstein (1991) psikolojik süreçlerin ve tüketicilerin tutumlarının dürtüsel satın almayı etkilediğini ifade etmişlerdir. Bir alışveriş ortamındaki uyarana yanıt verirken tüketici, bir ürüne sahip olmayı hayal eder ve ona sahip olma dürtüsü hisseder. Satın alınmayan ürün bir kayıp olarak hissedilir ve bu kayıptan kaçınmak için tüketici o ürünü satın alır. Dürtüsel satın alma sırasında, o anki hazdan sağlanan fayda, gelecekte yaşanabilecek finansal sorunların önüne geçer. Yaygın bir tüketici davranışı olan dürtüsel satın alma davranışından yararlanarak karlarını artırmak için satıcılar mağazalarını müşterilerinin dürtüselliğini tetikleyecek şekilde düzenlemektedirler.

Kompulsif satın alma dürtü kontrolü eksikliği ile ilişkilendirilmiştir. Christensen ve arkadaşları (1994), normal alışveriş yapanların %4,2'si ile karşılaştırıldığında, kompulsif alışveriş yapanların yaklaşık% 21'inin dürtü kontrolü eksikliğinden muzdarip olduğunu bulmuştur. Dürtü kontrolü eksikliği bir kişinin satın alma dürtüsü hissettiğinde buna karşı koyamama ya da tatmini erteleyememe durumudur. Kompulsif alıcıların satın alma atakları iç uyarılar tarafından harekete geçirilir. Bununla birlikte, genellikle dış uyarılarla tetiklenen dürtüsel satın almanın, kompulsif satın alma ile ilişkili olabileceği ileri sürülmüştür (Workman ve Paper, 2010).

Araştırma bulguları ile dürtüsel satın alma davranışının kredi kartı kullanımını ve harcama miktarını artırarak kredi kartı ile fazla harcamaya yol açtığı gösterilmiştir. Pirog ve Roberts'a (2007) göre dürtüsel bireylerin kredi kartlarını kötü kullanma olasılıkları daha yüksektir. Pirog ve Roberts dürtüsellüğün, materyalizm, duygusal istikrarsızlık, içe dönüklük ve uyarılma ihtiyacı ile kredi kartının kötü kullanımı arasında aracılık eden önemli bir kişisel özellik olduğunu göstermişlerdir.

Wang ve Xiao'ya (2009) göre kredi kartları krediye kolay erişim ve ödeme kolaylığı sağladığından, dürtüsel satın alma eğilimine sahip tüketicilerin satın alma sürecini, satın alma kararları ile ilgili rasyonel değerlendirme yapmalarına imkan vermeyecek kadar hızlandırabilir. Limerick ve Peltier (2014), üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada kredi kartı alışverişlerinde dürtüsel davranışın kredi kartı sahiplerinin daha yüksek borçlanmasına yol açtığını tespit etmişlerdir.

Hipotezler:

- **H13a:** Dürtüsel satın alma eğilimi, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.
- **H13b:** Dürtüsel satın alma eğilimi, kompülsif satın alma davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.
- **H13c:** Dürtüsel satın alma eğilimi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye Kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder.
- **H13d:** Dürtüsel satın alma eğiliminin, kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H13e:** Dürtüsel satın alma eğilimi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kredi kartı etkisi aracılık eder.

1.3.16. Benlik Saygısı

Benlik saygısı, bireyin kendi değerine ilişkin sübjektif değerlendirmesi olarak tanımlanır. Kişi kendisinin değerli bir insan olduğuna inanıyorsa, öz değerlendirmesinin başkaları tarafından

onaylanıp onaylanmadığına veya dış kriterler tarafından desteklenip desteklenmediğine bakılmaksızın, o kişi yüksek özsaygıya sahiptir (Trzensniewski vd., 2013, s.60).

Rosenberg'e (1965) göre benlik saygısı, bireyin kendine ne ölçüde saygı duyduğu ve değer verdiğini gösterir:

Yüksek benlik saygısından bahsettiğimizde kişinin kendisine saygı duyduğunu, kendini değerli gördüğünü kastederiz; bu, kişinin kendini illaki diğerlerinden daha iyi gördüğü anlamına gelmez, fakat kesinlikle daha kötü görmediği anlamına gelir. Bu kişi kendini en mükemmel olarak görmez, aksine kendi sınırlılıklarının farkındadır ve gelişeceğini düşünür. Diğer taraftan düşük benlik saygısına sahip kişi kendisine saygı duymaz. Bu, kişinin kendini reddetmesini, kendinden memnuniyetsizliğini ve kendini hor gördüğünü ima eder (s.31).

Benlik saygısı durumdan duruma önemli değişiklik göstermeyen kişilik özellikleri gibi istikrarlı bir yapıdır. Yaşam sürecinde yetişkinlik döneminin büyük bölümünde benlik saygısı istikrarlıdır. Ancak, çocukluktan yetişkinliğe ve yetişkinlikten yaşlılığa geçişler, sosyal, bilişsel ve biyolojik alanlarda önemli değişiklikleri içerir, bu değişikliklerin genel olarak istikrarı azalttığı varsayılır (Trzensniewski vd., 2013).

Benlik saygısı, psikolojik bir yapı olarak duygu ve davranışlar üzerinde kapsamlı etkileri olduğu varsayımı ile farklı alanlarda çok sayıda araştırmaya konu edilmiş, psikolojik sağlık, sosyal ilişkiler ve iş yaşamı üzerinde önemli etkileri olabileceği ileri sürülmüştür. ((Ditzfeld ve Showers, 2013). Baumeister vd., (2003) ise benlik saygısının yüksek olmasının esasen iki kategoride yararlı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bunlar girişkenlik/girişimcilik (enhanced initiative) ve iyi hissetmektir (pleasant feelings).

Düşük benlik saygısı ile materyalizm arasında ilişki bulunduğunu gösteren çok sayıda araştırma mevcuttur (örneğin; O'Guinn ve Faber, 1989; d'Astous vd., 1990; Richins ve Dawson, 1992). Richins ve Dawson, (1992) benlik saygısı ile materyalizm arasında negatif korelasyon bulmuşlar, buna ilişkin bir sebep sonuç ilişkisi açıklamamışlardır. Bazı araştırmacılar, sahip olma ve tüketme arzusunun güvensizliklerden ve kişinin kendine ve yaşamına ilişkin derin memnuniyetsizliklerinden kaynaklandığını öne sürmüşlerdir (örneğin, Braun ve Wicklund, 1989; Cushman, 1990; Fromm, 1976; Wachtel, 1983; aktaran Richins ve Dawson, 1992).

Faber'e (1992) göre çocukluğunda ve ergenliğinde düşük benlik saygısı ve yetersizlik duyguları edinmiş kişiler bağımlılık davranışlarına yatkındır (aktaran, Roberts, 1998, s,297).

Düşük benlik saygısı kompülsif alışveriş olasılığını artırdığını gösteren çok sayıda araştırma vardır (O'Guinn ve Faber 1989; DeSarbo ve Edwards, 1996; Roberts vd., 2003; Yurchisin ve Johnson, 2004)

Devrimağ ve Balıkçioğlu (2019), ailede boşanma gibi olumsuz bir yaşam deneyimine sahip gençlerin (18-25 yaş) benlik saygılarının daha düşük olduğunu ve bu gençlerin materyalizm ve kompülsif satın alma eğilimlerinin boşanmamış aile yapısına sahip gençlerden yüksek olduğunu, öz-saygı ve kompülsif satın alma ilişkisinde materyalizmin kısmi aracılık etkisinin bulunduğunu göstermişlerdir.

Omar ve arkadaşları (2014) tarafından Malezya'da çalışan yetişkinlerin kredi kartının kötü kullanımını etkileyen faktörler hakkında yapılan araştırmada, benlik saygısının kredi kartı kötü kullanımı ile negatif ilişkisi bulunduğu tespit edilmiş ve bu sonuç düşük benlik saygısına sahip kredi kartı kullanıcılarının kredi kartlarını kötü kullanma olasılığının daha yüksek olduğunu gösterdiği şeklinde yorumlanmıştır. Bu çalışmada kredi kartının kötü kullanımı, kredi kartı borcuna neden olan fazla ve sorumsuz kredi kartı harcamaları şeklinde tanımlanmıştır.

Pettit ve Sivanathan (2011) kredi kartı ile ödeme, ödeme yapmanın psikolojik maliyetini azalttığından, bireylerin egolarını tehdit altında hissettiklerinde egolarını onarmak için yüksek statülü mallara yönelik harcamalarını artırdıklarını ileri sürmüşlerdir. Benzer şekilde, düşük benlik saygısının statü tüketimini ve dolayısı ile kredi kartı harcamalarını artırdığını düşünmekteyiz.

Yukarıdaki açıklamalara dayanarak aşağıdaki hipotezleri ileri sürüyoruz.

Hipotezler:

- **H14a:** Benlik saygısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H14b:** Benlik saygısının materyalizm üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H14c:** Benlik saygısı ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye materyalizm aracılık eder.

- **H14d:** Benlik saygısı ile sosyal statü tüketimi arasında negatif ilişki vardır. Benlik saygısı azaldıkça sosyal statü tüketimi artar.
- **H14e:** Benlik saygısı ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye, sosyal statü tüketimi aracılık eder.
- **H14f:** Benlik saygısı ile kompülsif satın alma eğilimi arasında negatif ilişki vardır. Benlik saygısı azaldıkça kompülsif satın alma eğilim artar.
- **H14g:** Benlik saygısı ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder.

1.3.17. Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim

Genel olarak pek çok alışkanlık ve davranış biçimi erken yaşlarda aile içindeki etkileşim ve iletişimlerle büyük ölçüde ebeveynlerden öğrenilmektedir. Erken yaşlarda edinilen tutum, değer, inanç ve alışkanlıklar yetişkinlikteki davranışlar üzerinde önemli etkilere sahip olmaktadır. Bu durumun finansal davranışlarda ve kredi kartı kullanma davranışında da geçerli olacağını ileri sürmekteyiz.

Bazı ebeveynler örnek olma, teşvik, özendirme, kural koyma, sorumluluk verme, yönlendirme gibi yöntemlerle çocuklarına finansal konularda da eğitim vermektedir. Pinto ve arkadaşları (2005), üniversite öğrencileriyle yaptığı araştırmada, gençlerin kredi hakkında ebeveynlerinden aldıkları bilgilerin okulda aldıkları eğitimden, akranlarından ve medyadan aldıklarından daha fazla olduğunu ve ebeveynlerinden aldıkları bilgi ne kadar fazla ise kredi kartı borçlarının o kadar az olduğunu tespit etmişlerdir.

Gudmunson ve Danes (2011) finansal okuryazarlık literatürüne eleştirel yaklaşarak, sağlıklı finansal davranışın ve bunun için gerekli motivasyonun aile içi etkileşim ve amaçlı finansal sosyalleşmeden kaynaklandığını ileri sürmektedirler. Ailede finansal sosyalleşmenin kapasite temelli bir öğrenme olduğu ve aile değerleri, normları, tutumları ve inançlarına dayandığını ifade etmişlerdir.

Webley ve Nyhus'a (2006) göre çocukluk çağında kazanılan memnuniyeti erteleme davranışı yetişkinlikte ekonomik davranışı ve bireyin ekonomik durumunu etkileyen en önemli ekonomik sosyalleşme biçimidir. Norvilitis ve MacLean (2010) araştırmalarında sorunlu kredi kartı kullanımının finansal bilgi ile değil, tatmini erteleme yeteneği ile ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Webley ve Nyhus'un (2006) ebeveynlerin özellikle zamanlar arası seçimle ilgili davranışlarının çocuklarının ekonomik davranışları üzerine etkileri hakkında yaptıkları araştırma bulguları, çocuklarıyla finansal konuları tartışmak gibi ve gelecek yönelimi gibi ebeveyn davranış ve yönelimlerinin hem çocukluktaki, hem de yetişkinlikteki ekonomik davranışlar üzerinde zayıf olmakla birlikte net bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Bernheim ve arkadaşları (1997) bir bankada hesap açılarak tasarruf etmeye teşvik edilen çocukların yetişkinliklerinde diğerlerinden daha fazla tasarruf ettiğini göstermiştir. Benzer şekilde, ebeveynlerini ortalamadan daha fazla tasarruf etmiş olarak algılayanlar, diğerlerinden daha fazla tasarruf etmektedirler.

Hipotezler:

- **H15a:** Ailede finansal sosyalleşme ve eğitimin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır.
- **H15b:** Ailede finansal sosyalleşme ve eğitimin bütçe yönetimi becerisi üzerinde pozitif etkisi vardır.
- **H15c:** Ailede finansal sosyalleşme ve eğitim ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye bütçe yönetimi becerisi aracılık eder

2. BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM

Araştırmada kullanılan verinin tamamı anket yoluyla toplanmıştır. Anket ekonomik, demografik sorular ile örtük değişkenleri ölçmekte kullanılan ölçek sorularından oluşturulmuştur (Ek 17).

Anketin katılımcıları; kredi kartı sahibi, kredi kartı harcamaları ve geri ödemeleri konusunda kendileri karar veren, 18 yaş üzeri yetişkinlerdir.

Maliyet unsuru nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket, Türkiye'nin en fazla aktif kredi kartına² sahip olunan iki kentinde İstanbul ve Ankara'da toplanmıştır. Bankacılık Kartları Merkezi verilerine göre 2016 yıl sonu itibarıyla Türkiye geneli içinde aktif kredi kartı sahipliği İstanbul'da %26, Ankara'da %8,8'dir.

Tablo 1: Türkiye'de Kullanılan Kredi Kartı Sayısı (2016)

İl	Adet	%
İstanbul	15.341.197	26,09
Ankara	5.175.566	8,80
Türkiye Geneli	58.795.476	100

Kaynak: Bankacılık Kartları Merkezi

Anket basılı olarak dağıtılmıştır. Anketin dağıtımına Aralık 2016'da başlanmış, anket toplama aşaması Mayıs 2017'de sonlandırılmıştır. Dağıtılan anketlerin yaklaşık % 60'ı geri dönmüştür. Toplanan anketlerin kullanılabilirlik oranı %81 olarak gerçekleşmiştir.

² Aktif kredi kartı; Bankacılık Kartları Merkezi (BKM) tarafından son üç ay içerisinde en az iki defa mal/hizmet alımında veya nakit para çekiminde kullanılmış kart olarak tanımlanmıştır.

Anketlerin büyük çoğunluğu katılımcılara işyerlerinde verilmiştir (21 özel şirket, 18 kamu kurumunda). Katılımcıların 294'ü yaygın şube ağına sahip bir bankanın İstanbul şubelerinin müşterilerden oluşmuştur.

Toplanan anketlerde;

- “Kredi kartınız var mı?” sorusu “Hayır” olarak yanıtlanmış ise”,
- “Kredi kartı borçlarınızı kendiniz mi ödüyorsunuz?” sorusu “Hayır” olarak yanıtlanmış ise,
- Kredi kartı ile fazla harcama ölçeği doldurulmamış ise,
- Çok sayıda eksik veri içeriyor ise,
- Katılımcının ciddiyeti konusunda şüphe duyulmuş ise,

Bu anketler kullanışsız olarak ayrılarak veri girişi yapılmamıştır.

Ankara'dan 539, İstanbul'dan 621 katılımcı olmak üzere, toplam 1160 katılımcıdan toplanan anketin veri girişi yapılmıştır.

Veri girişi yapılan 1160 anketin 14'ü %10'dan fazla eksik veri içermesi nedeniyle bir adedi ise katılımcının ciddiyeti şüphe uyandırdığından analize dâhil edilmemiştir. Analize dâhil edilen anket sayısı 1.145 olarak gerçekleşmiştir.

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde iki kıstas hedeflenmiştir. Birincisi, kullanılan analiz yönteminin gerektirdiği örneklem büyüklüğünün sağlanması, diğeri ise örnekleme hatasının belirli bir düzeyin altına düşürülebilmesi için gerekli olan örneklem büyüklüğüne ulaşılmasıdır.

Analiz yöntemi olarak seçilen Yapısal Eşitlik Modellemesinde (YEM), model çok sayıda (yediden fazla) yapı (örtük değişken) içeriyorsa, bazı yapılar düşük komünaliteye sahipse (gözlenen değişkenlerin faktör yükünün karesi 0.45'in altında ise) ve/veya üçten az madde içeriyor ise örneklem sayısı en az 500 olmalıdır. Verinin çok değişkenli normalikten sapması durumunda bu sayı artırılmalıdır (Hair vd., 2010, s.574). Bu çalışmada, hipotez testlerinin gerçekleştirildiği yapısal eşitlik modellemesinde 12 örtük değişken içerilmiştir.

Örneklem büyüklüğü, örneklemin alındığı evreni temsil etmesi bakımından önem arz etmektedir. Örneklem büyüklüğünün artırılması örneklem hatasını azaltmakta, sonuçların güvenilirliğini arttırmaktadır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından, $\alpha= 0.05$ güven düzeyi ve ± 0.03 , ± 0.05 ve ± 0.10 örnekleme hataları için, hesaplanan farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri Tablo 2’de gösterilmiştir. Ankara ve İstanbul’da kullanılan kredi kartı sayısı 2016 sonu itibarıyla yaklaşık 20.5 milyon kadardır. Kredi kartı sahiplerinin cüzdanındaki kredi kartı sayısı BKM tarafından ortalama 2.25 olarak açıklandığından Ankara ve İstanbul’daki kredi kartı sahibi sayısı kabaca 8 milyon olarak hesaplanmıştır. Bu büyüklükteki bir evren için gerekli örneklem büyüklüğü ($\alpha=0.05$ güven düzeyi için ± 0.03 örnekleme hatası kabulü ile) 1067’dir. Bu çalışmada, analiz 1145 örneklem büyüklüğü ile yapılmıştır. Örneklem büyüklüğü, 1067’yi aşmaktadır.

Tablo 2: Örneklem Büyüklüğü Hesaplama

Evren Büyüklüğü (N)	$\alpha=0.05$ için Örneklem Büyüklükleri								
	± 0.03 örnekleme hatası (d)			± 0.05 örnekleme hatası (d)			± 0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1.000.000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100.000.000	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

$$N > 10.000 \text{ için } n = \frac{P \cdot Q \cdot Z_{\alpha}^2}{d^2}$$

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

N: Evren birim sayısı, n: Örneklem büyüklüğü

P: Evrendeki X’in gözlenme oranı, Q (1-P): X’in gözlenmeme oranı

Z α : $\alpha= 0.05, 0.01, 0.001$ için 1.96, 2.58 ve 3.28 değerleri

d= Örneklem hatası

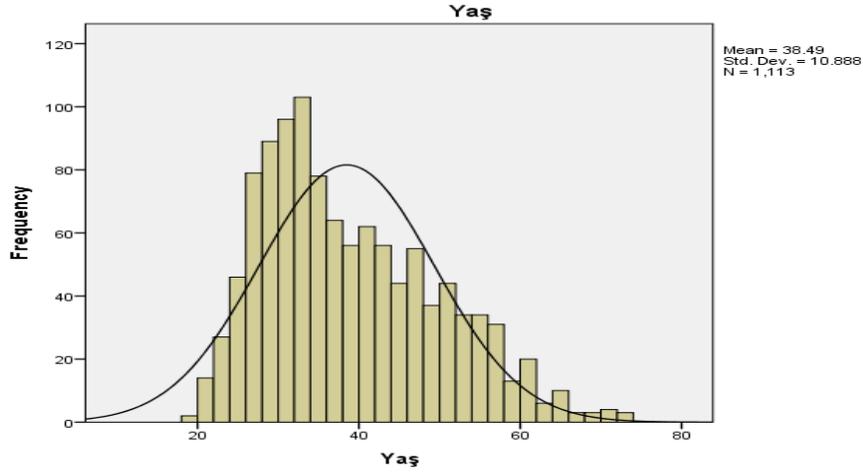
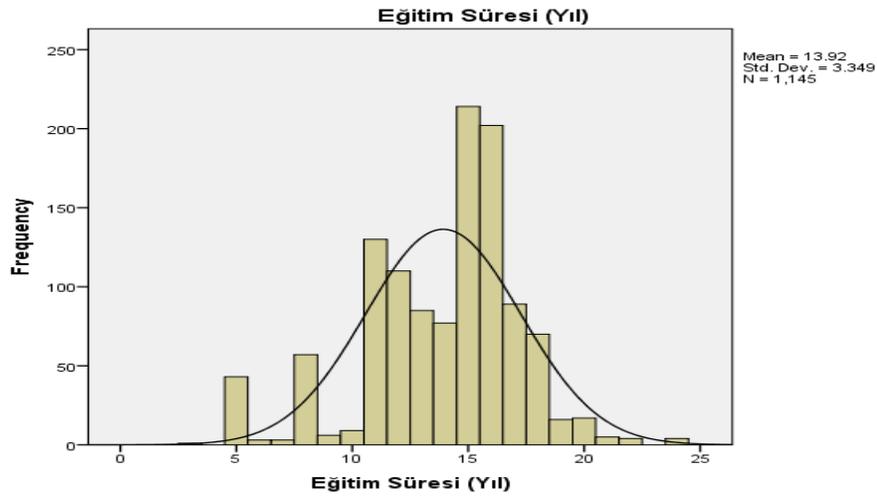
2.2. TANIMSAL İSTATİSTİKLER

Örneklemin % 65,6'sı erkeklerden (751 katılımcı), % 34,4'ü ise kadınlardan (394 katılımcı) oluşmaktadır. Katılımcılar; kredi kartı sahibi, kredi kartı harcamaları ve geri ödemeleri konusundaki kararı kendileri veren bireylerden olduğundan cinsiyetlerine göre, çalışan nüfus istatistiklerine paralel bir dağılım beklenir. TÜİK tarafından yayımlanan işgücü istatistiklerine göre 2017 itibarıyla İstanbul ve Ankara'da çalışan nüfusun % 69'u erkek % 31'i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların % 70'i evli, % 56'sı ev sahibidir.

Katılımcıların tamamı 19 ile 73 yaş aralığındadır. Örnekleme ortalama yaş 38,49'dur. "Kaç yıl eğitim aldınız?" sorusuna verilen yanıtlar 3 ile 24 yıl arasında dağılmaktadır. Katılımcıların ortalama eğitim süresi 13,92'dir. Yaş ve eğitim süresi istatistikleri Tablo 3'de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 3: Yaş ve Eğitim Süresi İstatistikleri

		Yaş	Eğitim Süresi (Yıl)
Veri Sayısı	Geçerli Veri	1113	1145
	Kayıp veri	32	0
Ortalama		38.49	13.92
Standart hata		0.326	0.099
Medyan		36.00	15.00
Standart sapma		10.888	3.349
Çarpıklık		0.630	-0.655
Çarpıklığın standart hatası		0.073	0.072
Basıklık		-0.289	0.680
Basıklığın standart hatası		0.147	0.144
Minimum		19	3
Maksimum		73	24

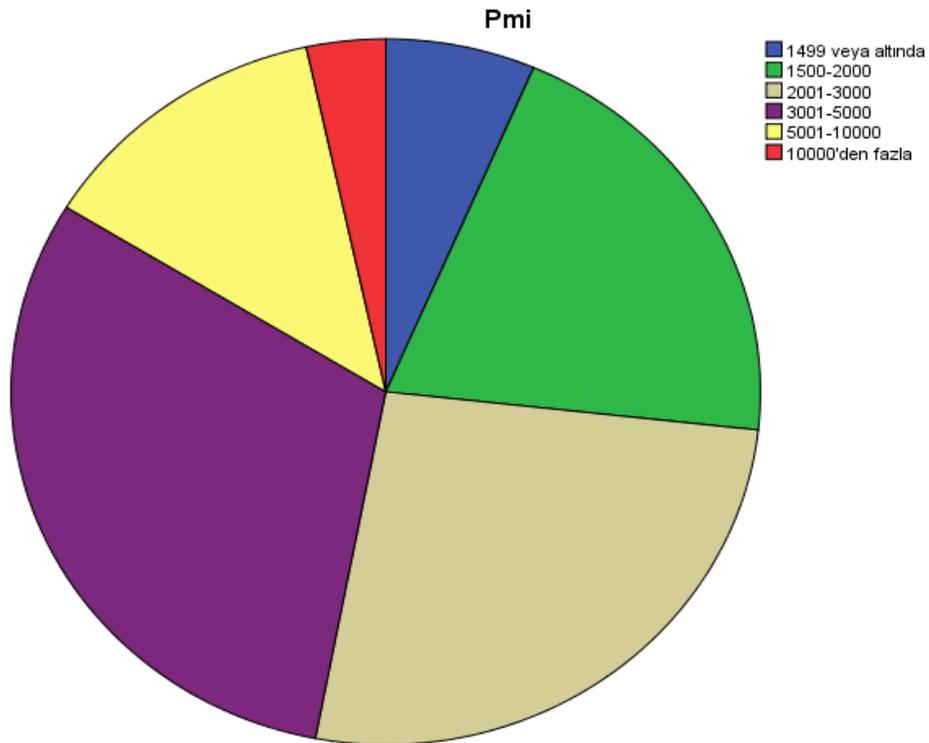
Grafik 1: Yaş**Grafik 2: Eğitim Süresi**

Katılımcıların % 6,5'inin kişisel geliri verinin toplandığı dönemde (Aralık 2016-Mayıs 2017) geçerli asgari ücret düzeyinde veya altındadır. Katılımcıların %20,3'ünün kişisel geliri 1500-2000 TL aralığında, %26,3'ünün kişisel geliri 2001-3000 TL aralığında, %30,7'sinin kişisel geliri 3001-5000 TL aralığında, %12,8'inin kişisel geliri 5001-10000 TL aralığında, %3,4'ünün kişisel geliri ise 10000 TL'nin üzerindedir.

Tablo 4: Aylık Kişisel Gelir

	Sayı	Yüzde	Kümülatif Yüzde
1499 veya altında	74	6.5	6.5
1500-2000	232	20.3	26.7
2001-3000	301	26.3	53.0
3001-5000	352	30.7	83.8
5001-10000	147	12.8	96.6
10000'den fazla	39	3.4	100.0
Toplam	1145	100.0	

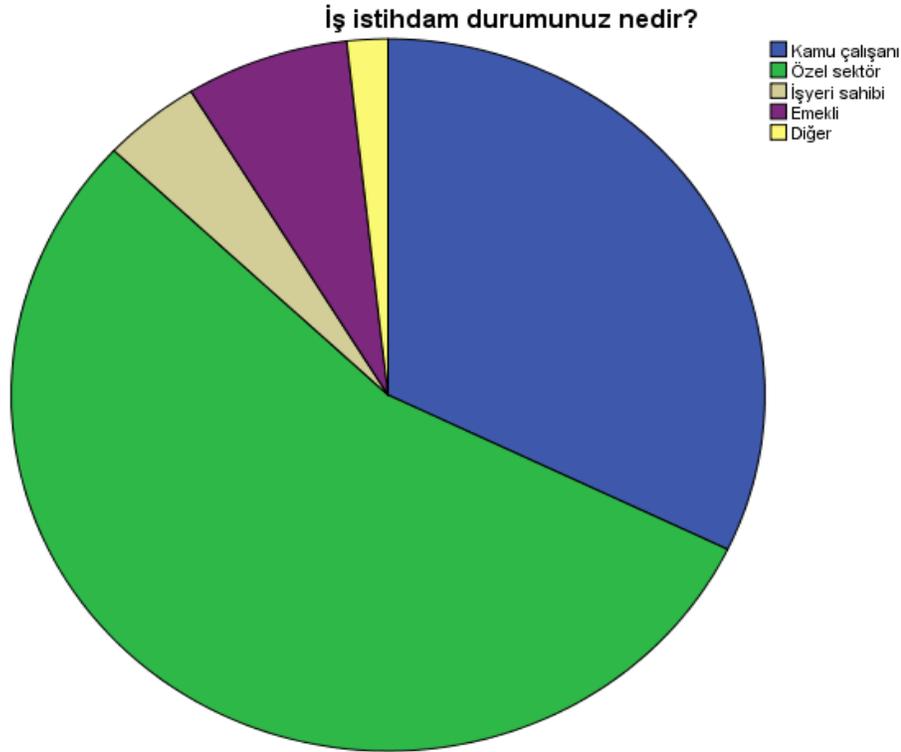
Not: Veri 2017 yılında toplanmış olduğundan kategorizasyon o yılın ücret/gelir düzeyine göre yapılmıştır.

Grafik 3: Aylık Kişisel Gelir

Örneklemin istihdam durumu şöyledir; katılımcıların %54,7'si özel sektör çalışanı, % 32'si kamu çalışanı, %4,2'si işyeri sahibi ve % 7'si emeklilerden oluşmaktadır.

Tablo 5: İstihdam Durumu

	Sayı	Yüzde
Kamu çalışanı	367	32,0
Özel sektör	627	54,7
İşyeri sahibi	48	4,2
Emekli	80	7,0
Diğer	19	1,7
Total	1141	99,7
Kayıp veri	4	,3
Toplam	1145	100,0

Grafik 4: İstihdam Durumu

27 Eylül 2016 tarihli Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına ilişkin Yönetmelik" ile kredi kartlarının mevcut borç bakiyelerinin kart hamilleri tarafından talep edilmesi durumunda

yetmiş iki aya kadar taksitlendirilebilmesine imkânı sağlayan bir düzenleme yapılmıştır. Bu imkândan yararlanmış olmanın, ödeme güçlüğüne düşülmüş olduğunun bir göstergesi olacağı düşüncesi ile katılımcılara “Kredi kartı borcunuzun vadesini uzatmak için 72 aya kadar taksitlendirme imkânından yararlandınız mı?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların %11,4’ü bu soruya “evet” yanıtı vermiştir. Bu sonuç, katılımcıların % 11,4’ünün kredi kartı borçlarını ödeme konusunda önemli ölçüde sıkıntıya düşmüş olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

2.3. DEĞİŞKENLERİN ÖLÇÜM YÖNTEMİ

Değişkenler ankette yer alan ekonomik demografik sorular ve ölçeklerle ölçülmüştür. İstatistiki analizde kullanılacak verinin toplanması amacıyla yapılan anket çalışması için Hacettepe Üniversitesi Etik Kurul izni alınmıştır. Ayrıca, ankette kullanılan ölçekleri, ölçek maddelerini geliştiren/çeviren araştırmacı ve akademisyenlerin izni alınmıştır.

2.3.1. Ekonomik/Demografik Değişkenleri Ölçmekte Kullanılan Sorular

Analize dâhil edilen ekonomik ve demografik değişkenler ankette içerilen aşağıdaki sorular ile ölçülmüştür.

- Kaç yaşındasınız?
- Kaç yıl eğitim aldınız?
- Aylık kişisel geliriniz ne kadardır?

2.3.2. Örtük Değişkenleri Ölçmekte Kullanılan Ölçekler ve Sorular

Analizde kullanılmak üzere belirlenen örtük (yapılar) değişkenler, ankete dâhil edilen ölçeklerle ölçülmüştür. Literatür incelenerek seçilen ölçeklerden Türkçeye çeviri ile adaptasyon ve/veya modifikasyon yapılarak, ölçekler düzenlenmiştir. Ölçek maddelerinde yapılan adaptasyon ve modifikasyonlar kavramsal çerçeve gözetilerek; i) kültürel ve dile ilişkin nedenlerle, ii) geniş bir katılımcı kitlesinin hedeflenmesi sebebiyle maddelerin kolayca

anlaşılır olması için ve iii) farklı kaynaklardan yararlanılarak oluşturulan ölçeklerin içerdikleri maddelerin kendi içlerinde uyum ve bütünlüğünün sağlanması için gerekli görülmüştür.

Kredi kartı müşterilerine hizmet vermiş bankacılar ile akademisyen psikologlardan soru ve ölçek maddeleri için görüş alınmıştır. Anketin ilk sürümü 20 katılımcıya verilerek sorular ve ölçek maddelerinin anlaşılabilirliği ile ilgili sınıma ve sorgulama yapılmıştır. Alınan sonuç ve görüşler üzerine ölçeklerde gerekli değişiklik ve düzeltmeler yapılarak ankete son şekli verilmiştir.

Bu çalışmada örtük değişkenleri temsil eden gösterge değişkenler (ölçek maddeleri) 6'lı Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Gelir yeterliliği değerlendirmesi 5'li Likert, risk tercihi ve zaman ıskontosu tercihi 11'li Likert ölçeği ile ölçülmüştür.

Bu çalışmada analiz yapılırken Likert ölçeğindeki yanıtlardan elde edilen sayısal değerler metrik ölçeklerden elde edilmiş gibi değerlendirilmiştir. Vieira'ya (2011) göre,

Likert ölçekleri salt teknik perspektiften bakıldığında sıralı ölçekler olmalarına rağmen, bu ölçeklerden elde edilen sonuçlar yaygın olarak bir aralık düzeyinde değerlendirilir (Malhotra, 1996). Sosyal bilimlerdeki araştırmaların çoğunda uygulama bu şekildedir ve kabul edilebilir bir yöntem olarak değerlendirilir (Kinnear ve Taylor 1991). Bu yöntemin mantığı ele alınan değişkenlerin aslında sürekli olduğu, ancak bunların ölçümünün yalnızca sıralı değişkenler olarak yapılabileceği gerçeğine dayanır (Powers ve Xie, 2000) (s.17).

Ölçek maddelerinin/sorularının ifade ediliş biçimine göre katılımcılara sıklık veya katılım düzeyi bildiren yanıt seçenekleri sunulmuştur: “Kesinlikle Katılıyorum / Katılıyorum / Pek Katılmıyorum / Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum” veya “Hiçbir Zaman / Çok Seyrek / Seyrek / Bazen / Çoğunlukla / Her Zaman”.

Anketin katılımcılara ilk dağıtımı sonucunda toplanan 200 kadar anketten elde edilen veri ile SPSS istatistik programında ölçek bazında faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonuçları ölçeklerde değişiklik yapılmasını gerektirmemiştir. Risk tercihi ve zaman ıskontosu tercihi ve katılımcının yaşı ile ilgili sorularda kayıp veri sayısı dikkat çektiğinden algılamayı kolaylaştırıcı düzenleme yapılmış, bir ölçek maddesinin (Ccos9) ise, yine algılamayı kolaylaştırmak için yeri değiştirilerek dağıtıma devam edilmiştir.

2.3.2.1. Kredi Kartı ile Fazla Harcama Ölçeği (Credit Card Overspending Scale-Ccos)

Kredi kartı ile fazla harcama değişkenini ölçebilmek için gerekli olan tüketicilerin gelir ve kredi kartı harcama miktarlarına ilişkin net rakamlara ulaşmak mümkün bulunmamaktadır. Çünkü katılımcılar bu tür soruları yanıtlamaya gönüllü olmamakta, kredi kurumları ise müşteri sırrı kapsamındaki bu bilgileri paylaşmamaktadırlar. Bu nedenle, sonuç değişkenimiz olan kredi kartı ile fazla harcama davranışını ölçmek için öz-bildirime dayanan çok maddeli "Kredi Kartı ile Fazla Harcama Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçeğin 1, 6 ve 9 numaralı maddeleri, Roberts ve Jones'un (2001) geliştirdikleri Kredi Kartı Kullanım Ölçeğinden (Credit Card Use Measure) modifiye edilerek düzenlenmiştir. Ölçeğin 2., 3. ve 5. maddeleri, Richins'in (2011) Fazla Kredi Kullanma Davranışı Ölçeği'nden (Credit Overuse Behaviour Scale) adapte edilmiştir. 7. ve 8. maddeler ise, Liemerick ve Peltier'in (2014) çalışmalarından yararlanılarak düzenlenmiştir. Maddelerin orijinali parantez içinde gösterilmiştir.

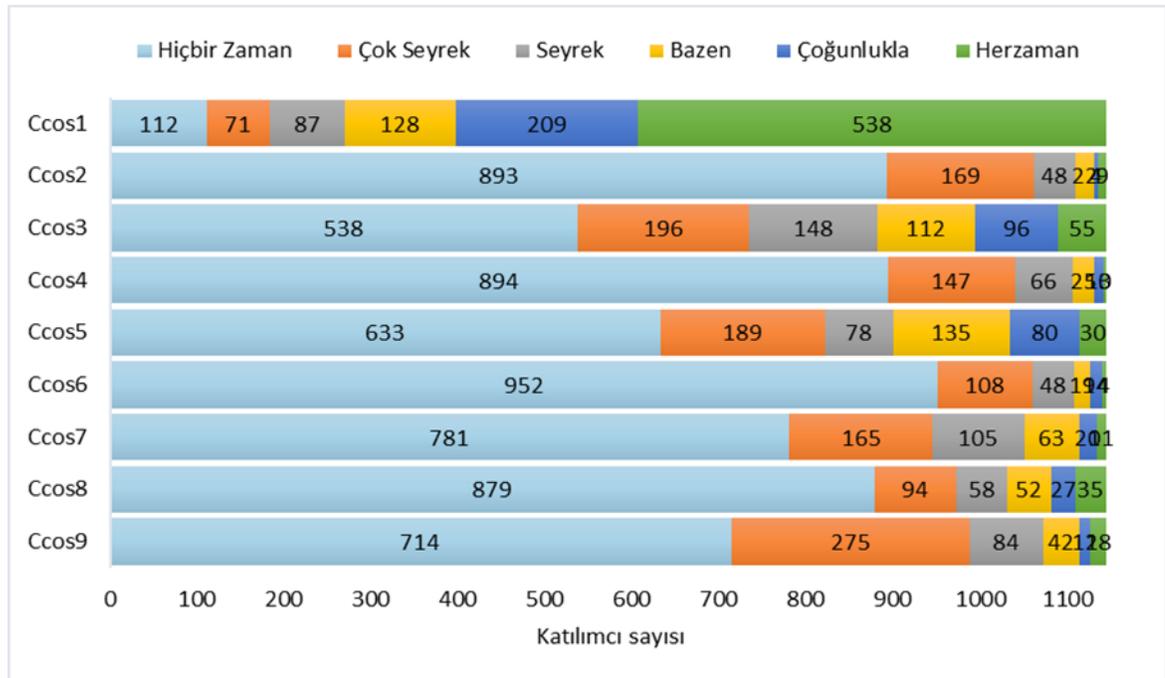
Bu ölçekten yüksek puan alan katılımcıların kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunduğu varsayılmaktadır.

1. **Ccos1:** Son bir yılda kaç ay bütün kredi kartı borçlarınızı tam olarak ödediniz? (I always pay off my credit cards at the end of each month.) (Ters kodlama)
2. **Ccos2:** Son bir yılda herhangi bir kredi kartı borcunuz için hiç ödeme yapmadığınız ay oldu mu? (During the past year, how often were you behind in making credit card payments?)
3. **Ccos3:** Son bir yılda kaç ay herhangi bir kredi kartınız için yalnızca asgari ödeme miktarında ödeme yaptınız? (During the past year how often did you make only the minimum payment on your monthly credit card bills?)
4. **Ccos4:** Son bir yılda kaç ay herhangi bir kredi kartınız için asgari ödeme miktarının altında ödeme yaptınız? (Bu çalışma için geliştirilmiştir.)
5. **Ccos5:** Son bir yılda kaç ay toplam kredi kartı borcunuz, tüm kartlarınızın toplam maksimum limitine ulaştı? (During the past year how often were your credit cards at or near their maximum limit?)

6. **Ccos6:** Son 12 ay içinde, bir kredi kartı borcunuzu diğer kartınızla ödediğiniz oldu mu? (I frequently use available credit on one credit card to make a payment on another credit card.)
7. **Ccos7:** Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için yakınlarınızdan borç veya parasal destek aldınız mı? (I have had to ask my family for money to pay my credit card debt.)
8. **Ccos8:** Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için banka kredisi kullandınız mı? (I have had to use a bank loan to pay of my credit card debt.)
9. **Ccos9:** Son 12 ayda kredi kartlarınızdan nakit para çektiniz mi? Çektiyseniz kaç kez? (I seldom take cash advances on my credit cards.)

Katılımcılara sunulan yanıt seçenekleri; “hiçbir zaman (0) /çok seyrek (1-2 ay) / seyrek (3-4 ay) / bazen (5-6 ay) /çoğunlukla (7-10 ay) /her zaman (11-12 ay)” şeklinde düzenlenmiştir.

Grafik 5: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Ölçeği Katılımcı Yanıtları



2.3.2.2. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçeği (Sense of Mastery Scale- Mastery)

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu yapısını ölçmek için, Pearlin ve Schooler'in (1978) yedi maddeli "Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu" ölçeği kullanılmıştır. Pearlin ve Schooler'in Yaşam Üzerinde Kontrol Duygusu Ölçeği Kanada Ulusal Nüfus Sağlık Araştırması ve ABD Ulusal Boylamsal Kohort Araştırmaları, MINDFUL Proje Önerileri için Avrupa Sağlık Anketi (EHIS) Sağlığı Belirleyenler Modülü gibi nüfus anketlerinde kullanılmaktadır. Orijinal ölçek, iki olumlu, beş olumsuz ifade içeren yedi maddeden oluşmaktadır. Beş olumsuz ifadeden oluşan ölçeğin kısaltılmış versiyonu Avrupa Komisyonu tarafından finanse edilen anketlerde kullanılmaktadır (Clench-Aas vd., 2017).

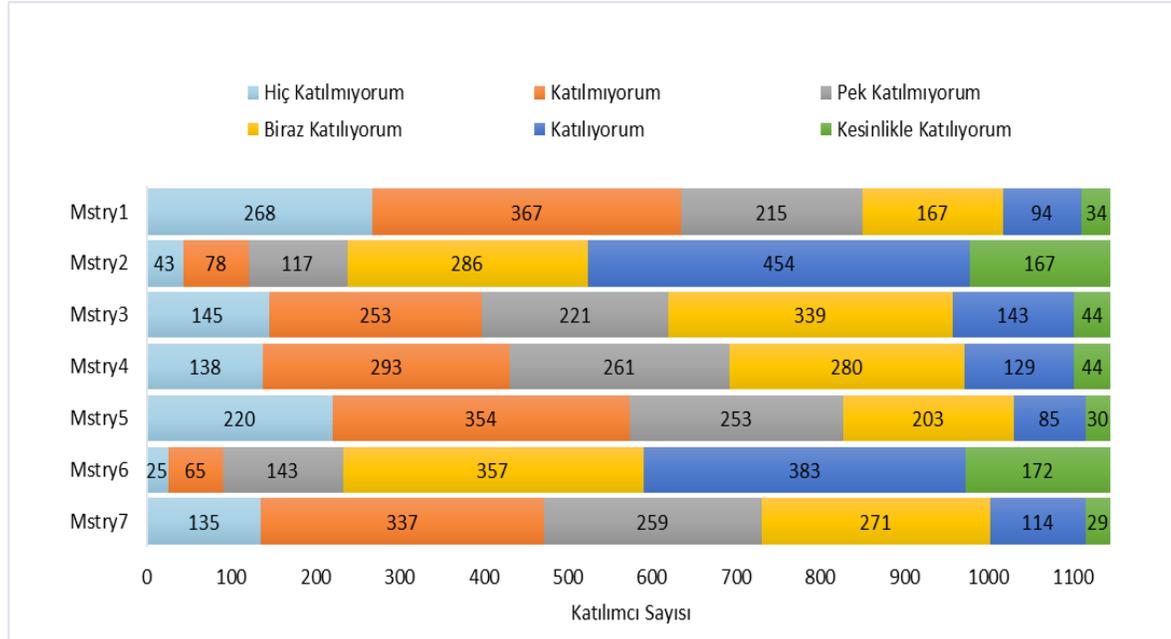
Aşağıdaki maddelerden oluşan bu ölçekten yüksek puan alınması, bireyin yaşamı üzerindeki hâkimiyetinin yüksek olduğu algısına, sahip olduğunu gösterir.

1. **Mstry1:** Bazı sorunlarımı çözebilmemin gerçekten bir yolu yok. (There is really no way I can solve some of the problems I have.) (Ters kodlama)
2. **Mstry2:** Gelecekte ne yaşayacağım çoğunlukla bana bağlıdır. (What happens to me in the future mostly depends on me.)
3. **Mstry3:** Bazen hayatın içinde savrulduğumu hissediyorum. (Sometimes I feel that I'm being pushed around in life.) (Ters kodlama)
4. **Mstry4:** Hayatımdaki önemli şeylerin birçoğunu değiştirmek için yapabileceğim fazla bir şey yok. (There is little I can do to change many of the important things in my life.) (Ters kodlama)
5. **Mstry5:** Hayattaki problemler ile başa çıkabilmek konusunda, kendimi sık sık çaresiz hissediyorum. (I often feel helpless in dealing with the problems of life.) (Ters kodlama)
6. **Mstry6:** Yapmayı gerçekten kafama koyduğum hemen her şeyi yapabilirim. (I can do just about anything I really set my mind to.)
7. **Mstry7:** Yaşadığım şeyler üzerinde kontrolüm çok sınırlıdır. (I have little control over the things that happen to me.) (Ters kodlama)

Ölçeğin orijinalinde yanıtların puanlanmasında 1-4 arasında değişen ölçek kullanılmıştır. Çalışmamızda yanıtlar “kesinlikle katılıyorum” dan “kesinlikle katılmıyorum”a kadar değişen 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

Ölçeğe katılımcılar tarafından verilen yanıtlar Grafik: 6'da gösterilmiştir.

Grafik 6: Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçeği Katılımcı Yanıtları



2.3.2.3. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Ölçeği (EGSÖ) (Consideration of Future Consequences (CFC) Scale -Future (Cfcf)/Immediate (Cfci))

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ölçeği ilk olarak Strathman, Gleicher, Boninger ve Edwards (1994) tarafından 12 maddeli olarak geliştirilmiştir. Ölçek daha sonra Joireman, Shaffer, Balliet ve Strathman (2012) tarafından revize edilerek 14 maddeli hale getirilmiştir.

Ölçek, Hollanda nüfusunun tasarruf davranışı üzerine boylamsal bir çalışma olan Hollanda Merkez Bankası Hanehalkı Anketi'ne 1996 yılından itibaren dâhil edilmiştir (Toepoel, 2010).

Bu çalışmada, bir eylemde bulunurken bireylerin davranışlarının gelecekteki veya şimdiki sonuçlarını ne kadar önemsediklerini ölçmek için Joireman ve arkadaşları (2012) tarafından

revize edilen 14 maddeli ölçek kullanılmıştır. Joireman ve arkadaşları (2012) çalışmalarında ölçeğin –eylemlerinin anlık sonuçlarını önemseme (cfci) ve gelecekteki (gecikmeli) sonuçlarını önemseme (cfcf) olarak adlandırılan- iki boyuta sahip olduğu bulunmuştur.

Aşağıdaki maddelerden oluşan bu ölçekten yüksek puan alınması, bireyin bir eylemde bulunurken bu eyleminin gelecekteki sonuçlarını, anlık sonuçlarından daha fazla dikkate aldığını gösterir. Ölçekten düşük puan alınması ise anlık sonuçların daha fazla önemsendiğini gösterir.

1. **Cfcf1:** Gelecekte bazı şeylerin nasıl değişebileceğini düşünür ve günlük davranışlarımla onları etkilemeye çalışırım. (I consider how things might be in the future, and try to influence those things with my day to day behavior.)
2. **Cfcf2:** Karşılığını ancak yıllar sonra alabileceğim şeyler için de çoğunlukla uğraş veririm. (Often I engage in a particular behavior in order to achieve outcomes that may not result for many years.)
3. **Cfci1:** Yalnızca bugün ile ilgilenir, acil işleri yapmak için harekete geçerim, çünkü geleceğin kendi çözümlerini getireceğini düşünürüm. (I only act to satisfy immediate concerns, figuring the future will take care of itself.) (Ters kodlama)
4. **Cfci2:** Yalnızca kısa sürede, birkaç gün veya birkaç hafta içinde, sonuç alabileceğim şeyleri yaparım. (My behavior is only influenced by the immediate (i.e., a matter of days or weeks) outcomes of my actions.) (Ters kodlama)
5. **Cfci3:** Karar verirken ve harekete geçerken rahatımı çok önemserim, sıkıntıya girmek istemem. (My convenience is a big factor in the decisions I make or the actions I take.) (Ters kodlama)
6. **Cfcf3:** Gelecekte elde edeceğim şeyler için bugünkü mutluluğum veya refahımdan gönüllü olarak fedakârlık yaparım. (I am willing to sacrifice my immediate happiness or well-being in order to achieve future outcomes.)
7. **Cfcf4:** Olumsuz sonuçlar yıllarca ortaya çıkmasa bile, onlar hakkındaki uyarıları, ciddiye almak gerektiğini düşünürüm. (I think it is important to take warnings

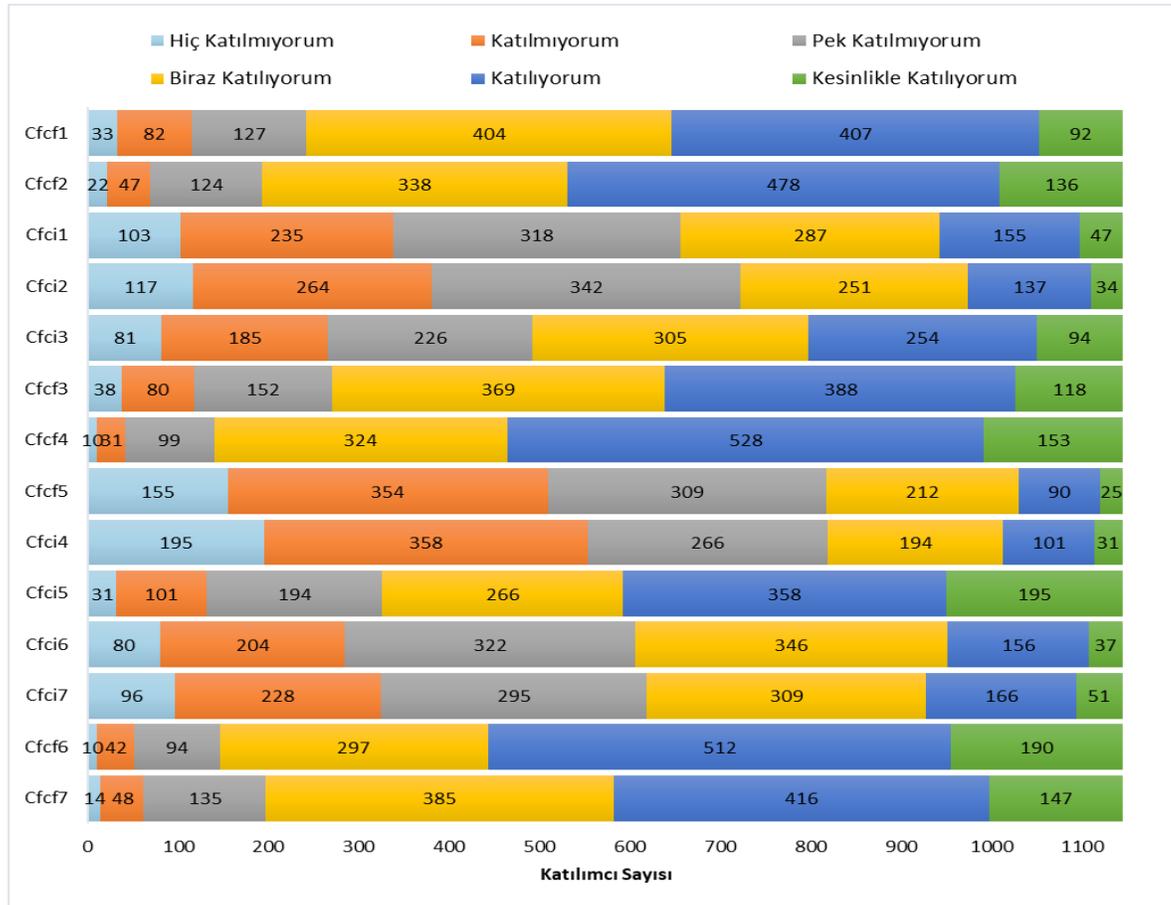
about negative outcomes seriously even if the negative outcome will not occur for many years.)

8. **Cfcf5:** Bir karar verdiğimde, bu kararımın beni gelecekte nasıl etkileyebileceğini düşünürüm. (When I make a decision, I think about how it might affect me in the future.)
9. **Cfci4:** Sorunların çok büyümeden çözüleceğini düşündüğüm için, gelecekte ortaya çıkabilecek sorunlarla ilgili uyarıları pek önemsemem. (I generally ignore warnings about possible future problems because I think the problems will be resolved before they reach crisis level.) (Ters kodlama)
10. **Cfci5:** Gelecekte ortaya çıkacak sorunlarla o zaman ilgilenileceğini bu nedenle, şimdi fedakârlıkta bulunmanın gereksiz olduğunu düşünürüm. (I think that sacrificing now is usually unnecessary since future outcomes can be dealt with at a later time.) (Ters kodlama)
11. **Cfci6:** Günbegün sonuçlarını aldığım işler, benim için sonuçları uzun vadede ortaya çıkacak işlerden daha önemlidir. (Since my day to day work has specific outcomes, it is more important to me than behavior that has distant outcomes.) (Ters kodlama)
12. **Cfci7:** Bugün sadece hemen çözülmesi gereken sorunlarla ilgilenirim, gelecekte ortaya çıkabilecek sorunlarla daha sonra ilgilenirim diye düşünürüm. (I only act to satisfy immediate concerns, figuring that I will take care of future problems that may occur at a later date.) (Ters kodlama)
13. **Cfcf6:** Genellikle davranışlarımın gelecekte yol açabileceği sonuçları düşünerek hareket ederim. (My behavior is generally influenced by future consequences.)
14. **Cfcf7:** Bana göre, ileride önemli sonuçlar doğuracak bir davranışta bulunmak, hemen fakat daha az önemli sonuçlar doğuracak bir davranışta bulunmaktan daha önemlidir. (I think it is more important to perform a behavior with important distant consequences than a behavior with less-important immediate consequences.)

Ölçek maddelerinin yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum /Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum şeklinde 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

Ölçeğe 1145 katılımcı tarafından verilen yanıtlar Grafik 7'de gösterilmiştir.

Grafik 7: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Düşünme Ölçeği Katılımcı Yanıtlar



2.3.2.4. Risk Tercihi (Risk Preference)

Risk tercihi literatürde, risk alma gönüllülüğüne ilişkin bir öz-değerlendirme sorusu, gerçek bir piyangodaki bireysel tercihler ve belirtilmemiş bir patlama noktasına sahip sanal bir balonu şişirmek için kullanılan pompalama sayısı gibi farklı şekillerde ölçülmüştür (Dohmen vd., 2009; Lejuez vd., 2002)

Bu çalışmada, risk tercihi, genel risk alma gönüllülüğüne ilişkin bir öz-değerlendirme sorusu ile sübjektif olarak ölçülmüştür. Borghans ve arkadaşlarına (2008) göre, bu soru finansal konular, sağlık, trafik gibi alanlarda riskli davranışları daha iyi tahmin eder. Ayrıca böyle genel bir soru, geleneksel piyango sorularının çerçeveleme etkilerinden muaftır ve aritmetik beceri gerektirmez.

Mata ve arkadaşlarına (2018) göre risk tercihi, öz-bildirim şeklinde tercihlerle ölçüldüğünde, orta derecede istikrarlı, genel psikolojik bir özellik olarak düşünülebilir ve bu nedenle psikolojik ve ekonomik teorilerde ve politika oluşturmada dikkate alınması gereken önemli bir değişkendir.

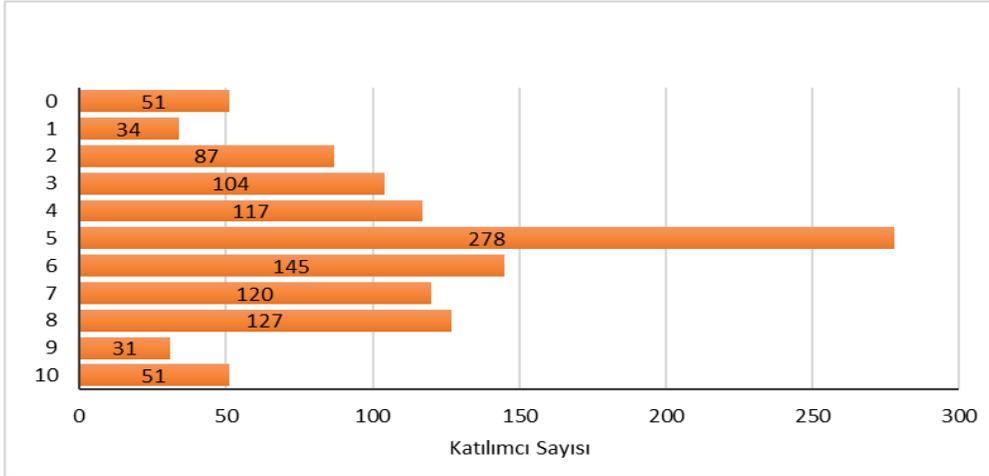
Katılımcıların risk tercihini ölçmek için kullanılan soru, Falk ve arkadaşlarının (2016) çalışmalarından alınmıştır. Risk tercihi sorusundan alınan yüksek puan, bireyin risk tercihinin yüksek olduğunu gösterir.

Risk tercihi sorusunun tüm yaş ve eğitim seviyesinde örneklenen ve farklı sosyo-ekonomik geçmişlere sahip bireyleri kapsayan katılımcılarda uygulanması kolaydır. Bu sorular Gallup Dünya Anketi 2012 kapsamında başarıyla uygulanmıştır. Adı geçen çalışma sonucunda 76 ülkeden Global Tercih Anketi (Global Preference Survey) verisi elde edilmiştir (Falk vd., 2016).

Risk tercihi sorusu ile katılımcıların on bir puanlık ölçekte gönüllülüklerine ilişkin öz-değerlendirmeleri istenmiştir. Ölçümde bu sorunun kullanılmasının nedeni kolay anlaşılır olması, fazla zaman almaması, farklı yaş grupları ile farklı eğitim ve bilişsel düzeydeki geniş bir kitleye uygulanabilir olmasıdır.

Risk tercihi sorusu: Genel olarak, risk almaya hazır bir kişi misiniz ya da risk almaktan sakınmaya çalışan biri misiniz? 0 risk almaktan tamamen sakındığınız, 10 risk almaya çok hazır olduğunuz anlamına gelmektedir.

Risk tercihi sorusuna katılımcılardan alınan yanıtlar Grafik: 8'de gösterilmiştir.

Grafik 8: Risk Tercihi Katılımcı Yanıtları

2.3.2.5. Materyal Değerler Ölçeği (Material Values Scale-Mat)

Bu çalışmada materyalizm, Richins ve Dawson (1992), tarafından geliştirilen on sekiz maddeli Materyal Değerler Ölçeğinin Richins, (2004) tarafından madde sayısı azaltılıp güvenilirliği artıracak şekilde iyileştirilen dokuz maddeli kısa formu kullanılarak ölçülmüştür. Materyalizmi ölçmek için farklı sayıda maddelerle yaptığı araştırma sonucunda Richins'in ifadesine göre "Bu dokuz maddeli ölçek, 18 maddeli ölçeğin kapsadığı üç alanı da kapsamakta ve materyalizmi ölçmek için kabul edilebilir güvenilirlik ve geçerlilik düzeylerine sahiptir" (Richins 2004, s. 216-217).

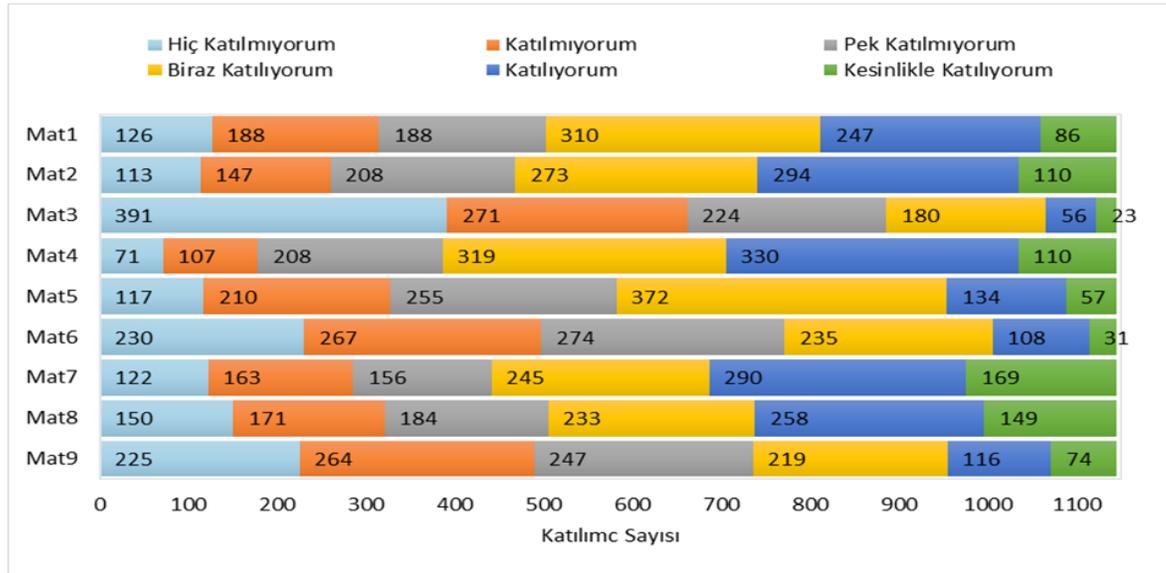
Ölçek, her biri üçer madde ile temsil edilen, başarı, merkezilik ve mutluluk olmak üzere üç boyuttan oluşur. Başarı boyutu, bireyin, mülkiyeti başarının göstergesi olarak görme derecesini ölçer. Merkezilik boyu sahip olunan şeylerin kişinin hayatında ne kadar önemli olduğu ile ilgilidir. Sahip olma ve satın almanın bireyin öncelikli yaşam hedefi olma derecesini ölçer. Mutluluk boyutu ise, bireyin sahip olduğu maddi varlıkların mutluluğu sağlayabileceğine ne ölçüde inandığını ölçer. Materyal Değerler Ölçeği, farklı disiplinlerde materyalist eğilimleri ölçmekte en yaygın kullanılan ölçektir (Donnelly vd., 2016).

Ölçeğin maddeleri, sıfır (kesinlikle katılmıyorum) ile beş (kesinlikle katılıyorum) aralığında 6'lı Likert ölçeğinde ölçülmüştür.

Materyal Değerler Ölçeği, aşağıdaki maddelerden oluşmaktadır. Maddelerin orijinali parantez içinde gösterilmiştir.

1. **Mat1:** İnsanları etkileyen şeylere sahip olmak hoşuma gider. (I like to own things that impress people.)
2. **Mat2:** Sahip olduğum şeyler, hayattaki başarımla hakkında çok şey ifade eder. (The things I own say a lot about how well I'm doing in life.)
3. **Mat3:** Pahalı ev, araba ve giysilere sahip kişilere hayranlık duyarım. (I admire people who own expensive homes, cars, and clothes.)
4. **Mat4:** Mal ve eşyalar söz konusu olduğunda hayatımı basit yaşamaya çalışırım. (I try to keep my life simple, as far as possessions are concerned.) (Ters kodlama)
5. **Mat5:** Bir şeyler satın almaktan çok zevk alırım. (Buying things gives me a lot of pleasure.)
6. **Mat6:** Kendi yaşamımda pek çok lüksten hoşlanırım. (I like a lot of luxury in my life.)
7. **Mat7:** Şu anda sahip olmadığım belirli şeylere sahip olursam hayatım daha iyi olacak. (My life would be better if I owned certain things I don't have.)
8. **Mat8:** Daha fazla şey almaya gücüm yetseydi daha mutlu olurum. (I'd be happier if I could afford to buy more things.)
9. **Mat9:** Bazen istediğim her şeyi satın alamamak epey canımı sıkıyor. (It sometimes bothers me quite a bit that I can't afford to buy all the things I'd like.)

Materyal değerler ölçeğine katılımcılar tarafından verilen yanıtlar Grafik: 9'da gösterilmiştir.

Grafik 9: Materyal Değerler Ölçeği Katılımcı Yanıtları

2.3.2.6. Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçeği (Budget Management and Saving Skill Scale- Budms, Savings)

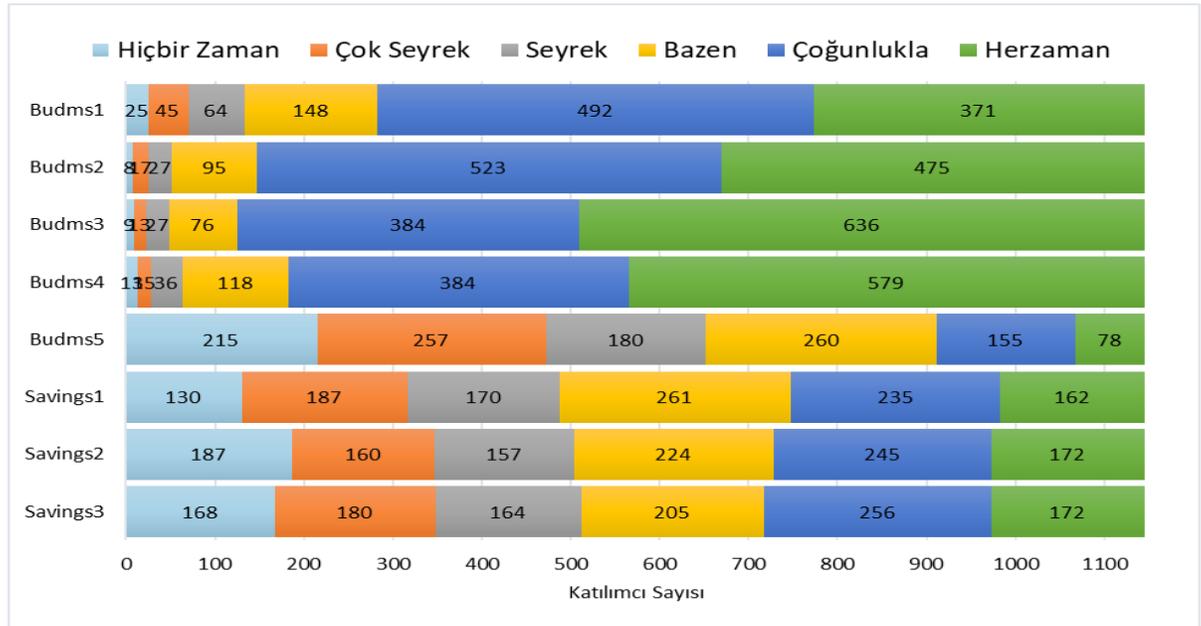
Bütçe yönetimi becerisi sekiz maddeden oluşan “Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçeği” ile ölçülmüştür. Bireylerin tasarruflarını bütçe içerisinde planladığı varsayımı ile tasarruf davranışının bütçe yönetiminin bir parçası olarak aynı yapı altında olduğu değerlendirilmiştir. Ölçek, karmaşık olmayan, temel finansal davranış becerilerini ölçmeye yöneliktir. Ölçek maddeleri; 1., 3., 7 ve 8. maddeler Hilgert ve arkadaşlarının (2003) (Finansal Davranış/Ürün ölçeğinden-Financial Behavior or Product Scale), 5., ve 6. maddeler Dew ve Xiao'nun (2011) (Finansal Yönetim Davranışı Ölçeği-Financial Management Behavior Scale) ve 4. madde Furnham'ın (1984) (Para İnancı ve Davranışı Ölçeği-Money Beliefs and Behavior Scale) çalışmalarından yararlanılarak uyarlanmıştır. 2. madde ölçeğe araştırmacı tarafından eklenmiştir. Ölçekten yüksek puan alınması tüketicinin bütçesini yönetme becerisinin yüksek olduğunu gösterir.

Bu çalışmada bütçe yönetimi ve tasarruf becerisini ölçmek için aşağıdaki maddeler kullanılmıştır. Maddelerin orijinali parantez içinde verilmiştir. Farklı ölçeklerden yararlanarak oluşturulan ölçekte maddeler üzerinde uyarlamalar yapılmıştır.

1. **Budms1:** Giderlerimi gelirlerime göre planlayarak bütçe yaparım. (Use a spending plan or budget).
2. **Budms2:** Harcamalarımda önceliği zorunlu ihtiyaçlarıma veririm.
3. **Budms3:** Fatura, borç, vergi, aidat, vb. ödemelerimi ceza veya faiz ödememek için zamanında yaparım. (Pay all bills on time)
4. **Budms4:** Cebimde/cüzdanımda ve hesaplarımda ne kadar param olduğunu bilirim. (I know almost to the penny how much money I have in my purse, wallet or pocket at all times. I always know how much I have in my savings account.)
5. **Budms5:** Bütçeme veya harcama planlarıma uymakta zorlanıyorum. (Stay within budget or spending plan) (Ters kodlama)
6. **Savings1:** Az veya çok, gelirimden bir kısmını düzenli olarak tasarruf ederim. (Save money from every paycheck.)
7. **Savings2:** Acil veya beklenmedik durumlar için (hastalık, işsizlik, ekonomik kriz gibi) birkaç aylık giderlerimi karşılayacak tasarrufum vardır. (Have emergency fund.)
8. **Savings3:** Araba, ev, eğitim gibi uzun vadeli amaçlarım için tasarruf yaparım. (Save for long term goals such as education, car, or home.)

Bu ölçek için katılımcılara sunulan yanıt seçenekleri 6'lı Likert tipinde, Hiçbir zaman / Çok Seyrek / Seyrek / Bazen / Çoğunlukla / Her zaman şeklinde düzenlenmiştir.

Ölçeğe verilen katılımcı yanıtları Grafik: 10'da gösterilmiştir.

Grafik 10: Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçeği Katılımcı Yanıtları

2.3.2.7. Kompulsif Satın Alma Eğilimi Ölçeği (Compulsive Buying Scale- Comb)

Kompulsif satın alma eğilimini ölçmek için, Edwards (1993) tarafından geliştirilen “Kompulsif Satın Alma Ölçeği”nden uyarlanarak oluşturulan 8 maddeli ölçek kullanılmıştır. Edwards’ın yaklaşımında kompulsif satın alma, kompulsif ya da değil şeklinde ikili bir davranış olarak değil, süreklilik arz eden ve herhangi bir noktada bulunulabilecek bir davranış olarak görülmektedir. Edwards’a (1993) göre, geliştirmiş olduğu ölçek tüketicilerin satın alma davranışlarında düşükten yükseğe kompulsivite düzeylerini belirlemek için kullanılabilir.

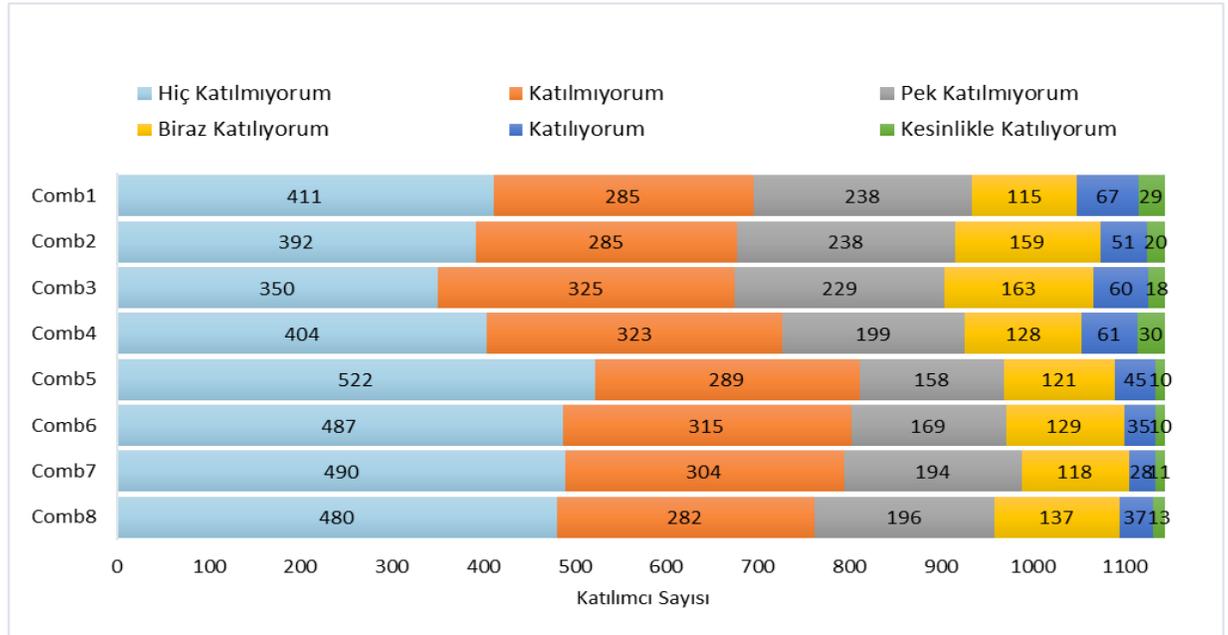
Aşağıdaki maddelerden oluşan bu ölçekten yüksek puan alınması, yüksek düzeyde kompulsif satın alma davranışını gösterir. Maddelerin orijinali parantez içinde gösterilmiştir.

1. **Comb1:** Bazen çılgınca alışveriş yaparım. (I go on buying binges.)
2. **Comb2:** Üzgün, hayal kırıklığına uğramış depresif, ya da kızgın olduğumda fazla alışveriş yaparım. (I go on a buying binge when I'm upset, disappointed, depressed, or angry.)

3. **Comb3:** Harcama alışkanlıklarım konusunda ne kadar endişelensem de yine alışverişe gidip para harcıyorum. (I worry about my spending habits but still go out and shop and spend money.)
4. **Comb4:** Düşüncesizce alışveriş yaptığım için sık, sık kendimi suçlu veya utanmış hissederim. (I feel guilty or ashamed after I go on a buying binge.)
5. **Comb5:** Karşılacak param olmadığına bile bir şeyler satın alıyorum. (I buy things even though I cannot afford them.)
6. **Comb6:** Sık sık ihtiyacım olmayan ya da kullanmadığım şeyler satın alıyorum. (I buy things I don't need or won't use.)
7. **Comb7:** Bazen alışveriş yapmam gerekmediğinde bile, alışveriş yapmak mecburiyetindeymişim gibi hissediyorum. (I sometimes feel compelled to go shopping.)
8. **Comb8:** Bazen alışverişe gidip bir şeyler satın almak için karşı koyamayacağım kadar güçlü bir istek duyuyorum. (I feel driven to shop and spend, even when I don't have the time or the money.)

Ölçeğin maddeleri, sıfır (kesinlikle katılmıyorum) ile beş aralığında (kesinlikle katılıyorum) 6'lı Likert ölçeğinde ölçülmüştür.

Ölçeğe katılımcılar tarafından verilen yanıtlar Grafik: 11'de gösterilmiştir.

Grafik 11: Kompulsif Satın Alma Ölçeği Katılımcı Yanıtları

2.3.2.8. Sosyal Statü Tüketimi; Statü, Gösteriş, İmaj Tüketimi Ölçeği (Social Status, Conspicuous, Image Consumption Scale-Sosc)

Bu ölçek üç farklı çalışmadan yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçeğin ilk 5 maddesi Eastman ve arkadaşlarının (1999) Statü Tüketimi Ölçeği'nden (Status Consumption Scale) Türkçeye çevrilerek adapte edilmiştir. İzleyen 4 madde Souiden ve arkadaşlarının (2011) çalışmalarından çevrilerek modifiye edilmiştir. Son iki madde Park ve Lessig'in (1977) çalışmalarından adapte edilmiştir. Maddelerin orijinali parantez içinde gösterilmiştir.

Sosyal Tüketim Ölçeği aşağıdaki maddelerden oluşturulmuştur. Bu ölçekten yüksek puan alınması, katılımcının sosyal statü tüketiminin; statü, gösteriş, imaj amacı ile yaptığı tüketimin yüksek olduğunu gösterir.

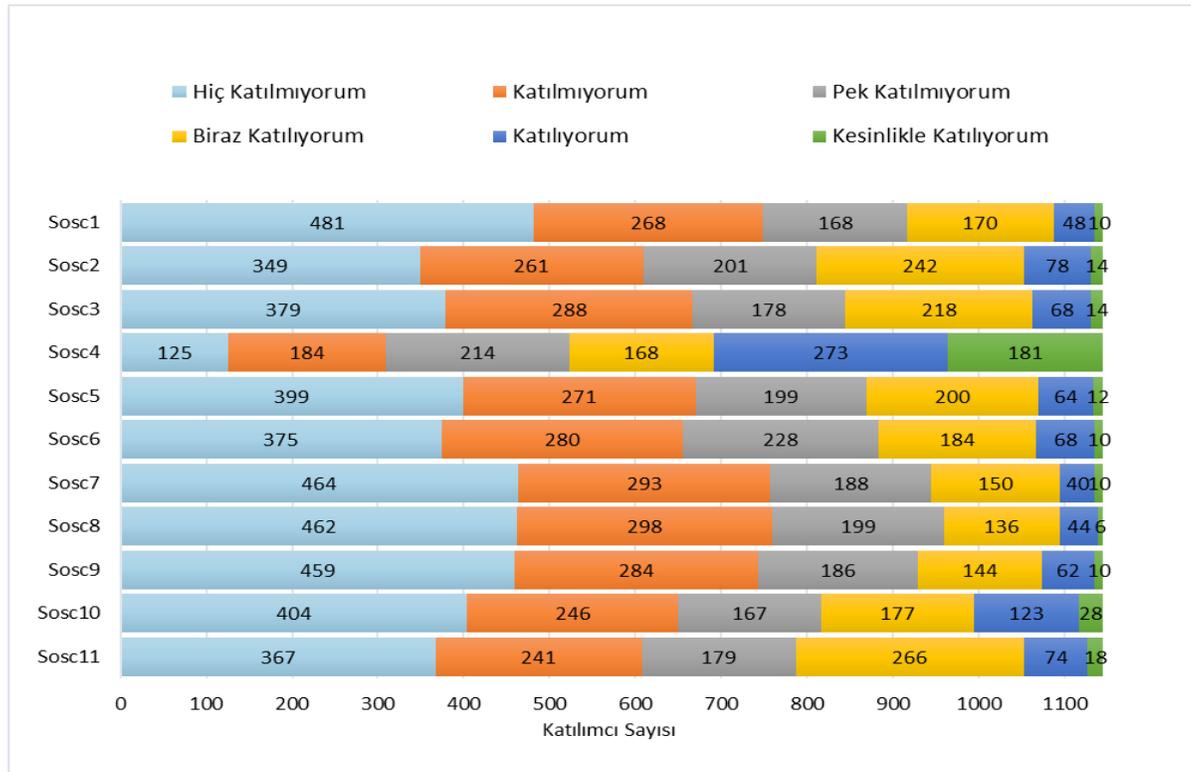
1. **Sosc1:** Bir ürünü sırf statüsü olduğu için, yani başarı, prestij veya zenginlik göstergesi olduğu için satın alabilirim. (I would buy a product just because it has status.)
2. **Sosc2:** Statüye sahip yeni ürünlerle ilgilenirim (yeni moda giysiler veya yeni cep telefonu modelleri gibi). (I am interested in new products with status.)

3. **Sosc3:** Statüye sahip bir ürün için daha fazla para ödeyebilirim. (I would pay more for a product if it had status.)
4. **Sosc4:** Bir ürünün prestijli olması veya olmaması beni alakadar etmez. (The status of a product is irrelevant to me.) (Ters kodlama)
5. **Sosc5:** Üst kesime ait olduğumu hissettiren ürünlere daha çok değer veririm. (A product is more valuable to me if it has some snob appeal.)
6. **Sosc6:** Bana saygı/hayranlık kazandıran markalı/pahalı veya prestijli şeyler satın alırım. (I purchase branded accessories because they make me gain respect./ I purchase branded accessories because they enhance my popularity.)
7. **Sosc7:** Bazen başkalarına kim olduğumu göstermek için pahalı/markalı veya prestijli şeyler satın alırım. (I purchase branded accessories in order to show who I am.)
8. **Sosc8:** Başkaları tarafından farkedilmek için markalı/pahalı veya prestijli şeyler kullanırım. (I purchase branded accessories because they make me noticed by others.)
9. **Sosc9:** Başkalarına göstermek istediğim imajımla uyumlu olan şeyleri pahalı da olsa satın alırım. (I purchase branded accessories that fit the image that I want to portray to others.)
10. **Sosc10:** Satın aldığım şeylerin başkalarının gözündeki imajımı güçlendirmesini önemserim. (The Individual feels that the purchase or use of a particular brand will enhance the image which others will have of him.)
11. **Sosc11:** Bazen belli bir ürün veya markayı kullanmanın bana sahip olmak istediğim imajı kazandırdığını hissederim (bir sporcu gibi atletik, bir model gibi alımlı, bir işadamı gibi karizmatik ve benzeri). (The individual feels that the purchase of a particular brand helps him show others what he is, or would like to be (such as an athlete, successful businessman, good father, etc.)

Yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum /Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum, şeklinde 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

Katılımcıların Sosyal Tüketim Ölçeğine verdiği yanıtlar Grafik: 12'de gösterilmiştir.

Grafik 12: Sosyal (Statü, Gösteriş, İmaj) Tüketim Ölçeği Katılımcı Yanıtları



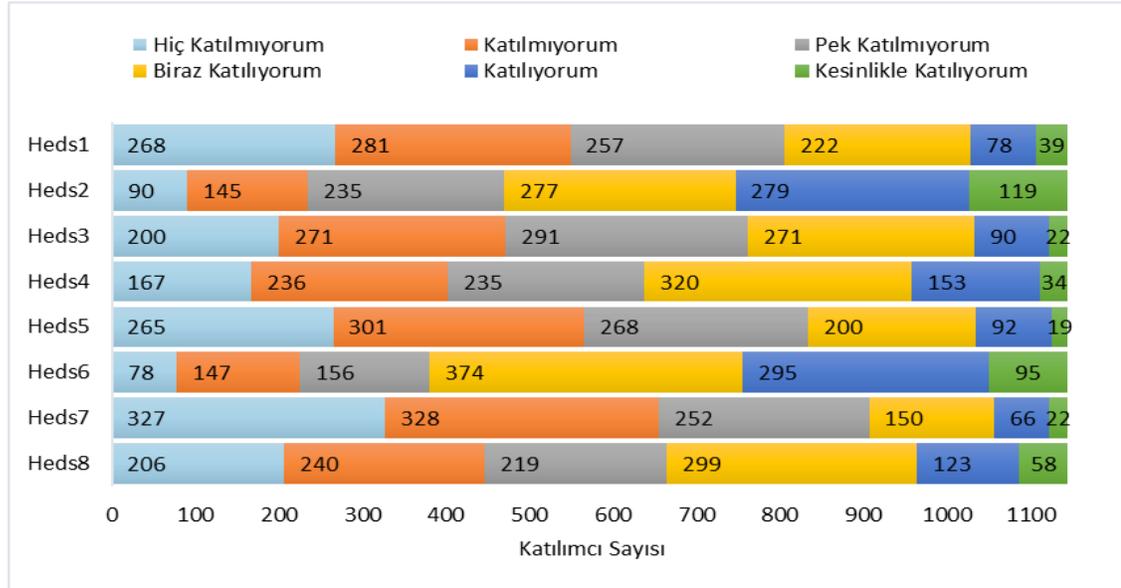
2.3.2.9. Hazcı Alışveriş Ölçeği (Hedonic Shopping Scale-Heds)

Hazcı alışveriş davranışı "Hazcı Alışveriş Ölçeği" ile ölçülmüştür. Hazcı alışveriş ölçeği Babin ve arkadaşlarının (1994) çalışmalarından (Hazcı ve Faydacı Alışveriş Değerleri Ölçeği'nin -Hedonic and Utilitarian Shopping Value Scale, hazcı alışveriş bölümünden) Türkçeye çevrilerek adapte edilmiştir.

Aşağıdaki maddelerden oluşan bu ölçekten yüksek puan almak, alışveriş yapmakta haz alma güdüsünün yüksek olduğunu gösterir.

1. **Heds1:** Alışveriş yaparken sorunlarımı unutuyorum. (While shopping, I was able to forget my problems.)
2. **Heds2:** Alışverişi zorunluluktan dolayı yaparım, hoşlandığım için değil. (I continued to shop, not because I had to, but because I wanted to. (Ters kodlama)
3. **Heds3:** Yapabileceğim diğer şeylerle karşılaştırıldığında alışverişte zaman geçirmeyi daha eğlenceli buluyorum. (Compared to other things I could have done, the time spent shopping was truly enjoyable.)
4. **Heds4:** Heyecan verici yeni ürünler arasında olmaktan hoşlanıyorum. (I enjoyed being immersed in exciting new products.)
5. **Heds5:** Alışverişi, aldığım şeylerin dışında, alışverişin kendisi için seviyorum.(I enjoyed this shopping trip for its own sake, not just for the items I may have purchased.)
6. **Heds6:** Alışverişte iyi bir ürün veya fiyat yakaladığımda heyecan duyarım. (During the trip, I felt the excitement of the hunt.)
7. **Heds7:** Alışverişe gitmeyi bir kaçış gibi hissediyorum. (This shopping trip was truly felt like an escape.)
8. **Heds8:** Alışverişe gitmekten gerçekten zevk duyuyorum. (This shopping trip was truly a joy.)

Yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum /Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum yanıt seçenekleri ile 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir. Hazcı alışveriş ölçeğine katılımcılar tarafından verilen yanıtlar Grafik: 13'de gösterilmiştir.

Grafik 13: Hazcı Alışveriş Ölçeği Katılımcı Yanıtları

2.3.2.10. Kredi Kartı Etkisi Ölçeği (Credit Card Effect Scale-Ccef)

Kredi kartı kullanımının harcamalar üzerindeki etkisi "Kredi Kartı Etkisi Ölçeği" ile ölçülmüştür. Ölçek oluşturulurken Feinberg'in (1986) araştırma sonuçları esas alınmıştır (1.,3.,4. maddeler). Bu çerçevede 1. madde Limerick ve Peltier'in (2014) çalışmalarından 2. ve 3. maddeler Roberts and Jones'un (2001) çalışmalarından Türkçeye çevrilmiştir. 5. madde araştırmacı tarafından eklenmiştir.

Ölçek aşağıdaki maddelerden oluşturulmuştur. Bu ölçekten yüksek puan alınması, kredi kartı etkisinin kredi kartı ile alışveriş yapan tüketici üzerinde yüksek olduğunu gösterir.

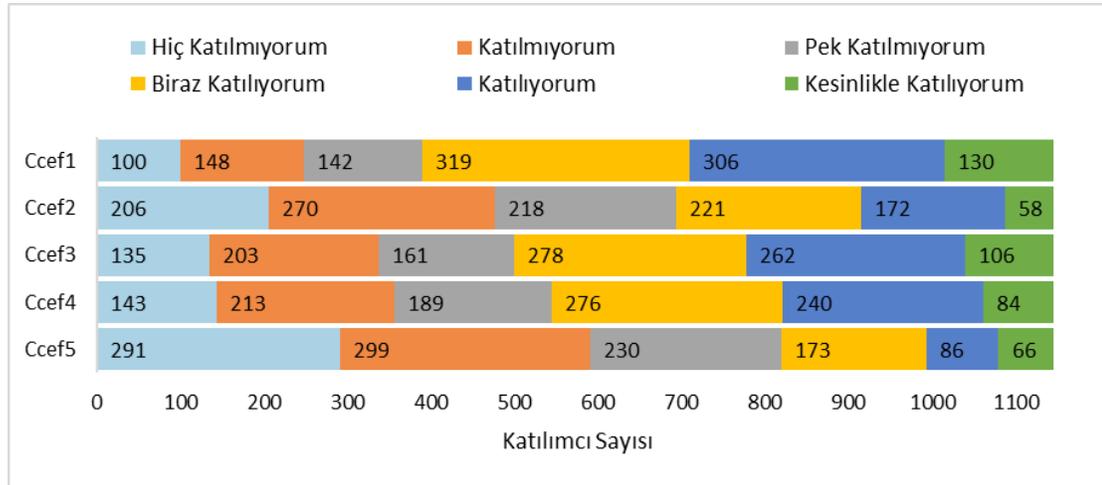
1. **Ccef1:** Ödemeyi kredi kartı ile yapacaksam, bir şeyleri satın alma olasılığım artıyor. (I am more likely to buy something if I can pay for it with a credit card.)
2. **Ccef2:** Kredi kartı kullanırken bir ürünün fiyatını daha az dikkate alıyorum. (I am less concerned with the price of a product when I use a credit card.)
3. **Ccef3:** Kredi kartı kullandığım alışverişlerde daha fazla harcıyorum. (I spend more when I use a credit card.)

4. **Ccef4:** Ödemeyi kredi kartı ile yapacaksam, bir şeyleri satın almaya daha çabuk karar veriyorum.
5. **Ccef5:** Kredi kartı ile harcama yaparken gelirim hesabı katmıyorum.

Yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum /Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum yanıt seçenekleri ile 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

Ölçeğe verilen katılımcı yanıtları Grafik: 14'de gösterilmiştir.

Grafik 14: Kredi Kartı Etkisi Ölçeği Katılımcı Yanıtları



2.3.2.11. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Ölçeği (Credit Card Installment Payment Attitude-Inspatt)

Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu aşağıdaki maddelerden oluşturulan ölçek ile ölçülmüştür. Bu ölçekten yüksek puan alınması, kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı daha yüksek düzeyde olumlu tutuma sahip olduğunu gösterir.

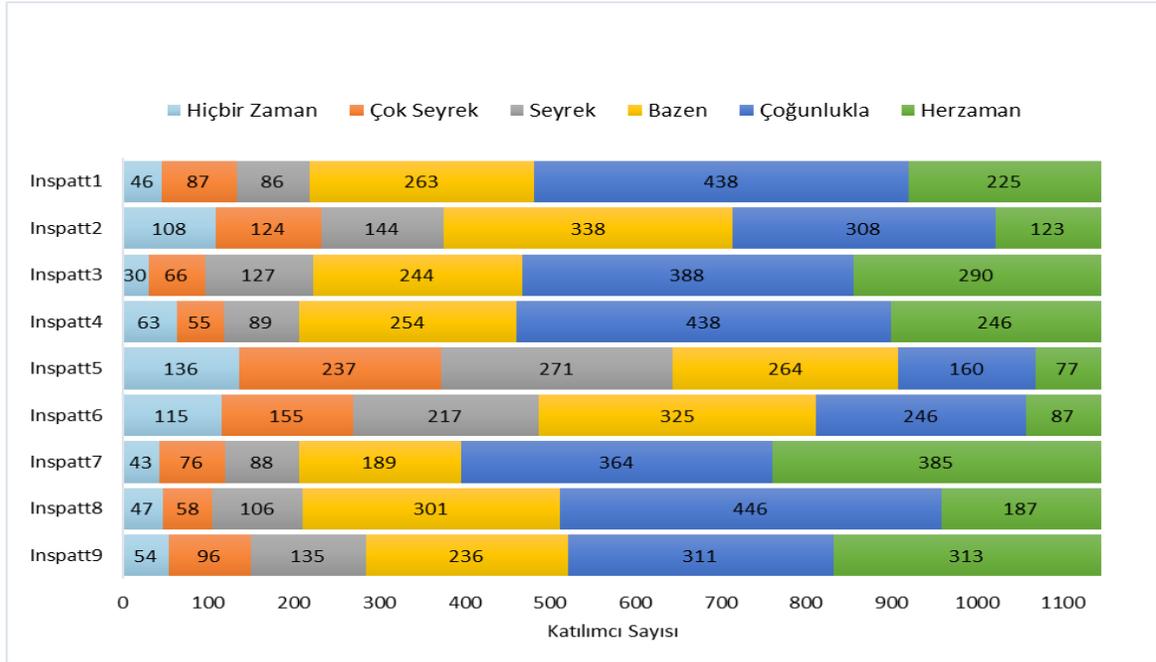
1. **Inspatt1:** Kredi kartı ile yaptığım alışverişlerde taksit imkânı varsa yararlanırım.
2. **Inspatt2:** İhtiyaçlarımı ertelemektense kredi kartı ile taksitli satın almayı tercih ederim.

3. **Inspatt3:** Kredi kartı ile yaptığım alışverişleri parasal bir sıkışıklığım yoksa tek çekimde öderim. (Ters kodlama)
4. **Inspatt4:** Kredi kartına taksit uygulamasını seviyorum. (I like using credit cards)
5. **Inspatt5:** Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmak beni endişelendirir. (Ters kodlama)
6. **Inspatt6:** Kredi kartı ile taksitli alışveriş yaparken kendimi daha rahat hissedirim.
7. **Inspatt7:** Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmak, kolayca fazla harcamaya yol açabilir. (Use a credit card can easily lead to excessive consumption.) (Ters kodlama)
8. **Inspatt8:** Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmayı, ödemeleri vadeye yaydığı için, mantıklı buluyorum. (I think it is unwise to use any credit card(s))
9. **Inspatt9:** Fazla borçlanmamak için kredi kartıyla taksit yapmamak gerekir. (Heavy use of credit cards results in heavy debt.) (Ters kodlama)

4, 8 ve 9. maddeler Hayhoe ve arkadaşlarının (1999) çalışmalarından, 7. madde Li ve arkadaşlarının (2014) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuş, 1, 2 3. 5. ve 6. maddeler araştırmacı tarafından eklenmiştir. Literatür incelemesinde kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunu ölçmek için geliştirilmiş bir ölçeğe rastlanmamıştır.

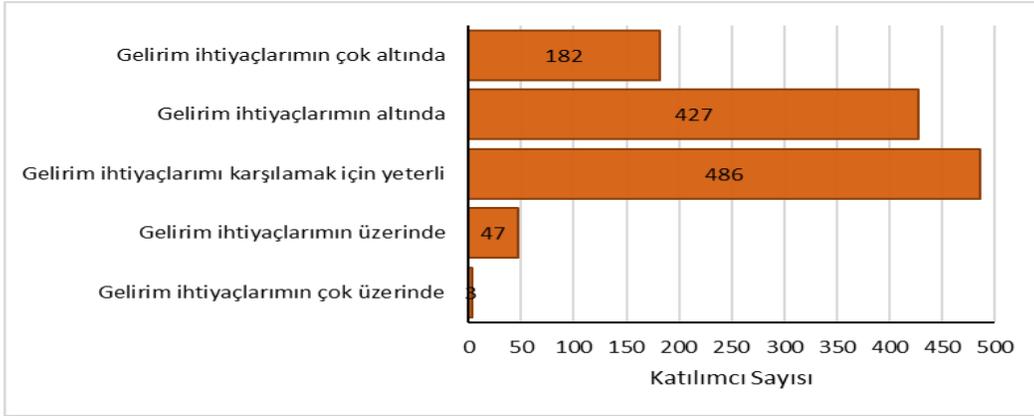
İlk üç madde için yanıt seçenekleri maddelerin ifade biçimine uygun olarak; Hiçbir zaman / Çok Seyrek / Seyrek / Bazen / Çoğunlukla / Her zaman şeklinde düzenlenmiştir. Diğer maddeler için yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum / Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum şeklinde 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

Katılımcılar tarafından ölçeğe verilen yanıtlar Grafik: 15'de gösterilmiştir.

Grafik 15: Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Ölçeği Katılımcı Yanıtları

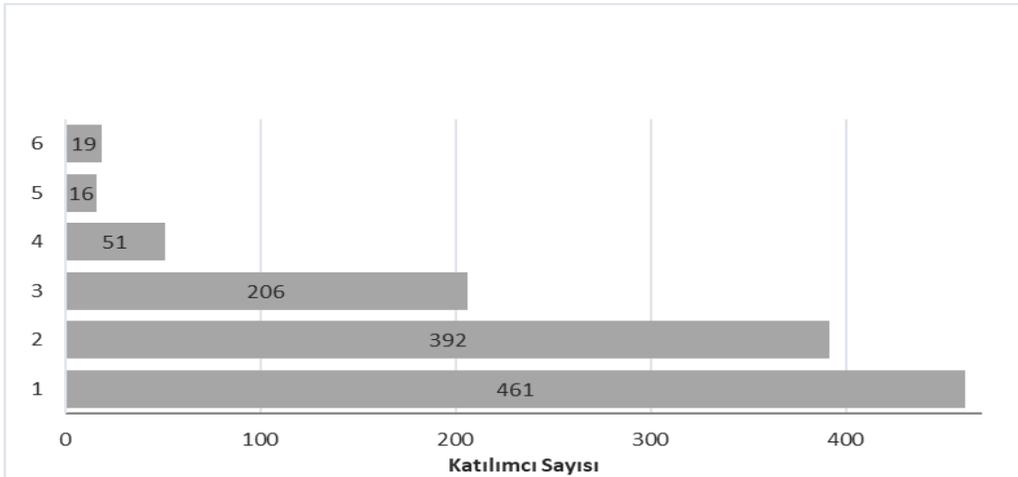
2.3.2.12. Gelir Yeterliliği Değerlendirmesi

Gelir yeterliliği değerlendirme; "Geliriniz ihtiyaçlarınızı karşılamak için yeterli midir?" sorusu ile ölçülmüştür. Yanıtlar; Gelirim ihtiyaçlarımın çok altında / Gelirim ihtiyaçlarımın altında / Gelirim ihtiyaçlarımı karşılamak için yeterli / Gelirim ihtiyaçlarımın üzerinde / Gelirim ihtiyaçlarımın çok üzerinde şeklinde 5'li Likert tipinde düzenlenmiştir. Katılımcı yanıtları Grafik 16'da gösterilmiştir.

Grafik 16: Gelir Yeterliliği Değerlendirmesi Katılımcı Yanıtları

2.3.2.13. Sahip Olan Kredi Kartı Sayısı

Sahip olunan kredi kartı sayısı, “Kaç tane kredi kartınız var?” sorusu ile ölçülmüştür. Katılımcıların verdiği yanıtların sahip olunan kart sayısına göre dağılımı Grafik 17’de gösterilmiştir.

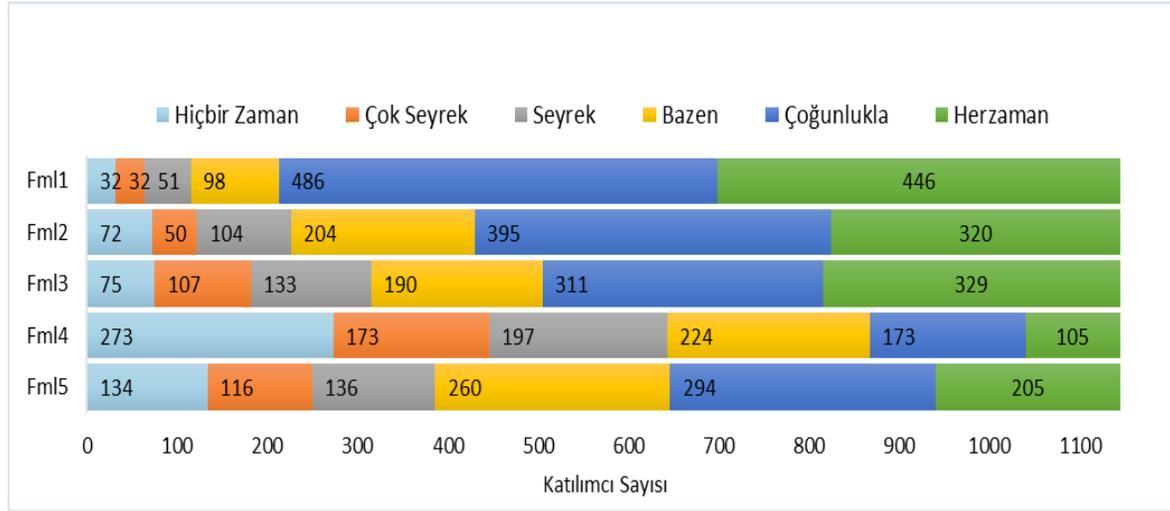
Grafik 17: Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Katılımcı Yanıtları

2.3.2.14. Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçeği (Financial Socialization/ Education in Family-Fml)

“Ailede Finansal Sosyalleşme Öğrenme Ölçeği” aşağıdaki maddelerden oluşturulmuştur. Ölçekten alınan puanın yüksekliği katılımcının çocukluk çağında ailesinden aldığı finansal eğitimin yüksek olduğunu gösterir.

1. **Fml1:** Çocukluğumda ailem parasını tasarruflu kullanır, bütçesine göre harcama yapardı. (When you think back to your childhood, were your parents (5) more economical, (4) somewhat more economical, (3) equally economical, (2) somewhat less economical or (1) much less economical than the average?)
2. **Fml2:** Çocukluğumda ailem paramı nasıl harcamam gerektiği konusunda bana yol gösterirlerdi. (Did your (grand)parents try to teach you how to budget?)
3. **Fml3:** Çocukluğumda ailem harçlıklarımı bana düzenli olarak verirlerdi. (When you were a teenager, did your parents or other relatives regularly give you money?)
4. **Fml4:** Çocukluğumda ailem (gelir-giderleri, tasarrufları, borçları ve yatırımları gibi) ekonomik kararları hakkında benimle konuşturlardı. (When you were growing up, how often did your parents discuss their personal financial decisions with you?)
5. **Fml5:** Çocukluğumda ailem harçlıklarımı biriktirmem için beni teşvik ederlerdi. (Did your (grand)parents encourage you to save money between the age of 12 and 16?)

Ölçeğin 1. ve 3. maddeleri Webley ve Nyhus'un (2006) çalışmalarından, 2., 4. ve 5. maddeleri ise Webley ve Nyhus'un (2013) izleyen çalışmalarından yararlanılarak adapte edilmiştir. Bu ölçek için katılımcılara sunulan yanıt seçenekleri; Hiçbir zaman / Çok Seyrek / Seyrek / Bazen / Çoğunlukla / Her zaman şeklinde düzenlenmiştir.

Grafik 18: Ailede Finansal Sosyalleşme/Öğrenme Ölçeği Katılımcı Yanıtları

2.3.2.15. Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği (Impulsive Buying Tendency Scale-Impbuy)

Dürtüsel satın alma davranışını ölçmekte kullanılan “Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği” aşağıdaki maddelerden oluşturulmuştur. Bu ölçekten alınan puanın yüksek olması dürtüsel satın alma eğiliminin yüksek olduğunu gösterir.

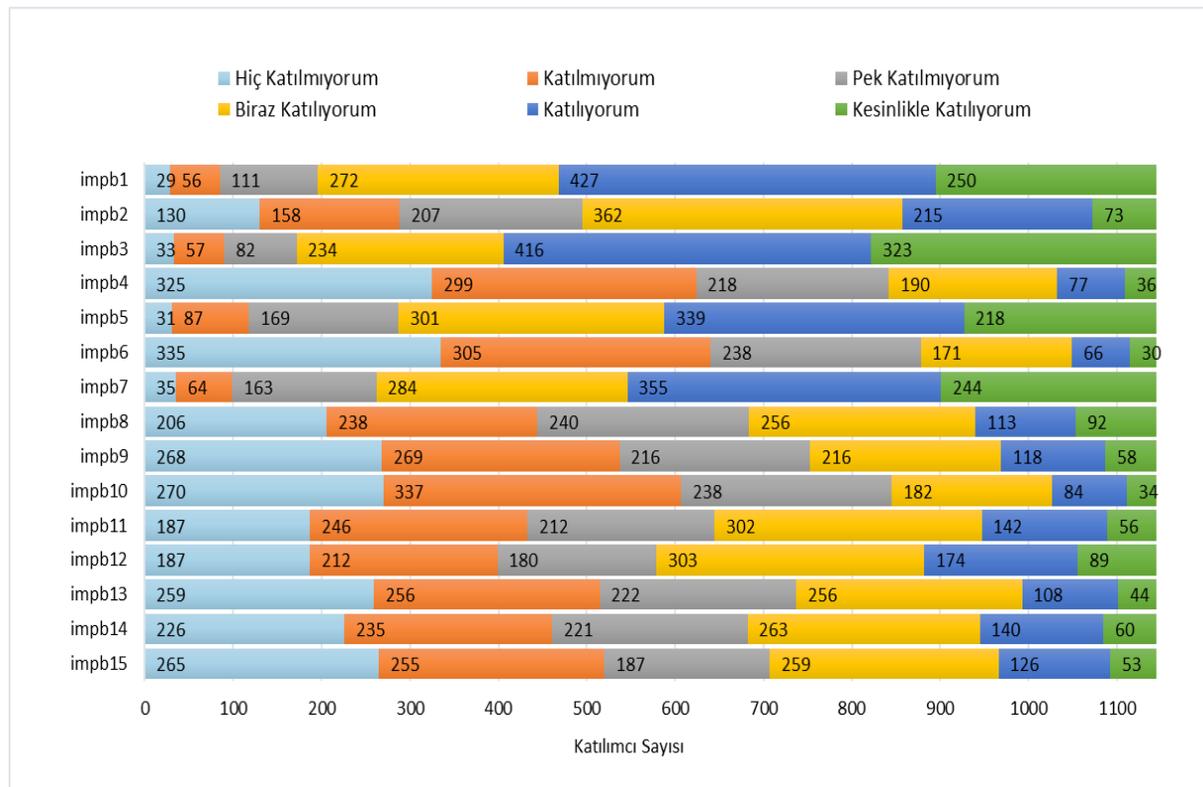
1. **Impb1:** Satın alacağım şeyleri çoğunlukla önceden planlarım. (Most of my purchases are planned in advance.) (Ters kodlama)
2. **Impb2:** Alışverişe gittiğimde, satın almak niyetinde olmadığım şeyler de alıyorum. (When I go shopping, I buy things that I had not intended to purchase.)
3. **Impb3:** Bir şey satın almadan önce farklı markaları veya alternatifleri karşılaştırırım. (I like to compare different brands before I buy one.) (Ters kodlama)
4. **Impb4:** Sık sık düşünmeden bir şeyler satın alırım. (I often buy things without thinking.)
5. **Impb5:** Sadece, gerçekten ihtiyacım olan şeyleri satın alırım. (I only buy things that I really need.) (Ters kodlama)

6. **Impb6:** Bir şeyleri gördüğüm yerde hemen satın almaya alışığımdır. (I am used to buying things "on the spot")
7. **Impb7:** Bir şey satın almam gerektiğinde acele etmem, etrafıca düşünürüm. (When faced with a purchase decision, I usually take time to consider and weigh all aspects) (Ters kodlama)
8. **Impb8:** Gerçekten beğendiğim bir şey gördüğümde sonuçlarını düşünmeden alırım. (When I see something that really interests me, I buy it without considering the consequences.)
9. **Impb9:** Bazen, içimden gelen satın alma isteğini bastıramam. (I sometimes cannot suppress the feeling of wanting to buy something)
10. **Impb10:** Satın aldığım şeylerden dolayı sık sık pişmanlık duyarım. (I sometimes feel guilty after having bought something (Sometimes I regret buying things on impulse.)
11. **Impb11:** O anda ne hissettiğime göre satın alırım. (I buy things according to how I feel at the moment.)
12. **Impb12:** İçimden geldiği anda bir şeyler satın almanın heyecanını severim. (I enjoy the sensation of buying products impulsively/ I feel a thrill when I buying something impulsively)
13. **Impb13:** Yeni bir şey gördüğümde, onu satın almak isterim. (If I see something new,I want to buy it.)
14. **Impb14:** Bir şey çok hoşuma gitmişse, onu kaybetmemek için hemen satın alırım. (I feel the desire to buy an item as quickly as possible so as to terminate the pain of not buying.)
15. **Impb15:** Bazen kendimi iyi hissetmek için bir şeyler satın alırım. (Sometimes, I buy something in order to make myself feel better.)

Ölçeğin 1., 3., 4., 5., 6., 9., 10. ve 13. maddeleri Verplanken ve Herabadi'nin (2001) çalışmalarından Türkçeye çevrilmiş, adapte edilmiştir. 2.ve 8. maddeler Weun ve arkadaşlarının (1997) çalışmalarından Türkçeye çevrilerek düzenlenmiştir. 7., 10., 12., 14. ve 15. maddeler Youn ve Faber'in (2000) çalışmasından Türkçeye çevrilerek düzenlenmiştir. Maddelerin orijinali parantez içinde gösterilmiştir.

Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği'nde yer alan maddeler için katılımcılara sunulan yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum /Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir.

Grafik 19: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeği Katılımcı Yanıtları



2.3.2.16. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (Rosenberg's Self-Esteem Scale- Sifest)

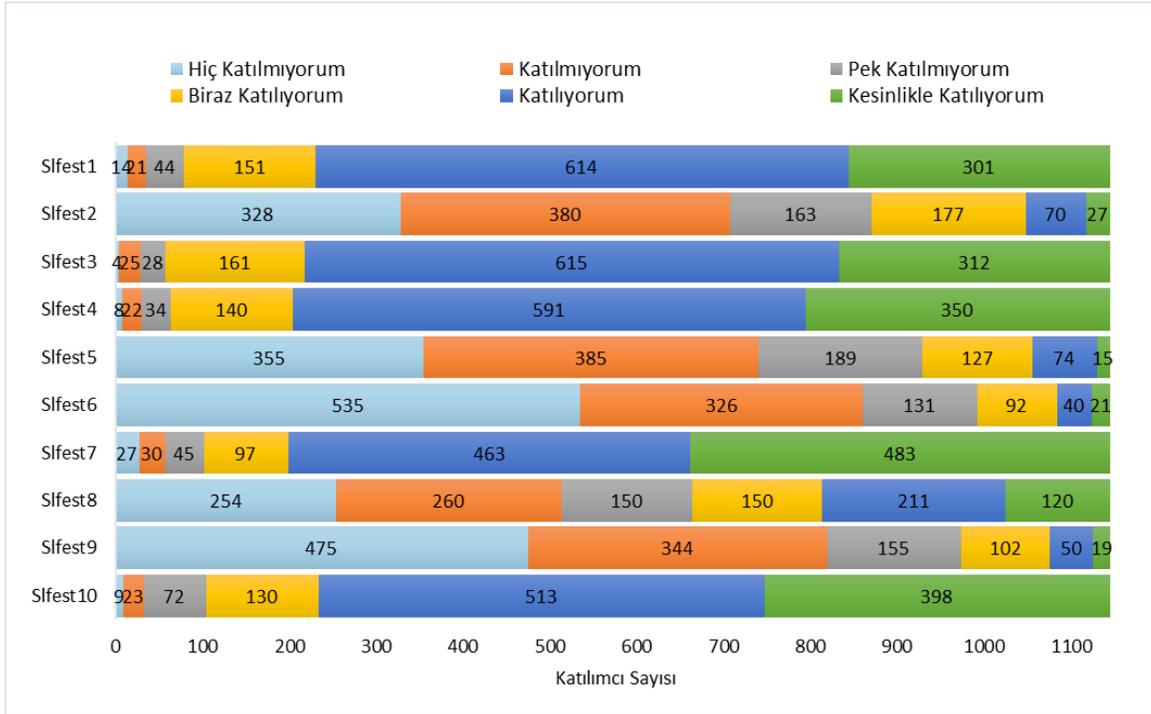
Benlik saygısı, Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen ve Çuhadaroğlu (1986) tarafından Türkçeye çevrilen "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği" ile ölçülmüştür. Ölçek aşağıdaki maddelerden oluşmaktadır. Bu ölçekten yüksek puan alınması, benlik saygısının yüksek olduğunu gösterir.

1. **Sifest1:** Genel olarak kendimden memnunum.
2. **Sifest2:** Bazen hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum. (Ters kodlama)
3. **Sifest3:** Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.
4. **Sifest4:** Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.
5. **Sifest5:** Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum. (Ters kodlama)
6. **Sifest6:** Bazen kendimin kesinlikle bir işe yaramadığını düşünüyorum. (Ters kodlama)
7. **Sifest7:** Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.
8. **Sifest8:** Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim. (Ters kodlama)
9. **Sifest9:** Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim. (Ters kodlama)
10. **Sifest10:** Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.

Benlik saygısı ölçeği başlangıçta Guttman ölçeği olarak tasarlanmış olmakla birlikte, şu anda yaygın olarak Likert ölçeği ile puanlanmaktadır. Ölçeğin genel olarak yüksek güvenilirliği vardır. Çalışmalar, ölçekte hem tek boyutlu hem de iki faktörlü bir yapı göstermiştir (<https://socy.umd.edu/quick-links/using-rosenberg-self-esteem-scale>).

Yanıt seçenekleri; Hiç Katılmıyorum / Katılmıyorum/ Pek Katılmıyorum /Biraz Katılıyorum / Katılıyorum / Kesinlikle Katılıyorum, şeklinde 6'lı Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

Katılımcıların Benlik Saygısı Ölçeğine verdiği yanıtlar Grafik: 20'de gösterilmiştir.

Grafik 20: Benlik Saygısı Ölçeği Katılımcı Yanıtları

2.4. ANALİZ YÖNTEMİ

Çalışmamızda veri analiz yöntemi olarak Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılmıştır. “YEM, faktör analizi ve yol analizinin birleşiminden oluşan, regresyonun bir uzantısı ancak ondan daha yetkin, çok değişkenli istatistiksel bir tekniktir“ (Weston ve Gore, 2006, s.720). YEM'in geleneksel veri analiz yöntemlerine göre üstünlüğü, faktör analizindeki ilişkilerin ve yol analizindeki hipotezlerin eşanlı test edilmesine imkân sağlamasıdır. Regresyon analizlerinde değişkenler arasındaki ilişkiler adım adım test edilir. YEM analizinde ise varsayılan tüm ilişkiler aynı anda test edilebilir (Morrison vd., 2017).

YEM çok değişkenli istatistiksel bir tekniktir. Bu teknikte, değişkenler arasında teorik olarak bulunduğu varsayılan ilişkilerin bir model çerçevesinde veri ile uyumu test edilir. Bununla birlikte YEM, modelin geliştirilmesi gereken yönlerinin belirlenmesi ve değişiklikler yapılarak modelin geliştirilmesine de imkân verir.

YEM iki çok değişkenli tekniğin; faktör analizi ve regresyonun bir birleşimidir. YEM üç ayırt edici karakteristiğe sahiptir. YEM, i) çoklu ve birbiriyle bağlantılı bağımlılık ilişkilerinin tahminini, ii) bu ilişkilerde, gözlenen değişkenlerle örtük teorik yapıların temsil edilmesini ve tahmin sürecindeki ölçüm hatalarının açıklanabilmesini ve iii) bütün ilişkiler setini açıklayan bir model tanımlanabilmesini sağlar (Hair vd., 2010, s. 547).

YEM birbirine bağlı bir dizi ilişkiyi eşanlı olarak inceleyebilmektedir. Bu özellik, birbirine bağlı ilişkilere sahip birden fazla eşitliği içeren teorilerin test edilmesinde özellikle kullanışlıdır. Diğer bir deyişle, aynı teori içinde bir değişken hem bağımlı hem de bağımsız değişken olabilir. Bundan önceki tekniklerin hiçbirisi hem ölçüm özelliklerinin değerlendirilmesini, hem de teorik ilişkilerin aynı teknik içinde test edilmesini sağlamamaktadır (Hair vd. 2010, s.547).

YEM, varyans analizi (ANOVA), çok değişkenli varyans analizi (MANOVA) ve çoklu regresyona benzerdir ancak, yapı düzeyindeki karmaşık ilişki desenini tahmin ve test etme kapasitesinde diğerlerinden ayrılır. Weston ve Gore'e (2006) göre "yapıları yalnızca bir değişkenle ölçen ve ölçüm hatasını modele dahil etmeyen diğer doğrusal modellerden farklı olarak YEM araştırmacıya yapıyı ölçmek için çok değişken kullanma imkanı verir ve ölçüme ilişkin hatayı dikkate alır" (s.723). Bu, faktörlerin yapı geçerliliğinin test edilmesini sağlar. Ölçüme ilişkin hata, yani her gözlenen değişkene eşlik eden ölçüm hatası dikkate alınır ve modelde ölçüm hatası değişkenleri olarak gösterilir. Bu nedenle, araştırmacılar tarafından yapılar arasındaki ilişkiler hakkında elde edilen sonuçlar ölçüm hatalarından etkilenmediğinden daha güvenilirdir. Sonuç olarak YEM, çok değişkenli ölçümler içermesi ve sosyal bilimlerde kullanılan verinin doğasında mevcut olan ölçüm hatalarını azaltması nedeniyle diğer istatistiksel yöntemlerden ayrılır (Morrison vd., 2017, s.1327).

Yapısal Eşitlik Modellemesinin ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki unsuru vardır.

2.4.1. Ölçüm Modeli

Yapısal eşitlik terminolojisinde doğrudan ölçülemeyen teorik yapılara örtük yapı/değişken (latent construct/variable) adı verilir. Örtük değişkenler, bu değişkenlerde bulunduğu varsayılan özellikleri ortaya koyan gözlenen değişkenler aracılığı ile ölçülür. Doğrudan ölçülemeyen örtük yapı, bir ya da daha fazla gözlenen değişken (gösterge) ile temsil

edilebilmekte/ölçülebilmektedir. Bir kişinin bir ölçekteki sorulara verdiği yanıtların birleşiminin, örtük yapının mantıken doğru bir ölçümü olduğu kabul edilir (Hair vd. 2010, s. 544).

Ölçüm modelinde örtük değişkenler tanımlanır, gözlenen değişkenler ile örtük değişkenler arasında yönü belirlenen ilişkiler hesaplanır. Ölçüm modeli ile her bir örtük değişkene ilişkin veya tüm örtük değişkenlere ilişkin ölçüm modelinin/modellerinin veri ile uyumlu olup olmadığı test edilir. Ölçüm modeli testi, doğrulayıcı faktör analizi olarak adlandırılır.

2.4.2. Yapısal Model

Yapısal model ile örtük değişkenler arasında, nedensel ilişkiler tanımlanır ve, örtük değişkenler arasındaki ilişkilerin teorik olarak tahmin edildiği gibi olup olmadığı sorusuna yanıt aranır. Yapısal model analizi, tanımlanan doğrudan ve dolaylı nedensel ilişkilerin var olup olmadığını, varsa yönünü, bu ilişkilerin büyüklüklerini ve açıklanan/açıklanamayan varyansı gösterir (Hair vd., 2010).

Modelde değişkenler arasında tanımlanan her bir yol, hipotezi temsil eder ve tahmin aşamasında tüm hipotezler eşanlı olarak tahmin edilir. YEM ile modelin hipotezleri test edilerek, önerilen teorik model veri ile sınanır.

Yol analizi yaklaşımı, regresyon analizine dayanır. Üretilen yol katsayıları, standartlaştırılmış regresyon katsayılarıdır. Dolaylı etkiler, silsiledeki her değişkenin bir sonraki bağımlı değişken üzerindeki doğrudan etkilerinin (standartlaştırılmış regresyon katsayıları) çarpılmasıyla hesaplanır. Toplam etkiler ise doğrudan ve dolaylı etkinin toplanmasıyla hesaplanır (Joo ve Grable, 2004).

2.4.3. Yapısal Eşitlik Modellemesinin Tercih Edilme Nedenleri

Yapısal Eşitlik Modellemesinin tercih edilme nedenleri aşağıda maddeler halinde belirtilmiştir.

- Yapısal eşitlik modellemesinin (YEM), sosyal bilimlerde değişkenler arasındaki karmaşık nedensel ilişkileri analiz etmekte güçlü bir yöntem olduğu teorik ve

ampirik olarak gösterilmiştir. Ancak, şunu belirtmek gerekir ki, yapısal eşitlik modellemesinde yol analizi nedensel etkileri keşfetmeye yönelik bir yöntem değildir, değişkenler arasındaki teorik ve mantıksal olarak bulunduğu varsayılan ilişkileri veri ile test etmeyi sağlayan bir yöntemdir. Yol analizi, bir veya daha fazla çoklu doğrusal regresyon analizine dayanır. Üretilen yol katsayıları, standartlaştırılmış regresyon katsayılarıdır (yani, beta ağırlıkları). (Joo ve Grable, 2004)

- YEM, bir dizi farklı, fakat kendi aralarında bağımlı, çoklu regresyon eşitliğini eşanlı olarak tahmin edebilir. Bir ilişkideki bağımlı değişken, izleyen ilişkide bağımsız değişken olabilir. Üstelik aynı değişkenler birden fazla bağımlı değişkeni etkileyebilir. İleri sürülen ilişkiler regresyon eşitlikleri benzeri bir dizi yapısal eşitliğe dönüşür. Bu özellik YEM'i bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında tek bir ilişkiye izin veren diğer çok değişkenli analizlerden ayırır (Hair vd., 2010, s. 547). Bu yönü ile YEM, değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı çoklu ilişkilerin ya da ardışık dolaylı ilişkilerin ölçülebilmesine, çok değişkenli karmaşık modellerin geliştirilmesine ve test edilmesine olanak sağlamaktadır.
- YEM, değişkenler arasındaki doğrudan etkilerin yanı sıra modeldeki diğer değişkenler üzerinden ilerleyen dolaylı etkileri de dikkate alarak toplam etkiyi ortaya koyabilmektedir.
- YEM çalışmalarının en önemli avantajlarından biri, örtük değişkenlerin kullanılmasına imkân vermesidir. Aynı model içinde hem gözlemlenebilen hem de gözlemlenemeyen (örtük) değişkenler aynı anda kullanılarak test yapılabilmektedir (Meydan ve Şeşen 2015, s. 1). Çalışmamızda kullanılan verinin büyük bölümü doğrudan ölçülemeyen örtük değişkenlere ilişkindir. YEM, teorik olarak örtük değişkenler arasında bulunduğu ileri sürülen ilişkilerin test edilmesi ile birlikte, ölçek maddeleriyle toplanan veri ile örtük değişkenlere ilişkin ölçüm modellerinin de test edilmesine imkân sağlamaktadır.
- Modelin örtük değişkenlerle test edilmesi, bu değişkenlerdeki ölçüm hatalarının boyutunun (güvenilirliğin) belirlenmesine olanak tanıdığı için YEM ile yapılan çalışmalarda tahmin edilen parametre değerleri daha güvenilir bir şekilde

hesaplanabilmektedir. YEM örtük değişkenlerdeki ölçüm hatalarının miktarlarını hesaplar ve ölçüm hatası olmasa idi ilişkinin ne olacağını tahmin eder. Bu tahminler yapısal modelde yapılar arasındaki ilişkilerin nedensel tahminleridir. $\beta_{y.x} = \beta_s \cdot \rho_x$ eşitliği ölçüm hatasının regresyon katsayısı üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu eşitlikte $\beta_{y.x}$ gözlenen regresyon katsayısını, β_s gerçek yapısal katsayısı, ρ_x ise tahmin değişkeninin güvenilirliğini göstermektedir. Güvenilirlik 0 ile 1 arasında bir değer alacağından tipik bir, çok değişkenli yöntemde değişkenler arasında tahmin edilen ilişki gerçek ilişkiyi olduğundan daha az gösterecektir. Bu nedenle ölçüklerin güvenilirliği ve regresyon katsayıları biliniyorsa, gerçek regresyon ilişkileri bulunabilir (Gerçek regresyon ilişkisi = regresyon katsayısı ÷ güvenilirlik). YEM bu düzeltmeyi otomatik olarak yapmaktadır YEM'de yapısal değişkenler arasındaki ilişki katsayıları, bu şekilde düzeltildiğinden, çok değişkenli regresyon kullanıldığında elde edilen katsayılardan daha yüksek olma eğilimi göstereceklerdir (Hair vd., 2010, s. 549).

- YEM alternatif modellerin karşılaştırılmasına imkân vererek veriyi en iyi tanımlayan modelin saptanmasına imkan verir.
- YEM de modeller yol diyagramı ile görselleştirilmektedir. Karmaşık bir model yapısını denklemler ile kavramak zor olabileceğinden ilişkileri görselleştirmek modelleri daha kolay anlaşılır kılar.

2.4.4. Yapısal Eşitlik Modellemesinde Değişkenler

Örtük değişkenler/yapılar (Latent variables): Doğrudan gözlenemeyen ancak ölçülebilen veya gözlenebilen değişkenlerle temsil edilen kuramsal yapılardır. Örtük değişkenler, çeşitli yöntemlerle (anketler, testler, gözlemsel yöntemler) toplanan veri ile ölçülen birden fazla değişken (indikatör-gösterge) arasındaki tutarlılıkla değerlendirilerek, dolaylı biçimde ölçülür (Hair vd., 2010, 548).

İçsel değişkenler (Endogenous variables): Modeldeki diğer değişkenler tarafından tahmin edilen (bağımlı) değişkenlerdir. Bu değişkenler modeldeki diğer değişkenler tarafından tamamen açıklanamayacağından bir hata terimine sahiptir.

Dışsal değişkenler (Exogenous variables): Dışsal değişkenler, modeldeki başka hiçbir değişken tarafından yordanmayan (bağımsız) değişkenlerdir.

Aracı değişkenler (Mediator variables): Dolaylı etkilerin söz konusu olduğu durumlarda, değişkenler arasındaki ilişkiye aracılık eden değişkenlere aracı değişken ismi verilir ve iki değişken arasında üçüncü bir değişken tarafından sağlanan bir aracılık (mediation) etkisinin olduğunu gösterir.

2.4.5. İstatistiksel Analiz Süreci

Araştırmamızda kullanmış olduğumuz ölçeklerin birçoğu daha önce kullanılmış ölçeklerden yararlanılarak düzenlenmiş olmasına rağmen bazıları modifikasyon/ adaptasyon, madde eksiltme/ekleme, birleştirme gibi değişiklikler içermektedir. Bu nedenle ölçeklerin ölçmeyi hedefledikleri teorik yapıları ölçmekte ne kadar başarılı olduklarını belirlemek üzere öncelikle, her bir ölçek için ayrı ayrı, AMOS (Analysis of Moment Structures - versiyon:23) programında Maksimum Olabilirlik (Maximum Likelihood-ML) yöntemi ile, doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçek bazında doğrulayıcı faktör analizi ile her bir örtük değişken veri ile test edilmiştir. Böylelikle her bir ölçeğin geçerlik ve güvenilirliği araştırılmış ve ölçüm modelinde kullanılabilecek örtük değişkenler ve bunları temsil eden ölçek maddeleri belirlenmiştir.

Daha sonra, örtük değişkenleri temsil eden gösterge değişkenlerin tümü birlikte analize dahil edilerek, bir varsayımda bulunulmaksızın SPSS programında keşfedici faktör analizi ile örtük değişkenler arasında ayırt edici geçerlilik araştırılmıştır.

Ayırt edici geçerlilik sağlandıktan sonra, ayırt edici geçerliliği sağlayan tüm değişkenleri içeren ölçüm modelinin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek üzere, YEM ile AMOS programında (versiyon: 23.0) Maksimum Olabilirlik yöntemi ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinde değişkenler sadece temsil ettikleri varsayılan örtük değişkenle ilişkilendirilmişlerdir.

Ölçüm modeli, diğer bir deyişle ölçüm modelinde kullanılacak örtük değişkenler (yapılar) ve her bir örtük değişkeni temsil eden gösterge değişkenler (ölçek maddeleri) belirlendikten sonra, yapılar arasındaki doğrudan, dolaylı ve ardışık tüm nedensel ilişkiler tanımlanarak

yol analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz yine AMOS programında (versiyon:23) Maksimum Olabilirlik yöntemi ile yapılmıştır. Analiz sonucunda model uyum istatistikleri elde edilmiş ve hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, veri ile uyumu artıran alternatif modeller sınanarak raporlanmıştır.

Yapısal eşitlik modellemede; hem ölçüm modelinde, hem de yapısal model yol analizinde güvenilirliği artırmak için tüm parametre tahminlerinde bootstrapping yöntemi kullanılmıştır.

3. BÖLÜM

ANALİZ

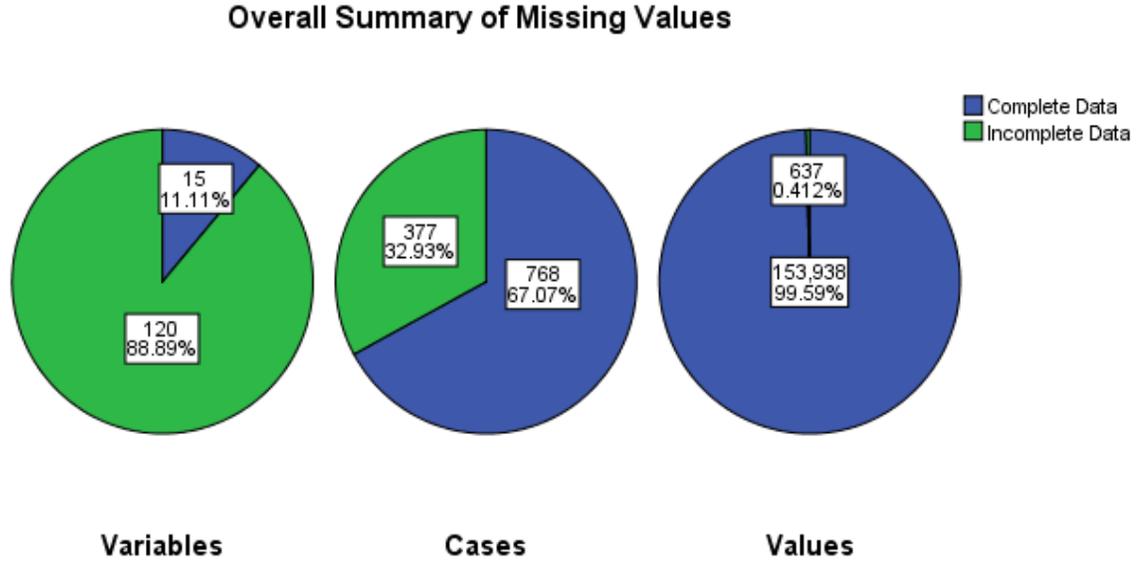
3.1. VERİNİN GÖZDEN GEÇİRİLMESİ, KAYIP VERİNİN TAMAMLANMASI VE VERİ DAĞILIMININ NORMALLİĞİ

İstatistiki analize başlamadan önce anket yoluyla toplanan verinin kullanılabilirliği, güvenilirliği ve geçerliği incelenmiştir. Analiz yöntemi olarak seçilen Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM, Structural Equation Modelling), verinin eksiksiz olmasını gerektirdiğinden, öncelikle kayıp veri analizi yapılarak, kayıp verinin miktarı ve niteliği tespit edilmiştir. Kayıp veri analizi sonuçlarına göre verideki eksiklikler, tamamlanmıştır.

3.1.1. Kayıp Veri Analizi

Veri Dosyasının Satırları: Katılımcı bazında kayıp veri miktarı %10'dan fazla olan 14 katılımcıya ait satır veri dosyasından çıkarılmıştır. Verideki uç değerler incelenmiş, bir katılımcının ciddiyeti konusunda şüpheye düşüldüğünden (unengaged) bu katılımcıya ait anket formu tekrar kontrol edilerek veri dosyasından çıkarılması uygun görülmüştür. Böylece, veri girişi yapılan 1.160 katılımcıdan 15'i dışarıda bırakılarak 1.145 katılımcıdan elde edilen veri analize dâhil edilmiştir.

Veri Dosyasının Sütunları: 1145 katılımcı içeren veri dosyasında, sütunlarda yapılan incelemede en fazla kayıp veri miktarına sahip değişken % 5,4 ile Ccos9 değişkenidir (Son 12 ayda kredi kartlarınızdan nakit para çektiniz mi? Çektiyseniz kaç kez?). Bunu % 2,8 ile yaş ve %2,5 ile risk tercihi değişkenleri izlemektedir. En fazla kayıp veri içeren diğer değişkenler; %1,4 ile Sifest8 (Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim), %1,2 ile Mat4 (Mal ve eşyalar söz konusu olduğunda hayatımı basit yaşamaya çalışırım), %1,1 ile Budms5 (Bütçeme veya harcama planlarıma uymakta zorlanıyorum), %1,1 ile gelir yeterliliği değerlendirmesi (Geliriniz ihtiyaçlarınızı karşılamak için yeterli midir?) ve % 1 ile Inspatt6 (Kredi kartı ile taksitli alışveriş yaparken kendimi daha rahat hissederim) değişkenleridir. Diğer değişkenlerdeki kayıp veri %1'in altındadır (Ek 3).

Grafik 21: Kayıp Veri Özeti

Grafikte görüldüğü üzere 135 değişkenin 120'sinde ve 377 katılımcıya ait ankette kayıp veri bulunmaktadır. Kayıp veri miktarı 1.145 katılımcıya ait verinin tamamında binde 4'tür.

3.1.2. Kayıp Veri Tamamlama

Analizi gerçekleştirmek için kullanılan AMOS programında YEM ile analiz yapılabilmesi için değişkenlerde kayıp veri bulunmaması gerektiğinden, kayıp verinin tamamlanması yoluna gidilmiştir. Hair ve arkadaşlarına (2010) göre kayıp veri %10'un altında olduğunda herhangi bir kayıp veri tamamlama yöntemi kullanılabilir (s.54). Buna göre örnekleme ait veride kayıp veri miktarı tüm verinin binde dördü olduğundan, seçilecek veri tamamlama yönteminin analiz üzerinde bir etkisinin olmayacaktır. Bununla birlikte, kayıp veri SPSS programında "Beklenti Maksimizasyonu" (Expectation Maximization-EM) yöntemi ile tamamlanmıştır.

Yaş değişkenindeki 32, risk tercihi değişkenindeki 29, gelir yeterliliği değerlendirmesi değişkenindeki 13, sahip olunan kredi kart sayısı değişkenindeki 4 adet kayıp veri tüm

değişkenlere ait veri kullanılarak SPSS programında “Beklenti Maksimizasyonu” (Expectation Maximization-EM) yöntemi ile tamamlanmıştır.

Örtük değişkenlerde ise, her bir ölçek maddesindeki kayıp veri o ölçekteki maddelerin tamamına ait veri kullanılarak yine beklenti maksimizasyonu yöntemi ile tamamlanmıştır. Beklenti maksimizasyonu ile tahmin edilen ortalamaların, ölçülen değerlerin ortalamaları ile çoğunlukla aynı veya çok yakın olduğu görülmüştür.

3.1.3. Veri Dağılımının Normalliği

Yapısal eşitlik modellemesi için AMOS programında Maximum Likelihood (ML) tahmin tekniği kullanılmıştır. Maximum Likelihood (ML) tekniği tahmin üretmekte etkin ve oldukça tutarlıdır. Ayrıca, dayandığı normallik varsayımının ılımlı ihlallerine karşı oldukça dirençlidir (Diamantopoulos ve Siguaw 2000).

Veri dağılımının normal olup olmadığı üç kritere göre değerlendirilmektedir. Bunlar tek değişkenli çarpıklık, tek değişkenli basıklık ve çok değişkenli basıklıktır. Ancak, normal olmayan dağılımın kabul edilebilirlik düzeyi konusunda bir fikir birliği bulunmamaktadır.

“Shapiro-Wilk testi ve Kolmogorov-Smirnov testi de dahil olmak üzere formal normallik testleri, küçük ila orta büyüklükteki örneklerde (örn., $N < 300$) kullanılabilir, ancak büyük örnekler için güvenilir olmayabilir” (Kim, 2013, prgf. 1). Bu çalışmada örneklem büyüklüğünün 300’den fazla olması ($N=1145$) nedeniyle verinin dağılımı çarpıklık ve basıklık mutlak değerleri üzerinden incelenmiştir.

Değişkenlere ait veri genel olarak normal bir dağılım göstermektedir. Kabul edilebilir çarpıklık ve basıklık eşiği ± 1 olarak esas alındığında 134 değişkenden 103’ünde çarpıklık, 95’inde basıklık mutlak değer olarak 1’in altındadır. Tüm değişkenlere ait tek değişkenli çarpıklık ve basıklık değerleri ekte verilmiştir (Ek 4).

Sosyal bilimlerde verinin normallik değerlendirmesinde çarpıklık ve basıklık için ± 1 katı bir sınırlamadır. “ML yöntemi, ölçümlenen değişkenlerin evrende çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu varsayımında bulunur. Bununla birlikte, davranışsal araştırmalarda toplanan verinin çoğunluğu çok değişkenli normal dağılım bir yana, tek değişkenli normal

dağılımları bile sağlamamaktadır ...” (Curran vd., 1996, s.17). Barnes ve arkadaşlarına (2001) göre “değişkenlerin normal dağılması nadirdir. ... 7 dereceli ölçeklerden elde edilen veri tanımsal olarak normal dağılmaz. Gerçekte bu tür ölçeklerle ölçülen değişkenlerin dağılımı sıklıkla ölçeğin bir ucuna kayar, tekdüze olur, hatta iki moda sahip olur” (s.81) (Akaran, Vieira, 2011 s.22).

George ve Mallery’ye (2016) göre değişkenlerde ± 2 aralığındaki çarpıklık ve basıklık değerleri kabul edilebilir. Verinin normallik dağılımı konusunda daha esnek bir yaklaşım gösteren Sposito ve arkadaşlarına (1983) göre ise kabul edilebilir çarpıklık ve basıklık değerleri ± 2.2 aralığında olmalıdır.

Verinin normallik dağılımını değerlendirmek üzere tek değişkenli çarpıklık ve basıklık değerleri ± 2.2 aralığı esas alınarak incelendiğinde 134 değişkenin 130’unun çarpıklık değeri, 119’sinin ise basıklık değeri mutlak değer olarak 2.2’nin altındadır. Yalnızca bu eşik değerleri aşan gösterge değişkenler ile birlikte bu değişkenlerin temsil ettikleri örtük değişkenleri ölçmekte kullanılan diğer gösterge değişkenlerin çarpıklık basıklık değerleri Tablo: 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Çarpıklık, Basıklık Değeri Mutlak Değer Olarak +,-2'yi Aşan Değişkenler

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Nrofcc	1145	1.97	1.076	1.337	0.072	2.150	0.144
Fml1	1145	4.02	1.163	-1.705	0.072	2.938	0.144
Fml2	1145	3.54	1.417	-1.036	0.072	0.351	0.144
Fml3	1145	3.35	1.543	-0.705	0.072	-0.590	0.144
Fml4	1145	2.15	1.647	0.144	0.072	-1.189	0.144
Fml5	1145	2.95	1.595	-0.485	0.072	-0.861	0.144
Ccos1	1145	1.37	1.695	1.016	0.072	-0.310	0.144
Ccos2	1145	0.34	0.790	3.107	0.072	11.562	0.144
Ccos3	1145	1.30	1.557	0.950	0.072	-0.329	0.144
Ccos4	1145	0.36	0.796	2.663	0.072	7.680	0.144
Ccos5	1145	1.07	1.462	1.155	0.072	0.047	0.144
Ccos6	1145	0.29	0.780	3.244	0.072	11.383	0.144
Ccos7	1145	0.61	1.074	1.895	0.072	3.123	0.144
Ccos8	1145	0.57	1.231	2.305	0.072	4.431	0.144
Ccos9	1145	0.62	1.013	2.169	0.072	5.202	0.144
Budms1	1145	3.88	1.169	-1.387	0.072	1.800	0.144
Budms2	1145	4.21	0.891	-1.730	0.072	4.470	0.144
Budms3	1145	4.38	0.896	-2.046	0.072	5.478	0.144
Budms4	1145	4.26	0.985	-1.771	0.072	3.857	0.144
Budms5	1145	2.90	1.533	-0.197	0.072	-1.056	0.144
Slfest1	1145	3.95	0.953	-1.529	0.072	3.527	0.144
Slfest2	1145	3.56	1.335	-0.758	0.072	-0.293	0.144
Slfest3	1145	4.00	0.874	-1.327	0.072	2.982	0.144
Slfest4	1145	4.04	0.911	-1.481	0.072	3.439	0.144
Slfest5	1145	3.68	1.268	-0.852	0.072	-0.058	0.144
Slfest6	1145	4.01	1.230	-1.332	0.072	1.182	0.144
Slfest7	1145	4.09	1.126	-1.768	0.072	3.307	0.144
Slfest8	1145	2.85	1.705	-0.237	0.072	-1.304	0.144
Slfest9	1145	3.90	1.248	-1.148	0.072	0.648	0.144
Slfest10	1145	4.02	1.009	-1.331	0.072	2.025	0.144

Çarpıklığın varyansı (standart hatanın karesi) aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır.

Variance of skewness = $6*n*(n-1) / ((n-2)*(n+1)*(n+3))$, n örneklem büyüklüğünü göstermektedir.

Basıklığın varyansı aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır.

Variance of kurtosis = $4*(n^2-1)*\text{Variance of skewness} / ((n-3)*(n+5))$

Çarpıklık ve basıklığın standart hatası yalnızca örneklem büyüklüğünün bir fonksiyonudur. Bu nedenle aynı örneklem büyüklüğüne sahip tüm değişkenlere ait çarpıklık ve basıklığın standart hataları aynıdır.

Hair ve arkadaşlarına (2010) göre “Örneklem büyüklüğü, örnekleme hatasını azaltarak istatistiksel gücü artırma etkisine sahiptir. Benzer şekilde, örneklem büyüklüğü arttıkça normal olmayan dağılımın zararlı etkileri de azalır. Bu nedenle, çoğu durumda örneklem büyüklüğü arttıkça, araştırmacı dağılımı normal olmayan değişkenler hakkında daha az endişe duyabilir” (s.70).

Kim'e (2013) göre “örneklem büyüklüğü 300'den fazla olduğunda, çarpıklığın 2'den, basıklığın 7'den büyük olması, verinin önemli biçimde normal dağılmadığını gösteren referans değerler olarak kullanılabilir” (s.53). Finney ve DiStefano'ya (2006) göre ise;

Tek değişkenli normalliğin, ML tekniği ile elde edilen sonuçlar üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalarda tek değişkenli çarpıklığın 2'ye ve tek değişkenli basıklığın 7'ye yaklaştığında problemlerin ortaya çıkabileceği ileri sürülmektedir (örneğin; Chou ve Bentler, 1995; Curran, West ve Finch 1996; Muthen ve Kaplan 1985). Ayrıca, çok değişkenli normallik değerlendirmesinde, çok değişkenli basıklık değerinin genel olarak kabul edilmiş bir sınır değeri bulunmamaktadır (s.272).

Araştırmalar, veri normal dağılımdan uzaklaştıkça, ki-kare istatistiğinin artan şekilde abartılı bulunduğunu göstermiştir (örneğin; Chou vd., 1991; Curran vd., 1996; Hu, Bentler, ve Kano, 1992; Yu ve Muthen 2002; Aktaran Finney ve DiStefano, 2006). Ki-kare istatistiğinin yüksek çıkması, doğru belirlenmiş bir modelin reddedilme oranının artması anlamına gelmektedir. Uyum İndekslerinin birçoğu, ki-kare istatistiğinin bir fonksiyonu olduğundan ki-kareyi etkileyen faktörler uyum İndekslerini de etkilemektedir. Araştırmalar, verinin normal dağılımdan orta ve ciddi düzeyde uzaklaşmasının küçük örneklem ($N < 250$) ile birleşmesi halinde, ML ile elde edilen uyum İndekslerinin (TLI (Tucker-Lewis Index), CFI (Comparative Fit Index), ve RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)) doğru belirlenen modelleri reddetme eğiliminin fazla olduğunu göstermektedir (Hu ve Bentler, 1999; Yu ve Muthen, 2002; aktaran Finney ve DiStefano, 2006, s. 274).

Ryu (2011), simülasyon çalışmasında çarpıklık 2 ve basıklık 7 değerlerini kritik seviyeler olarak bulmuş, araştırmasında artan pozitif basıklığın doğru modellerin aşırı reddedilmesine yol açtığı gibi, artan çarpıklık düzeylerinin de doğru modellerin aşırı reddedilmesine yol açtığı sonucuna varmıştır (s.1073).

Parametre tahminleri ise veri dağılımının normal olmamasından etkilenmemekte, ancak, ML yöntemi ile yapılan istatistiksel anlamlılık testleri etkilenmektedir. ML ile hesaplanan

standart hatalar parametre tahminlerinin istatistiksel anlamlılık testlerine ilişkin Tip I hatanın artmasına neden olmaktadır. Bu, gerçekten sıfır olan parametrelerin, tahminlerinin sıfırdan farklı olduğunun kabul edilebileceği ve böylece modele dâhil edilmelerinin önemli olduğu anlamına gelmektedir. Araştırmalar basıklığın özellikle pikli dağılımın ki-kare dağılımında olduğu gibi standart hatalar üzerinde önemli etkisi olduğunu göstermektedir (Finney ve DiStefano. 2006, s.274).

“Araştırmalar, sıralı kategorik veri ile modelleme yapılırken, çok sayıda sıralı kategori varsa verinin sürekli olduğunun kabul edilebileceğini göstermiştir” (Finney ve DiStefano, 2006, s.272). Bu araştırmada kullanılan ölçekler 6’lı Likert tipinde düzenlenmiştir. Bir soru ile ölçülen risk tercihi değişkeni 11 kategorili, yine bir soru ile ölçülen gelir yeterliği değerlendirmesi ise 5 kategorili olarak düzenlenmiştir. Finney ve DiStefano (2006) verinin normal dağılımdan ılımlı düzeyde uzaklaşması durumunda (çarpıklık<2, basıklık<7) ML tahmin yönteminin kullanılmasını, ayrıca değişkenler beş ya da daha fazla kategoriye sahipse ve veri normal dağılmıyorsa bootstrapping yöntemini tavsiye etmişlerdir (s.272).

“Genel olarak bootstrapping gözlenen örneklem veriyi, evrenin tahmini olarak ele alan bir yeniden örnekleme yöntemidir” (Efron ve Timshirani, 1993, Aktaran Finney ve DiStefano 2006, s.295). Bootstrapping veri dağılımının normal olmama durumunu içeren model test istatistiklerinin deneysel bir dağılımını elde etmek ve araştırmacıları teorik ki-kare dağılımı ve onun dayandığı varsayımlara güvenmekten kurtarmak için kullanılabilir. Bu yöntemle, gözlenen veriden (ilk örneklemden) yerine koyma yöntemi ile (aynı örnekleme bir olay/katılımcı birden fazla kez yer alabilir) aynı büyüklükte bootstrap örneklemleri yaratılır. Bu örneklemlerden hesaplanan tahminler ilgilenilen istatistiğin deneysel bir örneklem dağılımını oluşturur. Bootstrap standart hatalar verinin dağılımını hesaba kattığından daha doğru standart hatalar üretir. Bootstrap yaklaşımında yerine koyma yöntemi ile çekilen N büyüklüğündeki bootstrap örneklemleri ile parametre tahminleri (örn. faktör yükleri, hata varyansları) hesaplanır. Daha sonra bootstrap parametre tahminlerinin dağılımı bu parametrelerin standart hatalarının hesaplanmasında kullanılır. (Finney ve DiStefano 2006, s.295).

Sonuç değişkenimiz olan kredi kartı ile fazla harcama davranışını ölçmekte kullanılan ölçek maddelerine, katılımcılar tarafından verilen yanıtların normal dağılım göstermesi beklenmemektedir. Toplanan veride normal dağılımdan en fazla sapma bu örtük değişkeni

ölçmekte kullanılan gösterge değişkenlerdedir. Bu örtük değişkenle birlikte, bütçe yönetimi becerisi örtük değişkenini ölçmekte kullanılan gösterge değişkenlerde de normal dağılımdan orta düzeyde sapma görülmektedir. Kredi kartı ile fazla harcama davranışını ölçmekte kullanılan Ccos2, Ccos4, Ccos6 değişkenlerine ait veri dağılımlarının orta düzey basıklık ($k < 7$) eşliğini aşmaları nedeniyle bu değişkenler, analiz dışında bırakılmıştır (Tablo 7). Diğer değişkenlerin tamamı faktör analizine dâhil edilmiştir. Ancak YEM'de önerilen ölçüm modeli ve yapısal modele dâhil edilen gösterge değişkenlerden yalnızca üçünde çarpıklık değeri 2'nin üzerindedir (Ccos8'de 2.305 Ccos9'da 2.169 ve Budms3'de -2.046), basıklık ise 6 gösterge değişkende 2 ile 5,5 arasındadır (Ccos7'de 3,2, Ccos 8'de 4,4, Ccos9'da 5.202 ve Budms2'de 4,5 Budms3'de 5.48 ve Budms4'de 3,9). Analize dâhil edilen bu gösterge değişkenlerdeki orta düzeydeki basıklık ile çarpıklığın ölçüm modeli ile yapısal modelin tahminlerine ilişkin istatistiksel testlerde sorun oluşturmaması için Finney ve DiStefano'nun (2006) önerileri takip edilerek bootstrap yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 7: Basıklık Değeri 7'yi Aştığı için Analiz Dışında Bırakılan Değişkenler

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Ccos1	1145	1.37	1.695	1.016	0.072	-0.310	0.144
Ccos2	1145	0.34	0.790	3.107	0.072	11.562	0.144
Ccos3	1145	1.30	1.557	0.950	0.072	-0.329	0.144
Ccos4	1145	0.36	0.796	2.663	0.072	7.680	0.144
Ccos5	1145	1.07	1.462	1.155	0.072	0.047	0.144
Ccos6	1145	0.29	0.780	3.244	0.072	11.383	0.144
Ccos7	1145	0.61	1.074	1.895	0.072	3.123	0.144
Ccos8	1145	0.57	1.231	2.305	0.072	4.431	0.144
Ccos9	1145	0.62	1.013	2.169	0.072	5.202	0.144
Budms1	1145	3.88	1.169	-1.387	0.072	1.800	0.144
Budms2	1145	4.21	0.891	-1.730	0.072	4.470	0.144
Budms3	1145	4.38	0.896	-2.046	0.072	5.478	0.144
Budms4	1145	4.26	0.985	-1.771	0.072	3.857	0.144
Budms5	1145	2.90	1.533	-0.197	0.072	-1.056	0.144

3.2. ÖLÇEK BAZINDA DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Örtük değişkenleri ölçmekte kullanılan ölçeklerin amaçladıkları teorik yapıları ölçmekte ne kadar başarılı olduklarını belirlemek üzere, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. DFA, örtük değişkenin (kurgulanan/teorik yapının) veri ile test edilerek ölçümün geçerliğinin ve güvenilirliğinin istatistiksel olarak doğrulanmasını sağlar. Bu aşamada, yapısal eşitlik modellemesi ölçüm modeline dahil edilebilecek yapılar ve bunları temsil eden ölçek maddelerini belirlemek üzere, her bir örtük değişken için IBM SPSS Statistics AMOS (versiyon 23) programında “Maksimum Olabilirlik” (Maximum Likelihood-ML) yöntemi ile doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçeklerin geçerlik/güvenilirlikleri araştırılmış, okuyucunun dikkatini dağıtmamak için sonuçları Ek 2’de verilmiştir. Keşfedici faktör analizine örtük değişkenlerin bireysel ölçüm modelinde geçerlik güvenilirliğini sağlayan göstere (ölçülen) değişkenler (ölçek maddeleri) ile devam edilmiştir.

3.3. KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ (EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS)

Keşfedici faktör analizi, değişkenleri daha sorunsuz bir yapısal eşitlik modellemesi için hazırlar. Keşfedici faktör analizinin, doğrulayıcı faktör analizinden farklı olarak, hangi maddenin hangi yapıya ait olduğu konusunda bir varsayımı yoktur. Bu nedenle, keşfedici faktör analizi sorunlu değişkenleri doğrulayıcı faktör analizinden çok daha kolay tespit edilmesini sağlar. Ayırt edici geçerlik, faktörlerin farklı ve ilişkisiz olma derecesini gösterir. Değişkenlerin kendi faktörleri (temsil ettikleri yapı) ile daha güçlü bir şekilde ilişkili olmaları gerekir. Keşfedici faktör analizi ile ayırt edici geçerliği belirlemek için iki temel yöntem kullanılmaktadır. İlk yöntemde örüntü matrisi incelenir. Örüntü matrisinde değişkenler yalnızca bir faktöre önemli derecede yükleme yapmalıdır. Çapraz yüklemeler (birden fazla faktöre yükleme) varsa, aralarındaki fark 0.2’den fazla olmalıdır. İkinci yöntemde ise, faktör korelasyon matrisinde faktörler arasındaki korelasyonlar 0.7’yi geçmemelidir. Bu eşiği aşan korelasyonlar, İki faktör arasında paylaşılan varyansın yüksek olduğunu, ayırt edici geçerliğin sağlanmadığını gösterir (Hair vd., 2010).

Değişkenler arasında ayırt edici geçerliğin sağlanması amacıyla, 1145 katılımcıdan toplanan veri ile bireysel ölçüm modellerinde geçerlik güvenilirlik kriterlerini sağlayan (örtük değişkenleri temsil eden) göstere değişkenlerin tamamı (62 değişken), ile SPSS

programında “Maksimum Olabilirlik (Maximum Likelihood-ML)” yöntemi ve faktörlerin korelasyonuna izin veren “Promax” rotasyon yöntemi kullanılarak keşfedici faktör analizi yapılmıştır (AMOS programında yapısal eşitlik modellemesi ML yöntemi ile gerçekleştirildiğinden SPSS’te de bu yöntem tercih edilmiştir). Keşfedici faktör analizinde örtük yapılar ile değişkenler arasında teorik bir ilişki tanımlanmadığından her gösterge değişkenin tüm örtük yapılara yükleme yapması serbest bırakılmıştır. 0.10’un üzerindeki faktör yüklemeleri dikkate alınarak gösterge değişkenlerin faktör yapısı incelenmiştir.

Keşfedici faktör analizinde verinin uygunluğu ve yeterliliğinin değerlendirilmesi için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) istatistiği hesaplanmış ve Bartlett küresellik testi (Bartlett’s Test of Sphericity) yapılmıştır. Örneklemin analiz için uygun olup olmadığını açıklayan KMO yeterli ölçüsü, 0 ile 1 arasında değer alır. KMO 1’e ne kadar yakınsa örneklem o kadar faktör analizine uygundur. Tabachnick ve Fidell’e (2001) göre bu değerin 0.6 ve üzerinde olması gerekir. Bartlett küresellik testi, keşfedici faktör analizi için değişkenlerin birbiriyle yeterince ilişkili olup olmadığını, değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunup bulunmadığını göstermektedir.

Keşfedici faktör analizi sürecinde temsil ettikleri örtük değişkenlerden farklı örtük değişkenlere daha fazla yükleme yapan ve/veya diğer örtük değişkenlere önemli düzeyde çapraz yükleme yapan (yüklemeler arasındaki fark 0,2’den az) değişkenler dışarıda bırakılmıştır.

Materyal Değerler Ölçeğinin Mat1 maddesi (İnsanları etkileyen şeylere sahip olmak hoşuma gider) ve Mat6 maddesi (Kendi yaşamımda pek çok lüksten hoşlanırım) değişkenleri sosyal statü tüketimi örtük değişkenine, Mat5 maddesi (Bir şeyler satın olmaktan çok zevk alırım) hazcı alışveriş örtük değişkenine daha fazla yükleme yapmış, Mat2 maddesi (Sahip olduğum şeyler hayattaki başarımlarım hakkında çok şey ifade eder) ise dürtüsel satın alma eğilimi, kompulsif satın alma eğilimi ve eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme örtük değişkenlerine önemli düzeyde çapraz yükleme yapmıştır. Bu nedenle, Materyal Değerler Ölçeğinin Mat1, Mat2 Mat5, Mat6 maddeleri ayırt edici geçerliği sağlamak için analiz dışında bırakılmıştır. Keşfedici faktör analizi sonucunda, Materyal Değerler Ölçeğinin başarı boyutu ile materyal değerleri merkeze alma boyutunu temsil eden maddelerin dışarıda bırakılması nedeniyle, doğrulayıcı faktör analizine üç madde ile ölçülen materyalizmin mutluluk boyutu ile devam edilmiştir.

Benlik Saygısı Ölçeğinin Sifest2 maddesi (Bazen hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu örtük değişkenine daha fazla yüklemeye yapmıştır. Sifest6 maddesi (Bazen kendimin kesinlikle bir işe yaramadığımı düşünüyorum) ve Sifest9 maddesi (Genelde kendimi başarısız bir insan olarak görme eğilimindeyim) ise yine aynı değişkene önemli düzeyde çapraz yüklemeye yapmıştır. Bu nedenle Benlik Saygısı Ölçeğinin Sifest2, Sifest6 ve Sifest9 maddeleri analiz dışında bırakılmış ve benlik saygısı örtük değişkeni doğrulayıcı faktör analize 3 madde ile dâhil edilmiştir.

Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçeğinin Impb5 (Sadece gerçekten ihtiyacım olan şeyleri satın alırım) ve Impb7 (Bir şey satın almam gerektiğinde acele etmem etrafıca düşünürüm) maddeleri bütçe yönetimi becerisi, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ve kompülsif satın alma eğilimi örtük değişkenlerine önemli düzeyde çapraz yüklemeye yapmıştır. Bu nedenle, dürtüsel satın alma eğilimi örtük değişkeninin bilişsel boyutunu temsil eden Impb5 ve Impb7 maddeleri ayırt edici geçerliği sağlamadığı için analiz dışında bırakılmış, doğrulayıcı faktör analizine bu örtük değişkenin duygusal boyutunu temsil eden beş madde ile devam edilmiştir.

Keşfedici faktör analizi sonucunda yukarıda belirtilen maddeler çıkarıldıktan sonra elde edilen KMO ve Bartlett test sonuçları, özdeğer (eigenvalue) grafiği Ek 5, komünalite tablosu (communalities) Ek 6 ve açıklanan toplam varyans (total variance explained) tablosu Ek 7'de gösterilmiştir.

53 ölçek maddesi ile ölçülen (gösterge) değişkenler ile beklentiye uygun olarak özdeğeri (eigenvalue) 1 ve daha büyük olan 13 faktör elde edilmiştir. KMO:0.923 oldukça yüksek düzeyde ve Bartlett küresellik testi sonucu istatistiksel olarak anlamlıdır ($\chi^2= 30509.07$, $sd=1378$, $p=0.000$). Elde edilen bu değerlerle, verinin yeterli olduğu, değişkenlerin birbirleriyle yeterince ilişkili olduğu ve veri ile yapılan faktör analizinin güvenilir olduğu belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyans %57.475 olup, %50'nin üzerindedir.

Keşfedici faktör analizi sonucunda elde edilen örüntü matrisi Tablo 8'de görülmektedir. Faktör isimleri altında faktörlerin güvenilirliğini belirlemek üzere SPSS programında her bir faktör için hesaplanan Cronbach alfa değerleri gösterilmiştir. Örtük değişkenlerin Cronbach's alpha değerleri, 0.899 ile 0.712 aralığındadır. Değişkenlerin Cronbach's alpha değerleri kredi kartı ile fazla harcama davranışı değişkeni için 0.778, eylemlerinin

gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeni için 0.771, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu değişkeni için 0.811, materyalizm (mutluluk boyutu) değişkeni için 0.814, bütçe yönetimi becerisi değişkeni için 0.824, sosyal statü tüketimi değişkeni için 0.899, kompülsif satın alma eğilimi değişkeni için 0.839, kredi kartı etkisi değişkeni için 0.893, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu değişkeni için 0.803, tasarruf becerisi değişkeni için 0.881, hazcı alışveriş değişkeni için 0.89, dürtüsel satın alma eğilimi değişkeni için 0.826 ve benlik saygısı değişkeni için 0.712 olarak hesaplanmıştır.

Tüm örtük yapılar için 0.7'nin üzerinde olan Cronbach's alfa değerleri güvenilirliğin sağlandığını göstermektedir (Hair vd., 2010).

Örüntü matrisinde görüldüğü üzere keşfedici faktör analizi sonucunda tüm gösterge değişkenler (ölçek maddeleri) temsil ettikleri örtük değişkenler (yapılar) altında toplanmıştır.

Tablo 8: Örüntü Matrisi (Pattern Matrix)

Örtük Değişkenler	Faktörler												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
HAZA													
SOST													
KKET													
DÜRS													
EGSÖ													
YÜHD													
TASB													
BÜTY													
KKFH													
KKTT													
MATM													
KOMS													
BENS													
Cronbach's Alpha	0.890	0.899	0.893	0.826	0.771	0.811	0.881	0.824	0.778	0.803	0.814	0.839	0.712
Heds8	0.872												
Heds5	0.844												
Heds3	0.808												
Heds4	0.682	0.137		0.109								-0.134	
Heds7	0.632												
Heds1	0.549			0.132									
Sosc6		0.925											
Sosc5		0.847											
Sosc3		0.825											
Sosc2		0.742											
Ccef3			0.928										
Ccef4			0.856										
Ccef2			0.755										
Ccef1			0.742							0.109			
impb12				0.819									
impb11				0.700									
impb14				0.642									
impb13		0.168		0.608				-0.119					
impb9				0.562								0.163	
Cfcf5					0.738								
Cfcf4					0.731								
Cfcf6					0.676								
Cfcf7					0.555								
Cfcf2					0.508		0.108						
Mstry5						0.792							
Mstry3						0.772							
Mstry4						0.710							
Mstry1						0.646							
Savings3							0.882						
Savings2							0.873						
Savings1							0.808						
Budms2								0.896					
Budms1				-0.139				0.707					
Budms3								0.654	-0.112				
Budms4								0.616					
Ccos1									0.957				
Ccos3									0.917				
Ccos7		0.120							0.285				-0.123
Ccos8									-0.111	0.245			-0.155
Ccos9									-0.101	0.218		0.100	
Inspatt4										0.883			
Inspatt1										0.724			
Inspatt8										0.696			
Mat8											0.990		
Mat7											0.709		
Mat9						-0.121					0.574		
Comb3												0.845	
Comb1	0.129											0.734	
Comb8												0.699	
Comb4												0.649	
Sifest4													0.794
Sifest3													0.747
Sifest7													0.566

Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

Faktörler arasındaki korelasyonlar Tablo 9'da verilen Faktör Korelasyon Matrisinde gösterilmiştir. Ayırt edici geçerliği belirlemenin ikinci yöntemine göre, değişkenler arasındaki korelasyonlar 0.7'yi aşmamalıdır. Değişkenler arasındaki en yüksek korelasyon 0.638 ile hazcı alışveriş ile dürtüsel satın alma eğilimi değişkenleri arasındadır. Bunu, 0.627 ile kompulsif satın alma eğilimi ve dürtüsel satın alma eğilimi arasındaki korelasyon izlemektedir. Örtük değişkenler arasındaki diğer korelasyonların tamamı 0.6'nın altındadır. Keşfedici faktör analizi ve faktör korelasyon matrisinden elde edilen sonuçlara göre ayırt edici geçerlik sağlanmıştır.

Tablo 9: Faktör Korelasyon Matrisi

Faktör	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	HAZA	SOST	KKET	DÜRS	EGSÖ	YÜHD	TASB	BÜTY	KKFH	KKTT	MATM	KOMS	BENS
HAZA	1.000	0.495	0.438	0.638	-0.231	-0.241	-0.127	-0.227	0.164	0.187	0.395	0.592	-0.116
SOST	0.495	1.000	0.433	0.497	-0.316	-0.222	-0.166	-0.382	0.272	0.200	0.463	0.558	-0.191
KKET	0.438	0.433	1.000	0.461	-0.274	-0.287	-0.298	-0.335	0.363	0.261	0.370	0.524	-0.207
DÜRS	0.638	0.497	0.461	1.000	-0.282	-0.236	-0.171	-0.312	0.237	0.175	0.383	0.627	-0.100
EGSÖ	-0.231	-0.316	-0.274	-0.282	1.000	0.243	0.383	0.563	-0.288	0.007	-0.206	-0.381	0.421
YÜHD	-0.241	-0.222	-0.287	-0.236	0.243	1.000	0.370	0.228	-0.349	-0.061	-0.441	-0.424	0.370
TASB	-0.127	-0.166	-0.298	-0.171	0.383	0.370	1.000	0.447	-0.507	-0.137	-0.352	-0.307	0.236
BÜTY	-0.227	-0.382	-0.335	-0.312	0.563	0.228	0.447	1.000	-0.497	-0.061	-0.224	-0.483	0.412
KKFH	0.164	0.272	0.363	0.237	-0.288	-0.349	-0.507	-0.497	1.000	0.195	0.371	0.428	-0.330
KKTT	0.187	0.200	0.261	0.175	0.007	-0.061	-0.137	-0.061	0.195	1.000	0.196	0.172	0.001
MATM	0.395	0.463	0.370	0.383	-0.206	-0.441	-0.352	-0.224	0.371	0.196	1.000	0.429	-0.243
KOMS	0.592	0.558	0.524	0.627	-0.381	-0.424	-0.307	-0.483	0.428	0.172	0.429	1.000	-0.303
BENS	-0.116	-0.191	-0.207	-0.100	0.421	0.370	0.236	0.412	-0.330	0.001	-0.243	-0.303	1.000

Extraction Method: Maximum Likelihood. Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

3.4. YAPISAL EŞİTLİK MODELLEMESİ ÖLÇÜM MODELİ / DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ (CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS-CFA)

Doğrulayıcı faktör analizi, teorik olarak belirlenen ölçüm modelinin gerçekte uyumlu olup olmadığını veri ile istatistiksel olarak test eder. Keşfedici faktör analizinden farklı olarak doğrulayıcı faktör analizinde faktör sayısı ve hangi değişkenlerin hangi faktörleri temsil

edeceği, yani ölçüm modeli, analizden önce belirlenir. Doğrulayıcı faktör analizi teorik olarak belirlenen faktörlerin gerçek veri ile ne kadar örtüştüğünü istatistiksel olarak gösterir.

Tüm değişkenleri içeren ölçüm modelinde her bir örtük yapıyı ölçmek için reflektif ölçekler kullanılmıştır. Ölçek maddeleri örtük yapıyı temsil etmekte olduğundan ilişkinin yönü (faktör yükü tahminleri) örtük değişkenden gösterge değişkenlere doğrudur. Diğer bir deyişle, örtük yapı gösterge değişkenin sebebidir.

Hair ve arkadaşlarına (2010) göre yapısal eşitlik modellemesinde faktör başına minimum üç, tercihen dört madde içerilmelidir. Bu hem yapının teorik alanını kapsamak için, hem de modelin istatistiksel olarak tanımlanabilmesi (modelin yeterli serbestlik derecesine sahip olması) için gereklidir. Ancak, tek madde ile temsil edilen faktörler içeren bazı yapısal eşitlik modellemeleri vardır. Modelin daha fazla madde (gösterge değişken) içermesi ölçüm modelinin daha iyi olduğu anlamına gelmemektedir. Daha fazla madde daha yüksek güvenilirlik tahminleri ve genelleştirilebilirlik üretse bile, daha büyük örneklem gerektirir ve tek boyutlu faktörler üretmeyi zorlaştırır (Hair vd., 2010, s. 608).

Bu çalışmada, hem yapıların teorik alanlarını kapsayabilmek hem de modelin tanımlanabilmesi için gerekli serbestlik derecesini sağlamak üzere ölçüm modelinde içeren örtük değişkenlerin en az üç madde ile temsil edilmesine özen gösterilmiştir. Bunlarla birlikte, risk tercihi ve gelir yeterliği değerlendirmesi değişkenleri, tek gösterge değişken ile ölçülmüş olduğundan, ölçüm modelinde tek madde ile temsil edilmiştir. Hair ve arkadaşlarına (2010) göre bir terimin anlamı tartışmalı değilse, bu terim kolayca anlaşılıyor ve ayırt edilebiliyorsa, ölçüm için tek madde yeterli olabilir (s.611).

Ankette tek soru ile ölçülen eğitim, yaş, kişisel aylık gelir, sahip olunan kredi kartı sayısı değişkenleri ise örtük yapılar değildir.

3.4.1. Model Uyumunun Değerlendirilmesinde Kullanılan Uyum İndeksleri

Önerilen model tahmin edildiğinde, model uyum istatistikleri, gözlemlenen kovaryans matrisi ile tahmin edilen kovaryans matrisi (teori) arasındaki benzerliği kıyaslayarak teori ile gerçek durumu karşılaştırır. Uyum istatistikleri matrisler arasında ne kadar fark olduğunu matematiksel olarak gösterir. Fark ne kadar az ise uyum o kadar iyidir (Hair vd., 2010).

Uyum indeksleri üç gruba ayrılmaktadır. Mutlak uyum indeksleri (absolute fit indices), teorinin örneklem veri ile ne kadar uyumlu olduğunun en temel ölçümünü sağlar (Kenny ve McCoach, 2003). Ki-kare uyum indeksi, RMSEA ve SRMR bu gruba dâhildir. Diğer bir indeks grubu, tahmin edilen modelin bazı alternatif temel modellere uygunluğunu değerlendirmek için kullanılan artan uyum indeksleri (incremental fit indices) olarak bilinir. Bu gruba Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) ve Tucker-Lewis İndeksi (TLI) dâhildir. PNFI ve ki-kare/serbestlik derecesi gibi tutumluluk uyum indeksleri olarak bilinen üçüncü grup indeks seti, modelin karmaşıklığına göre rakip modeller arasında hangi modelin daha iyi uyum gösterdiği hakkında bilgi sağlar (Hair vd., 2010).

Araştırmanın örneklem büyüklüğü, karmaşıklığı, gösterge değişken sayısı, değişkenler arasındaki korelasyonların düzeyi ve verinin normallik dağılımı genel olarak uyum indekslerini etkilemektedir. Hangi uyum indekslerinin raporlanacağı ve bunların eşik değerleri konusunda literatürde bir fikir birliği bulunmamaktadır. Ancak, birden fazla uyum indeksinin raporlanması tavsiye edilmektedir. Tüm değişkenleri içeren ölçüm modelinde ve yapısal eşitlik modelinde veri ile model uyumunun değerlendirilmesinde, Tablo 10'da gösterilen uyum indeksleri kullanılmış ve bu indeksler için Hu ve Bentler (1999) tarafından benimsenen eşik değerler esas alınmıştır.

Tablo 10: Model Uyum İndeksleri Eşik Değerleri*

İndeks	Uyumsuz	Kabul edilir	İdeal uyum
CMIN/DF:Ki-kare/sd	> 5	3 ile 5 arasında	< 3
CFI	<0.90	0.90 ile 0.95 arasında	>0.95
SRMR	>0.10	0.08 ile 0.10 arasında	<0.08
RMSEA	>0.08	0.06 ile 0.08 arasında	<0.06
PClose	<0.01	0.01 ile 0.05 arasında	>0.05

*Hu and Bentler (1999), "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives"

3.4.2. Yapı Geçerliği

Yapı geçerliği teorik örtük değişkenleri ölçmek için belirlenen maddelerin bu örtük değişkenleri ne ölçüde temsil ettiğini gösterir. Yapı geçerliği sağlandığında, bir örneklemeden elde edilen madde ölçümlerinin popülasyonda var olan gerçek değerleri temsil ettiği varsayımına kanıt sağlanmış olur. Modelin yapı geçerliği doğrulamayı faktör analizi ile araştırılmıştır.

Yapı geçerliği beş unsurdan oluşmaktadır. Bunlar; i) Uyum geçerliği (Convergent Validity), ii) Elde edilen ortalama varyans (Average Variance Extracted-AVE), iii) Güvenilirlik, iv) Ayırt edici geçerlik (Discriminant Validity) ve v) Görünüş geçerliğidir (Face Validity).

3.4.3 Doğrulamayı Faktör Analizi Süreci

Yapısal eşitlik modellemesinde örtük değişkenlerin hangi maddeleri içereceği kararı üç aşamada verilmiştir. Öncelikle ölçek bazında gerçekleştirilen doğrulamayı faktör analizi sonucunda her bir örtük değişkeni temsil eden ölçek maddeleri belirlenmiştir. Daha sonra örtük yapıları temsil eden ölçek maddelerin tamamı keşfedici faktör analizine tabi tutulmuş, ayırt edici geçerliği sağlamayan maddeler dışarıda bırakılmıştır. Üçüncü aşamada, keşfedici faktör analizi sonucunda ayırt edici geçerliği sağlayan maddeler (gösterge değişkenler) ile doğrulamayı faktör analizi yapılarak ölçüm modeli bütünsel olarak sınanmıştır.

Doğrulamayı Faktör Analizi, Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) ile IBM SPSS Statistics AMOS (versiyon 23) programında maksimum olabilirlik (ML) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Ölçüm Modeli görsel olarak Ek 8'de gösterilmiştir Ölçüm modelinde tüm örtük yapıların diğer örtük yapılarla korelasyonu serbest bırakılmıştır. Şekildeki çift yönlü oklar örtük değişkenler arasındaki tahmin edilen korelasyonları göstermektedir. Gösterge değişkenler yalnızca temsil ettikleri örtük yapı ile ilişkilendirilmiş, bu örtük değişkene yükleme yapmalarına izin verilmiştir. Örtük değişkenler ile gösterge değişkenler arasında reflektif ilişki tanımlanmıştır. Şekilde örtük değişkenden gösterge değişkene doğru tek yönlü oklar, ölçek maddelerinin tahmin edilen faktör yüklerini (standartlaştırılmış regresyon katsayılarını) göstermektedir. Gösterge değişkenlerde, temsil ettiği örtük değişken tarafından açıklanamayan varyans (kalıntı) hata terimleri ile gösterilmiştir. Hata terimlerinin diğer örtük değişkenlerin

maddelerine ait hata terimleri ile ilişkisine izin verilmemiştir. Aynı örtük değişkeni temsil eden maddelerin hata terimleri arasında önemli düzeydeki korelasyonlar gösterilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi sürecinde tanımlanan ilk model 13 örtük değişken (birden fazla madde ile ölçülen) ve bunları temsil eden 53 gösterge değişken ile birer madde ile ölçülen iki örtük değişken ve bir soruyla ölçülen bir değişken (örtük olmayan) içermiştir. Ölçüm modelinde yer alan değişkenler şunlardır: Kredi kartı ile fazla harcama davranışı (KKFH), eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme (EGSÖ), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu (YÜHD), materyalizm-mutluluk boyutu (MATM), bütçe yönetimi becerisi (BÜTY), tasarruf becerisi (TASB), sosyal statü tüketimi (SOST), hazcı alışveriş (HAZA), kompulsif satın alma eğilimi (KOMS), dürtüsel satın alma eğilimi (DÜRS), kredi kartı etkisi (KKET), kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu (KKT), benlik saygısı (BENS), risk tercihi (RISK), gelir yeterliği değerlendirmesi/algısı (GELY) ve sahip olunan kredi kartı sayısı (KKS).

Sahip olunan kredi kartı sayısı, doğrudan ölçülen değişken olarak değerlendirildiğinden ölçüm modelinde hata varyansı 0, faktör yükü 1 olarak tanımlanmıştır. Risk tercihi ve gelir yeterliği değerlendirmesi/algısı örtük değişkenleri tek gösterge değişken ile ölçüldüğünden, ölçüm hataları tahmin edilememektedir. Bu nedenle, ölçüm hataları ihmal edilerek modelde hata varyansı 0, faktör yükü 1 olarak tanımlanmıştır (Hair vd., 2010, s.649).

3.4.4. Ölçüm Modelinin Bütünsel Uyumu

Ölçüm modelinin (Ek 8) uyum istatistikleri Tablo 11'de verilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere modelin ki-kare değeri 2716, serbestlik derecesi 1328 ve p-değeri 0.00'dır. Örneklemin büyük ve model değişken sayısının fazla olması nedeniyle, istatistiksel olarak anlamlı p değeri beklenmektedir. Ki-kare/sd=2, 3'ün altında ve CFI:0.953, 0.95'in üzerinde olup, bu örneklem büyüklüğü ve değişken sayısına sahip bir model için oldukça iyi düzeydedir. RMSEA değeri 0.03'dür ve 0.06 eşik değerinin oldukça altındadır. Yine SRMR:0.036 değeri ile 0.08' eşik değerinin yine oldukça altındadır. Uyum istatistikleri sonuçlarına göre model veri ile oldukça iyi uyum göstermiştir.

Tablo 11: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik Değer	Yorum
CMIN	2716.373	--	--
DF	1358	--	--
CMIN/DF	2	<3	İdeal uyum
CFI	0.955	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.036	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.03	<0.06	İdeal uyum
PClose*	1	>0.05	İdeal uyum

Modelin geçerlik ölçümleri Tablo 12'de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere benlik saygısı (BENS) ve dürtüsel satın alma eğilimi (DÜRS) örtük değişkenleri için elde edilen ortalama varyans (Average Variance Extracted:AVE) değerleri sırasıyla 0.476 ve 0.487 ile eşik değer olan 0.5'in altında bulunmuştur. AVE değerlerinin 0.5 eşik değerinin altında kalması nedeniyle uyum geçerliği kriterini sağlamadığından benlik saygısı ve dürtüsel satın alma eğilimi değişkenleri ölçüm modelinden çıkarılmıştır. Ayrıca, standardize edilmiş kalıntı kovaryans (Standardized Residual Covariances) matrisinin incelenmesinde; hazcı alışveriş (HAZA) örtük değişkenini ölçmekte kullanılan Heds7 (Alışverişe gitmeyi bir kaçış gibi hissediyorum), Heds1 (Alışveriş yaparken sorunlarımı unutuyorum) ve Heds4 (Heyecan verici ürünler arasında olmaktan hoşlanıyorum) değişkenlerinin önemli düzeyde (2.5 ile 4.500 aralığında) kalıntı oluşturduğu görüldüğünden bu değişkenler ölçüm modeli dışında bırakılmıştır.

Tablo 12: Kredi Kartı İle Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I Geçerlik Ölçümleri

	CR	AVE	MSV	Korelasyonlar													
				SOST	EGSÖ	KKET	YÜHD	KKFH	TASB	BÜTY	KKTT	MATM	KOMS	HAZA	DÜRS	BENS	
SOST	0.890	0.671	0.305	0.819													
EGSÖ	0.892	0.805	0.356	-0.329***	0.897	-0.290***	0.256***			0.388***	0.597***	0.007	-0.219***	-0.387***			
KKET	0.893	0.677	0.269	0.423***		0.823											
YÜHD	0.813	0.523	0.193	-0.225***		-0.282***	0.723										
KKFH	0.816	0.694	0.424	0.384***	-0.431***	0.452***	-0.428***	0.833	-0.587***	-0.651***	0.220***	0.464***	0.532***				
TASB	0.882	0.713	0.344	-0.157***		-0.296***	0.353***		0.845								
BÜTY	0.840	0.568	0.424	-0.383***		-0.348***	0.234***		0.463***	0.754							
KKTT	0.808	0.586	0.065	0.172***		0.255***	-0.051		-0.099**	-0.035	0.766						
MATM	0.823	0.609	0.219	0.468***		0.371***	-0.439***		-0.328***	-0.236***	0.173***	0.781					
KOMS	0.849	0.585	0.454	0.552***		0.518***	-0.408***		-0.269***	-0.474***	0.155***	0.417***	0.765				
HAZA	0.892	0.579	0.482	0.477***	-0.256***	0.451***	-0.256***	0.278***	-0.140***	-0.259***	0.200***	0.426***	0.652***	0.761			
DÜRS	0.826	0.487	0.482	0.509***	-0.302***	0.474***	-0.236***	0.340***	-0.143***	-0.329***	0.176***	0.403***	0.673***	0.694***	0.698		
BENS	0.729	0.476	0.164	-0.155***	0.405***	-0.164***	0.340***	-0.386***	0.170***	0.361***	0.049	-0.194***	-0.231***	-0.107**	-0.085*	0.69	

CR: Bileşik güvenilirlik, AVE: Elde edilen ortalama varyans, MSV: Maksimum Paylaşılan Varyans

Korelasyonların istatistiksel anlamlılık düzeyleri: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

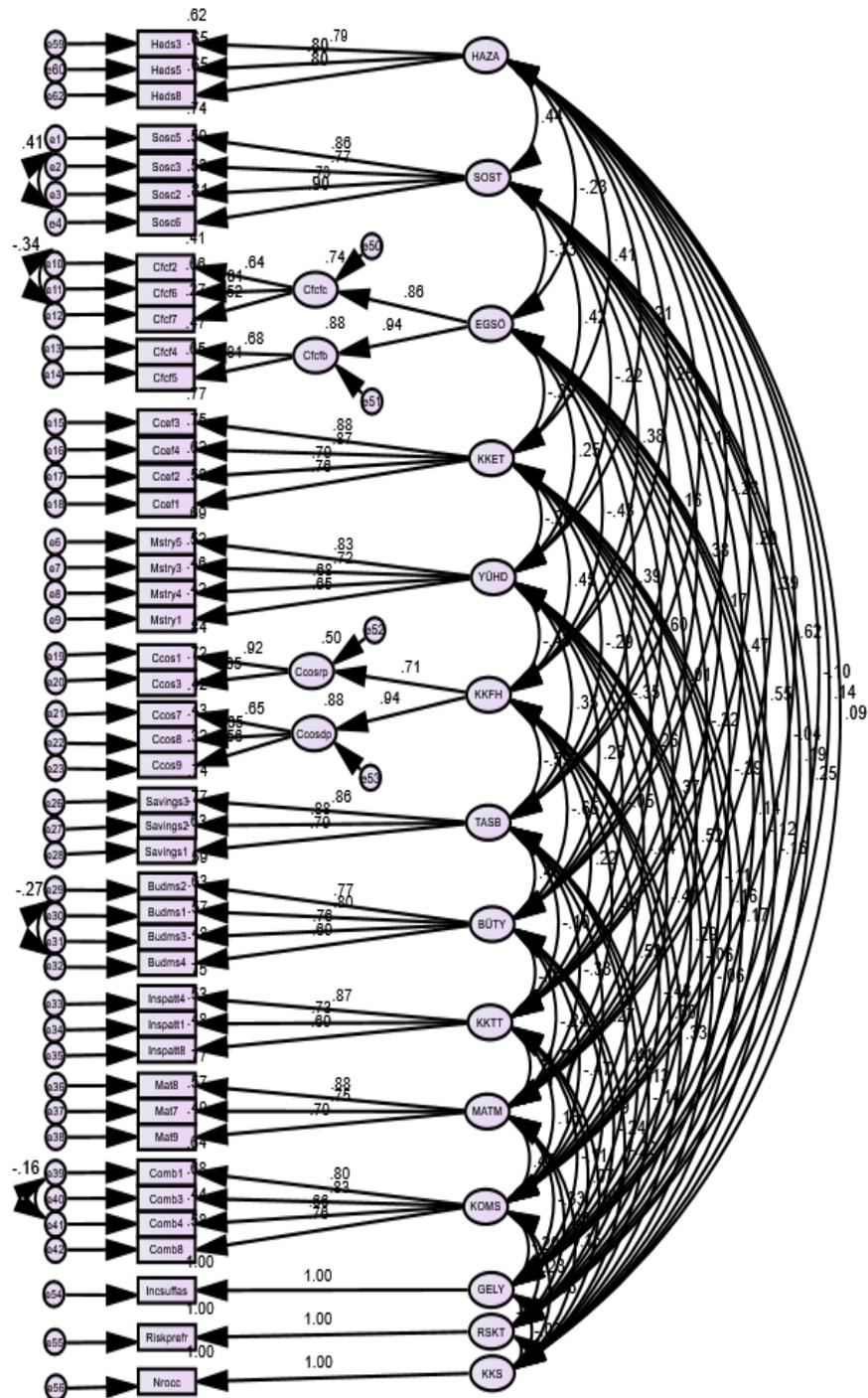
Eşik değerler için Hu & Bentler (1999) referans alınmıştır.

Ölçüm modeli geriye kalan 45 değişken ile tekrar tanımlanmıştır (Şekil 1). Ölçüm modelinin uyum istatistikleri Tablo: 13'de gösterilmiştir. Modelin ki-kare değeri 1720.86, serbestlik derecesi 849 ve p-değeri 0.00'dır. Örneklemin büyük ve model değişken sayısının fazla olması nedeniyle, istatistiksel olarak anlamlı p değeri beklenmektedir. Ki-kare/sd., 3'ün altında ve CFI:0.964'dür. RMSEA değeri 0.03'dür ve 0.06 eşik değerinin oldukça altındadır. Yine SRMR:0.034 değeri ile 0.08' eşik değerinin oldukça altındadır. Uyum istatistikleri sonuçlarına göre model veri ile oldukça iyi uyum göstermiştir. 1145 örneklem büyüklüğünde, 12 örtük değişken ve 45 gösterge değişken sayısına sahip bir model için modelin veri ile uyumu oldukça iyi düzeydedir.

Tablo 13: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik Değer	Yorum
CMIN	1720.860	--	--
DF	849	--	--
CMIN/DF	2.027	<3	İdeal uyum
CFI	0.964	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.034	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.030	<0.06	İdeal uyum
PClose*	1.000	>0.05	İdeal uyum

Şekil 4: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Yapısal Eşitlik Modellemesi Ölçüm Modeli II



3.4.5. Ölçüm Modelinin Yapı Geçerliği

Ölçüm modeli yapı geçerliğinin değerlendirilmesi için uyum geçerliği (yakınsak geçerlik), ayırt edici geçerlik, nomolojik geçerlik ve görünüş geçerliği incelenmiştir.

3.4.5.1. Uyum Geçerliği (Convergent Validity: Yakınsak Geçerlik)

Belirli bir yapının (örtük değişkenin) göstergeleri olan maddelerin birbiriyle uyumlu olması diğer bir deyişle ortak varyansın büyük bir bölümünü paylaşması uyum geçerliğini gösterir. Örtük değişkeni temsil eden maddelerin faktör yüklerinin ve elde edilen ortalama varyans (AVE: Average Variance Extracted) değerinin yüksek olması uyum geçerliğine kanıt sağlar. Uyum geçerliğini değerlendirmek üzere maddelerin faktör yükleri ve örtük değişkenlerin AVE değerleri incelenmiştir.

Madde faktör yüklerinin yüksek olması maddelerin ortak bir yapıda bir araya geldiğini gösterir. Uyum geçerliğinin sağlanabilmesi için tüm standardize edilmiş faktör yüklerinin istatistiksel olarak anlamlı olması ve 0.5'in üzerinde, ideal olarak 0.7 ya da daha yüksek olması gerekmektedir. Bu kuralın arkasındaki mantık; standardize edilmiş faktör yükünün karesinin, bir maddenin varyansının ne kadarının ilgili faktör tarafından açıkladığını göstermesidir. Örneğin 0.71'lik bir yükün karesi yaklaşık 0.5'e karşılık gelmektedir. Bu, faktörün bir maddedeki varyansın yarısını açıkladığı anlamına gelir. Varyansın diğer yarısı ise hata varyansıdır. Faktör yükleri 0.7'nin altında da yine anlamlı kabul edilir, ancak bu durumda ölçümdeki varyansın çoğu açıklanan varyansdan çok hata varyansı olacaktır (Hair vd., 2010, s. 618).

Değişkenlerin standartlaştırılmış faktör yükleri Tablo 14'de gösterilmiştir. Tüm gösterge değişkenlerin standartlaştırılmış faktör yükü tahminleri istatistiksel olarak anlamlı ve eşik değerin (0.5) üzerindedir (Hair vd. 2010). 45 gösterge değişkenden 33'ünün faktör yükleri 0.7'nin üzerinde, 10 değişkenin faktör yükleri 0.7 ile 0.6 arasında ve 2 değişkenin faktör yükleri 0.6 ile 0.518 aralığındadır.

Tablo 14: Ölçüm Modeli II Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri) I

Örtük Değişkenler		Gösterge/Ölçülen değişkenler	Tahmin	p-değeri*
KKFH: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı	→	Ccosrp: Kredi kartı geri ödeme sorunları	0.708	0.001
	→	Ccosdp: Kredi kartı borçlanma sorunları	0.940	0.001
Ccosrp: Kredi kartı geri ödeme sorunları	→	Ccos1: Son bir yılda kaç ay bütün kredi kartı borçlarınızı tam olarak ödediniz? (T:Ters kodlama yapılmıştır)	0.917	0.001
	→	Ccos3: Son bir yılda kaç ay herhangi bir kredi kartınız için yalnızca asgari ödeme miktarında ödeme yaptınız?	0.851	0.001
Ccosdp: Kredi kartı borçlanma sorunları	→	Ccos7: Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için yakınlarınızdan borç veya parasal destek aldınız mı?	0.646	0.001
	→	Ccos8: Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için banka kredisi kullandınız mı?	0.654	0.001
	→	Ccos9: Son 12 ayda kredi kartlarınızdan nakit para çektiniz mi? Çektiyerseniz kaç kez?	0.564	0.001
EGSÖ: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme	→	Cfcfc: Gelecekteki Sonuçları Önemseme-Bilişsel	0.861	0.001
	→	Cfcfb: Gelecekteki Sonuçları Önemseme-Davranışsal.	0.937	0.001

*p-değeri bootstrap yöntemi ile hesaplanmıştır. (Number of bootstrap samples:2000, Bias corrected confidence level 0.95)

Tablo 14: Ölçüm Modeli II Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri) II

Örtük Değişkenler		Gösterge/Ölçülen Değişkenler	Tahmin	p-değeri*
Cfcfc: Eylemlerin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene -Bilişsel	→	Cfcf5: Bir karar verdiğimde, bu kararımın beni gelecekte nasıl etkileyebileceğini düşünürüm.	0.809	0.002
	→	Cfcf4: Olumsuz sonuçlar yıllarca ortaya çıkmasa bile, onlar hakkındaki uyarıları, ciddiye almak gerektiğini düşünürüm.	0.684	0.002
	→	Cfcf2: Karşılığını ancak yıllar sonra alabileceğim şeyler için de çoğunlukla uğraş veririm.	0.642	0.001
Cfcfb: Eylemlerin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene-Davranışsal	→	Cfcf6: Genellikle davranışlarımın gelecekte yol açabileceği sonuçları düşünerek hareket ederim.	0.812	0.001
	→	Cfcf7: Bana göre, ileride önemli sonuçlar doğuracak bir davranışta bulunmak, hemen fakat daha az önemli sonuçlar doğuracak bir davranışta bulunmaktan daha önemlidir.	0.518	0.001
HAZA: Hazcı Alışveriş	→	Heds8: Alışverişe gitmekten gerçekten zevk duyuyorum.	0.804	0.002
	→	Heds5: Alışverişi, aldığım şeylerin dışında, alışverişin kendisi için seviyorum.	0.804	0.001
	→	Heds3: Yapabileceğim diğer şeylerle karşılaştırıldığında alışverişte zaman geçirmeyi daha eğlenceli buluyorum.	0.786	0.001

*p-değeri bootstrap yöntemi ile hesaplanmıştır. (Number of bootstrap samples:2000, Bias corrected confidence level 0.95)

Tablo 14: Ölçüm Modeli II Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri) III

Örtük Değişkenler		Gösterge/Ölçülen Değişkenler	Tahmin	p-değeri*
SOST: Sosyal Statü Tüketimi	→	Sosc6: Bana saygı/hayranlık kazandıran markalı/pahalı veya prestijli şeyler satın alırım.	0.902	0.001
	→	Sosc5: Üst kesime ait olduğumu hissettiren ürünlere daha çok değer veririm.	0.863	0.002
	→	Sosc3: Statüye sahip bir ürün için daha fazla para ödeyebilirim.	0.770	0.001
	→	Sosc2: Statüye sahip yeni ürünlerle ilgilenirim (yeni moda giysiler veya yeni cep telefonu modelleri gibi).	0.730	0.001
KKET: Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi	→	Ccef3: Kredi kartı kullandığım alışverişlerde daha fazla harcıyorum.	0.879	0.001
	→	Ccef4: Ödemeyi kredi kartı ile yaparsam, bir şeyleri satın almaya daha çabuk karar veriyorum.	0.865	0.001
	→	Ccef2: Kredi kartı kullanırken bir ürünün fiyatını daha az dikkate alıyorum.	0.788	0.001
	→	Ccef1: Ödemeyi kredi kartı ile yaparsam, bir şeyleri satın alma olasılığım artıyor.	0.760	0.001

*p-değeri bootstrap yöntemi ile hesaplanmıştır. (Number of bootstrap samples:2000, Bias corrected confidence level 0.95)

Tablo 14: Ölçüm Modeli II Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri) IV

Örtük Değişkenler		Gösterge/Ölçülen Değişkenler	Tahmin	p-değeri*
YÜHD: Yaşam Üzerinde Hakimiyet Duygusu	→	Mstry5: Hayattaki problemler ile başa çıkabilmek konusunda, kendimi sık sık çaresiz hissediyorum. (T*)	0.832	0.001
	→	Mstry3: Bazen hayatın içinde savrulduğumu hissediyorum. (T)	0.723	0.001
	→	Mstry4: Hayatımdaki önemli şeylerin birçoğunu değiştirmek için yapabileceğim fazla bir şey yok. (T)	0.676	0.001
	→	Mstry1: Bazı sorunlarımı çözebilmemin gerçekten bir yolu yok. (T)	0.649	0.001
TASB: Tasarruf Becerisi	→	Savings3: Araba, ev, eğitim gibi uzun vadeli amaçlarım için tasarruf yaparım.	0.860	0.002
	→	Savings2: Acil veya beklenmedik durumlar için (hastalık, işsizlik, ekonomik kriz gibi) birkaç aylık giderlerimi karşılayacak tasarrufum vardır.	0.878	0.002
	→	Savings1: Az veya çok, gelirimden bir kısmını düzenli olarak tasarruf ederim.	0.794	0.001
BÜTY: Bütçe Yönetimi Becerisi	→	Budms2: Harcamalarımda önceliği zorunlu ihtiyaçlarıma veririm.	0.769	0.001
	→	Budms1: Giderlerimi gelirlerime göre planlayarak bütçe yaparım.	0.796	0.001
	→	Budms3: Fatura, borç, vergi, aidat, vb. ödemelerimi ceza veya faiz ödememek için zamanında yaparım.	0.755	0.001
	→	Budms4: Cebimde/cüzdanımda ve hesaplarımda ne kadar param olduğunu bilirim.	0.692	0.001

*p-değeri bootstrap yöntemi ile hesaplanmıştır. (Number of bootstrap samples:2000, Bias corrected confidence level 0.95)

*T: Ters kodlama yapılmıştır.

Tablo 14: Ölçüm Modeli II Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri) V

Örtük Değişkenler		Gösterge/Ölçülen Değişkenler	Tahmin	p-değeri*
KKTT: Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu	→	Inspatt4: Kredi kartına taksit uygulamasını seviyorum.	0.867	0.001
	→	Inspatt1: Kredi kartı ile yaptığım alışverişlerde taksit imkânı varsa yararlanırım.	0.729	0.001
	→	Inspatt8: Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmayı, ödemeleri vadeye yaydığı için, mantıklı buluyorum.	0.690	0.002
MATM: Materyalizm-Mutluluk Boyutu	→	Mat8: Daha fazla şey almaya gücüm yetseydi daha mutlu olurum.	0.879	0.001
	→	Mat7: Şu anda sahip olmadığım belirli şeylere sahip olursam hayatım daha iyi olacak.	0.755	0.001
	→	Mat9: Bazen istediğim her şeyi satın alamamak epey canımı sıkıyor.	0.697	0.002
KOMS: Kompulsif Satın Alma Davranışı	→	Comb3: Harcama alışkanlıklarım konusunda ne kadar endişelensem de yine alışverişe gidip para harcıyorum.	0.851	0.001
	→	Comb1: Bazen çılgınca alışveriş yaparım.	0.797	0.001
	→	Comb4: Düşüncesizce alışveriş yaptığım için sık, sık kendimi suçlu veya utanmış hissederim.	0.662	0.001
	→	Comb8: Bazen alışverişe gidip bir şeyler satın almak için karşı koyamayacağım kadar güçlü bir istek duyuyorum.	0.764	0.002
KKS: Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı	→	Nrofcc	1.000	...
RSKT: Risk Tercihi	→	Riskpref	1.000	...
GELY: Gelir Yeterliliği Değerlendirmesi	→	Incsuffass	1.000	...

*p-değeri bootstrap yöntemi ile hesaplanmıştır. (Number of bootstrap samples:2000, Bias corrected confidence level 0.95)

Elde edilen ortalama varyans (AVE), örtük yapının madde yüklerinden elde edilen varyansların ortalaması olarak hesaplanır ve maddelerin bir araya gelmesinin özet göstergesidir. AVE aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır (Li: gösterge değişkenlerin faktör yükleri)

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n L_i^2}{n}$$

Bir örtük değişkeni temsil eden maddelerin standardize edilmiş faktör yüklerinin karelerinin ortalaması olarak hesaplanan AVE'nin 0.5'den yüksek olması, maddelerin varyanslarının ortalamasının yarısından fazlasının örtük yapı tarafından açıklandığını gösterir. AVE'nin 0.5'den küçük olması ise maddelerde, ortalama örtük yapı tarafından açıklanan varyansdan daha fazla hata kaldığını gösterir. (Hair vd. 2010, s.619)

Elde edilen ortalama varyans (AVE), maksimum paylaşılan varyans (MSV:Masimum Shared Variance), bileşik güvenilirlik (CR: Composit Reliability) ve örtük değişkenler arasındaki korelasyon tahminleri ile bunların istatistiki anlamlılık düzeyleri Tablo 15'de gösterilmiştir. AVE tahminleri 0.810 (EGSÖ) ile 0.523 (YÜHD) arasında değerler almaktadır. Ölçüm modelindeki tüm örtük değişkenlere ilişkin AVE tahminleri (0.5) eşik değerin üzerindedir.

Gösterge değişkenlerin tahmin edilen faktör yükleri ve örtük değişkenlerin tahmin edilen AVE değerleri birlikte değerlendirildiğinde elde edilen sonuçlar ölçüm modelinin uyum geçerliğini desteklemektedir. 0.7 değerinin altında faktör yükleri bulunmasına rağmen bunlar, modelin uyumunu ya da içsel tutarlılığını bozacak düzeyde değildir. Bu sonuçlar, uyum geçerliğine ilişkin yeterli kanıt sağlamaktadır.

Tablo 15: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Geçerlik Ölçümleri

	CR	AVE	MSV	Korelasyonlar												
				SOST	EGSÖ	KKET	YÜHD	KKFH	TASB	BÜTY	KKTT	MATM	KOMS	HAZA		
SOST	0.89	0.671	0.304	0.819												
EGSÖ	0.895	0.81	0.355	-0.330***	0.9	-0.290***	0.254***			0.386***	0.596***	0.008	-0.218***	-0.387***		
KKET	0.894	0.68	0.27	0.424***		0.825										
YÜHD	0.813	0.523	0.193	-0.224***		-0.281***	0.723									
KKFH	0.815	0.692	0.426	0.383***	-0.431***	0.453***	-0.428***	0.832	-0.588***	-0.652***	0.220***	0.464***	0.533***			
TASB	0.882	0.713	0.346	-0.157***		-0.295***	0.353***		0.845							
BÜTY	0.84	0.569	0.426	-0.382***		-0.348***	0.234***		0.464***	0.754						
KKTT	0.808	0.586	0.066	0.172***		0.256***	-0.051		-0.099**	-0.035	0.766					
MATM	0.823	0.609	0.219	0.468***		0.372***	-0.439***		-0.328***	-0.236***	0.173***	0.781				
KOMS	0.849	0.585	0.384	0.552***		0.519***	-0.408***		-0.270***	-0.474***	0.155***	0.417***	0.765			
HAZA	0.84	0.637	0.384	0.435***	-0.235***	0.406***	-0.208***	0.246***	-0.134***	-0.233***	0.200***	0.391***	0.620***	0.798		

CR: Bileşik güvenilirlik, AVE: Elde edilen ortalama varyans, MSV: Maksimum Paylaşılan Varyans
 Korelasyonların istatistiksel anlamlılık düzeyleri: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001
 Eşik değerler için Hu & Bentler (1999) referans alınmıştır.

3.4.5.2. Güvenilirlik (Reliability)

Güvenilirlik uyum geçerliğinin de bir göstergesi olup, bileşik güvenilirlik (CR: Composit Reliability) yapısal eşitlik modellerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Bileşik güvenilirlik aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır (Li: gösterge değişkenlerin faktör yükleri, ei: ölçüm hatasını göstermektedir).

$$CR = \frac{\left(\sum_{i=1}^n L_i\right)^2}{\left(\sum_{i=1}^n L_i\right)^2 + \left(\sum_{i=1}^n e_i\right)}$$

Bileşik güvenilirliğinin 0.7 ve üzerinde olması güvenilirliğin iyi olduğunu gösterir. Yüksek bileşik güvenilirlik, bir örtük değişkeni temsil eden maddelerin tamamının aynı örtük yapıyı temsil ettiği anlamına gelen, içsel tutarlılığın bulunduğunu gösterir (Hair vd., 2010, s. 619).

Bileşik güvenilirlik tahminleri örtük değişkenlerin tamamı için 0.8'in üzerindedir. Tahmin edilen bu değerler, maddeler arası yakınsama ve içsel tutarlılığa kanıt sağlamaktadır.

3.4.5.3. Ayırt Edici Geçerlilik (Discriminant Validity)

Ayırt edici geçerlik bir faktörün/yapının diğerlerinden hangi ölçüde farklı olduğunu gösterir. Yüksek ayırt edici geçerlik bir yapının diğerlerine benzemediğini- özgünlüğüne kanıt sağlar. Doğrulayıcı faktör analizinde ayırt edici geçerlik, iki örtük değişken için elde edilen ortalama varyans değerleri ile bu iki yapı arasındaki korelasyonun karesi karşılaştırılarak test edilir. Bu testin dayandığı mantık şudur; bir örtük değişken kendi madde ölçümlerinin varyansını, diğer örtük değişkenlerle paylaştığı varyanslardan daha fazla açıklayabilmelidir. Ayırt edici geçerlik, örtük değişkenlerin farklılığına kanıt sağlarken, ölçülen bireysel maddelerin yalnızca bir örtük değişkeni temsil ettiğini de gösterir. Farklı faktörlerin maddeleri arasında yüksek çapraz yüklerin varlığı doğrulayıcı faktör analizi uyumunu bozar. (Hair vd., 2010, 620).

Tablo 15'de gösterildiği üzere her örtük değişken için elde edilen ortalama varyans (AVE), maksimum paylaşılan varyanstan (MSV) büyüktür. Diğer bir deyişle, her örtük değişken için elde edilen ortalama varyans değeri, diğer örtük değişkenler ile arasındaki her bir korelasyon değerinin karesinden büyüktür. Örneğin; en yüksek korelasyona sahip Bütçe Yönetimi Becerisi (BÜTY) örtük değişkeni ile Kredi Kartı ile Fazla Harcama (KKFH) örtük değişkeni arasındaki korelasyon 0.652'dir. Bu değer karesi (MSV:0.426) hem Bütçe Yönetimi Becerisi örtük değişkenine ait (AVE:0.569), hem de Kredi Kartı ile Fazla Harcama örtük değişkenine ait (AVE:0.692) elde edilen ortalama varyans değerlerinin altındadır. Ayrıca, gösterge değişkenler arasında yüksek çapraz yüklemeler yoktur (bak. Bölüm 3.3. Keşfedici Faktör Analizi). Bu kanıtlar birlikte değerlendirildiğinde, ölçüm modelinde ayırt edici geçerliğin sağlandığı sonucuna varılmıştır.

3.4.5.4. Görünüş Geçerliliği (Face Validity)

Görünüş geçerliliği örtük yapıları temsil eden her bir maddenin anlam ve içeriğinin ölçtükları örtük yapı ile uyumlu olmasıdır. Örtük yapılara ilişkin kavramsal tanımlar, ilgili maddelerin ifade ettiği anlamlar ile uyumludur. Ölçekler oluşturulurken örtük değişkenleri temsil etmek için seçilen maddelerin adapte edilmesi/modifiye edilmesi sürecinde bankacılar ile psikoloji alanında çalışan akademisyenlerin görüşleri alınmış, maddelerin ve ifade biçimlerinin son değerlendirmeleri tez danışmanları ile birlikte yapılmıştır.

3.4.5.5. Nomolojik Geçerlilik

Nomolojik geçerlilik teorik (örtük) yapıların birbirleriyle ilişkili, teorik yapıların ilgili gösterge değişkenlerle ilişkili ve örtük yapıları temsil eden gösterge değişkenlerin kendi aralarında yeterli düzeyde ilişkili olmasıdır.

Gösterge değişkenlerin tahmin edilen faktör yükleri, elde edilen ortalama varyans değerleri ve yapı güvenilirlikleri, teorik yapıların ilgili gösterge değişkenlerle ilişkili ve aynı yapıyı temsil eden gösterge değişkenlerin kendi aralarında yeterli düzeyde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Örtük değişkenler ile sonuç değişkeni arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, Tablo 15'de görüldüğü üzere, tüm örtük değişkenlerin sonuç değişkeni (KKFH: kredi kartı ile fazla harcama davranışı) ile tahmin edilen korelasyonları beklenen yönde ve istatistiki olarak anlamlıdır. Materyalizm (MATM), kompulsif satın alma (KOMB), sosyal statü tüketimi (SOST), hazcı alışveriş (HAZA), harcamalarda kredi kartı etkisi (KKET) ve kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu (KKT) değişkenleri, kredi kartı ile fazla harcama değişkeni (KKFH) ile pozitif korelasyona sahiptir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçları önemseme (EGSÖ), bireyin yaşamı olayları üzerinde hâkimiyet duygusu (YÜHD), bütçe yönetimi becerisi (BÜTY) ve tasarruf becerisi (TASB) değişkenleri kredi kartı ile fazla harcama davranışı (KKFH) ile negatif korelasyona sahiptir. Sonuç değişkeni ile en yüksek korelasyona sahip olan değişken -0.652 ile bütçe yönetimi becerisidir (BÜTY). Bunu -0.588 ile tasarruf becerisi (TASB) ve 0.533 ile kompulsif satın alma (KOMS) değişkenleri izlemektedir. Sonuç değişkeni ile en düşük korelasyona sahip olan değişken 0.220 ile kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu (KKT) değişkenidir.

Diğer örtük değişkenler arasında tahmin edilen korelasyonlar da beklenen yönde ve istatistiki olarak anlamlıdır. Diğer değişkenler arasında en yüksek korelasyon 0.620 ile kompulsif satın alma (KOMS) ve hazcı alışveriş (HAZA) değişkenleri arasındadır. Bunu 0.596 ile bütçe yönetimi becerisi (BÜTY) değişkeni ile eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme (EGSÖ) değişkenleri arasındaki korelasyon izlemektedir. Yalnızca kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu (KKT) örtük değişkeni ile, yaşam üzerinde hakimiyet duygusu (YÜHD), bütçe yönetimi becerisi (Budmans) ve eylemlerin gelecekteki sonuçlarını

önemseme (EGSÖ) örtük değişkenleri arasındaki korelasyonlar istatistiki olarak anlamlı değildir.

Yukarıda açıklanan nomolojik geçerlik kriterlerine uyum değerlendirmelerine dayanılarak nomolojik geçerliğin sağlandığı sonucuna varılmıştır.

3.4.6. Ortak Yöntem Yanılgısı (Common Method Bias)

Ölçüm modelinde ortak yöntem yanılgısı etkisi (sosyal beğenirlik, veri toplama yöntemi etkisi vb.) bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Bunun için ortak örtük faktör (CLF-Common Latent Factor) yöntemi kullanılmıştır.

Modeldeki tüm gösterge değişkenler arasındaki ortak varyansı belirleyebilmek için ölçüm modeline bir ortak örtük faktör (CLF) eklenmiş ve ortak örtük faktörden tüm gösterge değişkenlere doğru ilişki tanımlanmıştır. Ortak örtük faktör eklenmiş model Ek 10'da gösterilmiştir. Ortak örtük faktör eklenmiş model uyum indeksleri ile model geçerlik, güvenilirlik ölçümleri Ek 11'de gösterilmiştir. Model uyumuna ilişkin ki-kare/df=1.750, CFI=0.975, SRMR=0.029, RMSEA=0.026 oldukça iyi düzeydedir. Ortak örtük faktör eklenmiş modelde tüm örtük değişkenler için bileşik geçerlik (CR) değerleri 0.8'in üzerinde (eşik değer 0.7) ve elde edilen ortalama varyans (AVE) değerleri 0.5'in (eşik değer 0.5) üzerindedir. Bu modelde tahmin edilen standartlaştırılmış regresyon ağırlıkları ile orijinal modelden elde edilen standartlaştırılmış regresyon ağırlıkları karşılaştırılmıştır (Gaskin, 2021).

Orijinal ölçüm modeli (Ölçüm Modeli II) ve ortak örtük faktörün dâhil edildiği modeldeki gösterge değişkenlerin standartlaştırılmış regresyon ağırlıkları (faktör yükleri) ve aralarındaki farklar Ek 12'de gösterilmiştir. İki modelin faktör yükleri arasında 0.200'ü aşan büyük farklar bulunmamaktadır. En yüksek farklar 0.109, 0.102 ve 0.088 ile sosyal statü tüketimi örtük değişkenini temsil eden Sosc5, Sosc6 ve Sosc3 değişkenlerinde ve 0.200'ün altındadır. Diğer değişkenlerin tamamında farklar 0.075'in altındadır. Faktör yükleri arasındaki farkların yüksek olmaması nedeniyle, ortak yöntem yanılgısının yapısal eşitlik modellemesinde tanımlanacak ilişkiler üzerinde etkisinin sınırlı kalacağı düşünülmekle birlikte, ölçeklerin sosyal beğenirlik etkisine açık olduğu düşüncesiyle hipotez testlerinin

yapılacağı yapısal eşitlik modeli yol analizinde örtük değişkenlerin, ortak örtük faktör içeren ölçüm modelinde hesaplanan, faktör skorları kullanılmıştır.

3.5. YAPISAL MODEL

Doğrulayıcı faktör analizi ile ölçüm modelinin bütünsel uyumu içinde bireysel ölçeklerin geçerliği ve güvenilirliğine ilişkin kanıt sağlanarak ölçüm teorisi test edilmiştir. Ölçüm modeli korelasyonları göstermekle birlikte yapılar arasındaki ilişkiler hakkında daha fazla bilgi sağlamamaktadır. Yapısal model, parametre tahminleri ile yapılar arasındaki ilişkinin yönünü ve büyüklüğünü gösterir (Hair vd. 2010, s. 641-642).

Bu bölümde yapılar arasında, teorize edilen (kurulan hipotezlerle var olduğu ileri sürülen) nedensel ilişkileri test etmek için yapısal model tanımlanmış ve test edilmiştir.

Yapısal model analizine başlanmadan önce Cook mesafesi analizi ile çok değişkenli uç değerler araştırılmış ve değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı testi yapılmıştır.

3.5.1. Uç Değerler, Cook Mesafesi Analizi (Outliers and Influentials, Cook's Distance Analysis)

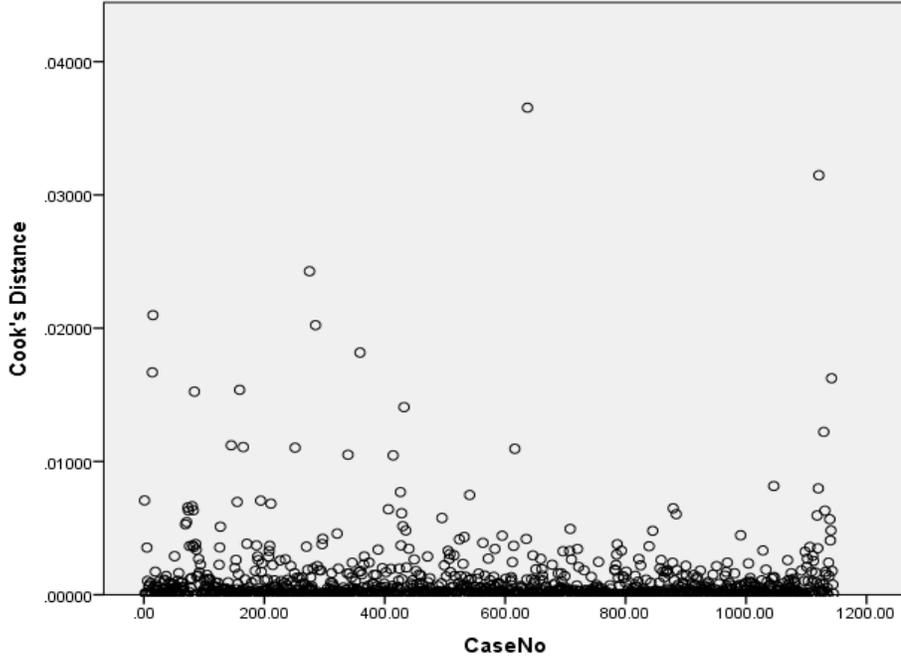
Çok değişkenli uç değerleri ve bunların sonuç değişkeni üzerindeki etkisini belirlemek üzere Cook mesafesi analizi yapılmıştır (Bu analiz, örtük değişkenlerin gösterge değişkenlerle hesaplanan faktör skorları ile gerçekleştirilmiştir).

Cook mesafesi regresyon analizinde sonuç üzerinde etkili, modeli olumsuz etkileyebilecek uç veri noktalarını belirlemek için kullanılmaktadır. Cook mesafesi, analiz sürecinden silindiğinde diğer tüm kalıntılardaki toplam değişikliklere dayalı olarak tek bir gözlemin (katılımcının) sonuç üzerindeki etkisinin özet ölçüsüdür. Yüksek değerler (genellikle 1'den büyük) tahmin edilen regresyon katsayıları üzerinde, o katılımcılardan sağlanan verinin önemli etkisi olduğunu gösterir (Boussiala, 2020).

Cook mesafesi diğer katılımcılardan belirgin şekilde farklı olan 2 katılımcı tespit edilmiştir. İki katılımcının ölçeklere verdikleri yanıtlar gözden geçirilmiştir. Bu katılımcılara ilişkin Cook

mesafesi 0.03 ile 0.04 arasında bulunmakta olup 1'in oldukça altındadır. Bu nedenle, bu katılımcılardan elde edilen yanıtlar da veri dosyasında tutulmuştur

Grafik 22: Cook Mesafesi Analizi



3.5.2. Çoklu Doğrusal Bağlantı (Multicollinearity)

Değişkenler arasında çoklu doğrusallık bulunup bulunmadığı test edilmiş, test sonuçları Tablo16'da gösterilmiştir (Test, örtük değişkenlerin faktör skorları ile yapılmıştır). Literatürde, çoklu doğrusallık için VIF (Variance Inflation Factor-Varyans Şişirme Faktörü) eşik değeri konusunda fikir birliği bulunmamakla birlikte yaygın olarak önerilen değerler 10, 5 ve 3.3'tür; eşik değere eşit veya daha büyük bir VIF, değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) bulunduğunu gösterir (Kock ve Lynn, 2012).

Tablo 16: Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.145	0.088		12.973	0.000		
HAZA	-0.124	0.013	-0.163	-9.583	0.000	0.479	2.088
KKS	0.113	0.008	0.175	13.516	0.000	0.822	1.216
RSKT	0.028	0.004	0.101	8.086	0.000	0.880	1.136
GELY	-0.216	0.012	-0.256	-18.314	0.000	0.709	1.411
EGSÖ	-0.001	0.020	-0.001	-0.065	0.948	0.523	1.912
KOMS	0.123	0.014	0.180	8.544	0.000	0.313	3.197
MATM	0.071	0.009	0.137	7.833	0.000	0.454	2.200
KKTT	0.073	0.008	0.114	8.885	0.000	0.842	1.187
BÜTY	-0.476	0.019	-0.432	-25.027	0.000	0.465	2.151
YÜHD	-0.075	0.010	-0.111	-7.320	0.000	0.604	1.656
KKET	0.067	0.008	0.128	8.254	0.000	0.574	1.742
SOST	-0.019	0.014	-0.023	-1.295	0.196	0.455	2.197
YAŞ	0.000	0.001	-0.003	-0.218	0.828	0.784	1.276
EĞİTİM	-0.013	0.003	-0.066	-4.751	0.000	0.718	1.393
GELİR	-0.030	0.009	-0.055	-3.558	0.000	0.580	1.723

a. Dependent Variable: KKFH

Tablo 16'da görüldüğü üzere tüm değişkenler için VIF değeri 3.3'ün altındadır. En yüksek VIF değeri 3.197, ile kompulsif satın alma (KOMS) değişkenine aittir. Diğer değişkenlerin VIF değerleri 3'ün altındadır. Elde edilen VIF değerleri çoklu doğrusal bağlantının varlığına işaret etmemektedir. Ancak, KOMS değişkeninin en yüksek korelasyona ($r=0.620$, bak. Tablo 15) sahip olduğu hazcı alışveriş (HAZA) değişkeni sonuç değişkeni kredi kartı ile fazla harcama davranışı (KKFH) ile pozitif korelasyona sahip iken ($r=0.246$, bak. Tablo 15) regresyon katsayısı tahmini beklentinin aksine negatiftir ($\beta=-0.163$).

Yapısal modelde kompulsif satın alma değişkeninin KKFH değişkeni üzerindeki açıklayıcı etkisi daha yüksek tahmin edildiğinden ve hazcı alışveriş değişkeninin, materyalizm ve sosyal statü tüketimi değişkenleri ile de çoklu bağlantı sorunu olduğu değerlendirilerek HAZA değişkeni model dışında bırakılmış, yol analizine diğer değişkenler ile devam edilmiştir.

3.5.3. Yapısal Model Yol Analizi

Literatür bölümünde gerekçeleri açıklanan hipotezlerimiz Şekil 32’de verilen yapısal eşitlik modelinde görselleştirilmiştir. Modelde değişkenler arasında tek yönlü oklarla gösterilen nedensel ilişkiler teorik ve mantıksal gerekçelerle kurulan hipotezlere uygun olarak tanımlanmıştır.

Yapısal modelde, daha öncelikli ve temel oldukları teorik ve mantıksal olarak desteklenen, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme (EGSÖ), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu (YÜHD) ve risk tercihi (RSKT) yapıları, dışsal değişkenler olarak tanımlanmıştır. Dışsal değişkenlerin kendi aralarındaki ilişkiler için hipotez kurulmayıp, aralarındaki herhangi bir ilişkiyi tespit etmek için çift yönlü oklar ile korelasyonlar tanımlanmıştır.

İçsel değişkenler hem modelde neden sonuç ilişkisi tanımlanan diğer değişkenler tarafından belirlenen bağımlı değişkenler, hem de ilişkilendirildikleri diğer değişkenlerin tahmincidir. Modelde, materyalizm-mutluluk boyutu (MATM), bütçe yönetimi becerisi (BÜTY), kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu (KKTT), statü tüketimi (SOST), kompulsif satın alma eğilimi (KOMS), harcamalarda kredi kartı etkisi (KKET), gelir yeterliği değerlendirmesi (GELY), sahip olunan kredi kartı sayısı (KKS) değişkenleri içsel değişkenler olarak tanımlanmıştır.

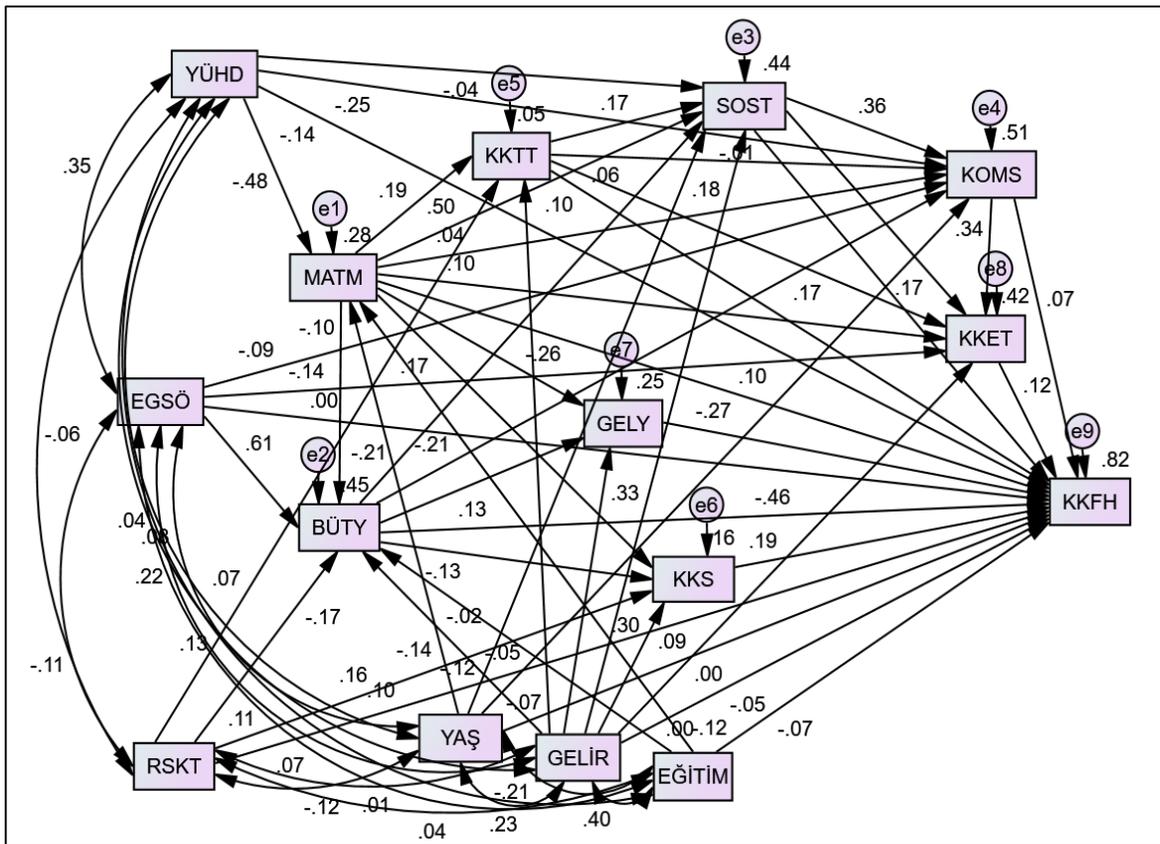
Dışsal değişkenlerden içsel değişkenlere doğru, içsel değişkenlerin kendi aralarında ve hem dışsal, hem de içsel değişkenlerden sonuç değişkeni kredi kartı ile fazla harcama davranışına doğru tek yönlü oklarla hipotezlerle ileri sürülen nedensel ilişkiler tanımlanmıştır. Yapısal model, hipotezlere ilişkin tüm parametrelerin aynı anda tahminine imkan vermektedir.

Modelde tanımlanan nedensel ilişkiler; kişisel gelir düzeyi, eğitim ve yaş değişkenleri ile kontrol edilmiştir. Kişisel gelir (GELİR), eğitim (EĞİTİM) Yaş (YAŞ) modelde kontrol değişkenleri olarak tanımlanmıştır. Kontrol değişkenlerinin dışsal değişkenlerle ve kendi aralarında çift yönlü oklar ile korelasyonlar tanımlanmıştır. Kontrol değişkenlerinden ilgili görülen içsel değişkenlere ve sonuç değişkenine tek yönlü oklar ile nedensel ilişki tanımlanmıştır. Parametre tahminlerinde kontrol değişkenlerinin model üzerindeki etkileri bu şekilde dikkate alınmıştır.

3.5.3.1. Yapısal Model I

AMOS programında tanımlanan yapısal model Şekil 2'de gösterilmiştir. Tahminler, değişkenlerin ortak örtük faktör içeren ölçüm modelinde hesaplanan faktör skorları ile yapılmıştır. Modelin veriyle uyumunu belirlemek için model uyum istatistikleri hesaplanmıştır.

Şekil 5: Yapısal Model I



Yapısal modelin (Model I) genel uyum istatistikleri Tablo 17'de verilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere modelin ki-kare (CMIN) değeri 146.285 ve serbestlik derecesi (DF) 39 olarak hesaplanmıştır (Bu sonuca ilişkin p-değeri 0.00'dır. Örneklemin büyük ve model değişken sayısının yüksek olması nedeniyle istatistiksel olarak anlamlı p değeri beklenir). Ki-kare/sd (CMIN/DF)= 3.751, 3-5 aralığında, kabul edilir uyum düzeyindedir. Diğer uyum indeksleri CFI=0.984>0,90, RMSEA=0.049<0.06 (PClose=0.558>0.05) ve SRMR=0.03

<0.08 eşik değerlerle kıyaslandığında ideal uyum düzeyindedir. 1145 örneklem büyüklüğü ve 15 değişken içeren karmaşık bir model için modelin genel uyumu gayet iyi düzeydedir.

Sonuç değişkeni ve içsel değişkenler için tahmin edilen R^2 değerleri Tablo 18'de gösterilmiştir. Sonuç değişkenimiz kredi kartı ile fazla harcama davranışı için modelde tahmin edilen $R^2=0.82$ 'dir. Kredi kartı ile fazla harcama davranışındaki varyansın %82'si hipotezlerimiz doğrultusunda tanımlanan ilişkilerle yapısal modelde yer alan değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Modelde ikinci en yüksek tahmin edilen R^2 değerine sahip değişken $R^2= 0.51$ ile kompülsif satın alma eğilimi değişkenidir. kompülsif satın alma eğilimindeki varyasyonun %51'i modelde bu değişkenin tahmincisi olarak tanımlanan değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Bunu $R^2=0.45$ ile bütçe yönetimi becerisi, $R^2=0.44$ ile statü tüketimi, $R^2=0.42$ ile kredi kartı etkisi, $R^2=0.28$ ile materyalizm-mutluluk boyutu, $R^2=0.25$ ile gelir yeterliği algısı, $R^2=0.16$ ile sahip olunan kredi kartı sayısı ve $R^2=0.05$ ile kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu izlemektedir. Her içsel değişkenin varyansı modelde kendi öncülleri olarak tanımlanan değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 17: Yapısal Model I Uyum İstatistikleri

Model Uyum İndeksleri	Tahmin	Eşik Değer	Yorum
CMIN	146.285	--	--
DF	39	--	--
CMIN/DF	3.751	<5	Kabul edilir uyum
CFI	0.984	>0.90	İdeal uyum
SRMR	0.03	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.049	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.558	>0.05	İdeal uyum

Gaskin, J. & Lim, J. (2016), "Model Fit Measures", AMOS Plugin. Gaskination's StatWiki.

Tablo 18: Yapısal Model I R² Tahminleri (Squared Multiple Correlations)

Değişkenler	R ² Tahminleri	p-değeri*
MATM	0.280	0.002
BÜTY	0.451	0.002
KKTT	0.049	0.003
SOST	0.442	0.003
KOMS	0.506	0.003
GELY	0.247	0.001
KKS	0.161	0.003
KKET	0.420	0.003
KKFH	0.823	0.004

*Number of bootstrap samples: 2000, Bias-corrected confidence intervals.

Modelde değişkenler arasında tanımlanan nedensel ilişkiler, doğrudan, dolaylı ve toplam etkiler için; etkilerin büyüklükleri, yönü ve istatistiksel anlamlılık düzeylerini gösteren parametre tahminleri yapılmıştır.

Hipotezlere uygun olarak tanımlanan değişkenler arası nedensel ilişkiler için tahmin edilen standartlaştırılmış doğrudan etkiler (parametre tahminleri/regresyon katsayıları) ve bu parametrelerin istatistiksel anlamlılık düzeyleri sırasıyla Tablo 19 ile Tablo 20'de gösterilmiştir (Tüm parametre tahminlerine ilişkin p-değerlerinin hesaplanmasında 2000 yeniden örnekleme ile bootstrap yöntemi kullanılmıştır).

Tablo 19: Yapısal Model I Standartlaştırılmış Doğrudan Etkiler (β)

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS
MATM	-0.484	-0.135	-0.117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BÜTY	0	0	0.002	-0.017	-0.168	0.609	-0.096	0	0	0	0	0	0	0
KKTT	0	0	0	-0.065	0.068	0	0.187	0	0	0	0	0	0	0
SOST	-0.037	-0.124	0	0.181	0	0	0.498	-0.208	0.171	0	0	0	0	0
KOMS	-0.247	-0.054	0	0	0	-0.088	0.043	-0.209	0.065	0.361	0	0	0	0
GELY	0	0	0	0.335	0	0	-0.259	0.129	0	0	0	0	0	0
KKET	0	0	0	0.087	0	-0.144	0.1	0	0.165	0.167	0.342	0	0	0
KKS	0	0	0	0.302	0.159	0	0.17	-0.131	0	0	0	0	0	0
KKFH	-0.138	-0.002	-0.07	-0.045	0.102	-0.002	0.101	-0.462	0.103	-0.014	0.072	-0.272	0.118	0.185

Tablo 20: Yapısal Model I Doğrudan Etkiler (β) p-değerleri

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS
MATM	0.001	0.002	0.001
BÜTY	0.966	0.397	0.001	0.001	0.001
KKTT	0.035	0.023	...	0.001
SOST	0.197	0.001	...	0.001	0.001	0.001	0.001
KOMS	0.001	0.017	0.004	0.158	0.001	0.013	0.001
GELY	0.001	0.001	0.001
KKET	0.001	...	0.001	0.007	...	0.001	0.001	0.001
KKS	0.001	0.001	...	0.001	0.001
KKFH	0.001	0.847	0.001	0.004	0.001	0.897	0.001	0.001	0.001	0.508	0.001	0.001	0.001	0.001

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun sosyal statü tüketimi üzerindeki doğrudan etkisi ($b = -0.037$, $p = 0.197$), eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemenin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ($b = -0.002$, $p = 0.897$), materyalizm-mutluluk boyutunun kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki doğrudan etkisi ($b = 0.043$, $p = 0.158$) ve sosyal statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ($b = -0.014$, $p = 0.508$), %95 ($p < 0.05$) güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Tanımlanan diğer doğrudan etkilerin tamamı istatistiksel olarak anlamlı ve beklenen yöndedir.

Kontrol değişkenlerinden içsel değişkenler ve sonuç değişkenine tanımlanan ilişkiler incelendiğinde; yaşın kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki ($b = -0.002$, $p = 0.847$), eğitimin bütçe yönetimi becerisi üzerindeki ($b = 0.002$, $p = 0.966$) ve gelirin bütçe yönetimi becerisi üzerindeki ($b = -0.017$, $p = 0.397$) doğrudan etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Yaş, eğitim ve gelirin diğer değişkenler üzerine tanımlanan etkileri beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

Değişkenler arasında en yüksek doğrudan etki, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeninin bütçe yönetimi becerisi değişkeni üzerindeki etkisidir ($b = -0.609$, $p = 0.001$). Bunu sırasıyla, materyalizmin sosyal statü tüketimi üzerindeki etkisi ($b = 0.498$, $p = 0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun materyalizmin mutluluk boyutu üzerindeki etkisi ($b = -0.484$, $p = 0.001$), bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisi ($b = -0.462$, $p = 0.001$), sosyal statü tüketiminin kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki etkisi ($b = 0.361$, $p = 0.001$), kompulsif satın alma eğiliminin kredi kartı etkisi

üzerindeki etkisi ($b=0.342$, $p=0.001$), gelirin, gelir yeterliği algısı üzerindeki etkisi ($b=0.335$, $p=0.001$), gelirin sahip olunan kredi kartı sayısı üzerindeki etkisi ($b=0.302$, $p=0.001$), gelir yeterliği algısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisi ($b=-0.272$, $p=0.001$), materyalizm-mutluluk boyutunun gelir yeterliği algısı üzerindeki etkisi ($b=-0.259$, $p=0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kompülsif satın alma eğilimi üzerindeki etkisi ($b=-0.247$, $p=0.001$), bütçe yönetimi becerisinin kompülsif satın alma eğilimi ($b=-0.209$, $p=0.001$), ve statü tüketimi ($b=-0.208$, $p=0.001$), üzerindeki etkileri izlemektedir. Diğer standartlaştırılmış doğrudan etkilerin büyüklüğü 0.20'nin altındadır.

Değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı etkilerin toplamını gösteren standartlaştırılmış toplam etkiler ile bunlara ilişkin p-değerleri Tablo 21 ve Tablo 22'de gösterilmiştir. Tablolardan görüleceği üzere eğitim (0.014 , $p=0.632$) ve gelirin (-0.017 , $p=0.397$) bütçe yönetimi becerisi üzerindeki etkileri dışındaki tüm toplam etkiler istatistiksel olarak anlamlıdır. Toplam etkilerin tamamı beklenen yöndedir.

Sonuç değişkeni üzerindeki toplam etkilerin incelenmesinden görüleceği üzere kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde en yüksek toplam etkiye sahip değişken $b=-0.555$ ($p=0.001$) ile bütçe yönetimi becerisidir. Bunu $b=-0.367$ ($p=0.001$) ile eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeni, $b=-0.323$ ile yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, $b=0.321$ ile materyalizm-mutluluk boyutu, $b=-0.272$ ile gelir yeterliği algısı, $b=0.234$ ($p=0.001$) ile risk tercihi, $b=0.185$ ($p=0.001$) ile sahip olunan kredi kartı sayısı, $b=0.137$ ($p=0.001$) ile kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu, $b=0.118$ ($p=0.001$) ile kredi kartı etkisi, $b=0.112$ ($p=0.001$) ile kompülsif satın alma eğilimi, $b=-0.109$ ($p=0.001$) ile eğitim, $b=-0.061$ ile gelir, $b=-0.058$ ($p=0.006$) ($p=0.002$) ile yaş, ve 0.0464 ($p=0.015$) ile sosyal statü tüketimi izlemektedir.

Tablo 21: Yapısal Model I Standartlaştırılmış Toplam Etkiler

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS
MATM	-0.484	-0.135	-0.117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BÜTY	0.046	0.013	0.014	-0.017	-0.168	0.609	-0.096	0	0	0	0	0	0	0
KKTT	-0.091	-0.025	-0.022	-0.065	0.068	0	0.187	0	0	0	0	0	0	0
SOST	-0.303	-0.199	-0.065	0.174	0.047	-0.127	0.55	-0.208	0.171	0	0	0	0	0
KOMS	-0.393	-0.136	-0.033	0.062	0.056	-0.26	0.274	-0.284	0.126	0.361	0	0	0	0
GELY	0.131	0.037	0.032	0.332	-0.022	0.078	-0.271	0.129	0	0	0	0	0	0
KKET	-0.248	-0.097	-0.037	0.126	0.038	-0.254	0.316	-0.132	0.237	0.291	0.342	0	0	0
KKS	-0.088	-0.025	-0.022	0.304	0.181	-0.08	0.182	-0.131	0	0	0	0	0	0
KKFH	-0.323	-0.058	-0.109	-0.061	0.234	-0.367	0.321	-0.555	0.137	0.046	0.112	-0.272	0.118	0.185

Tablo 22: Yapısal Model I Standartlaştırılmış Toplam Etkiler p-değeri

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS
MATM	0.001	0.002	0.001
BÜTY	0.001	0.001	0.632	0.397	0.001	0.001	0.001
KKTT	0.001	0.001	0.001	0.035	0.023	...	0.001
SOST	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
KOMS	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
GELY	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
KKET	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001
KKS	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
KKFH	0.001	0.002	0.001	0.006	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.015	0.001	0.001	0.001	0.001

Değişkenler arasındaki dolaylı etkilerin standartlaştırılmış parametre tahminleri ve tahminlerin p değerleri ise Tablo 23 ve Tablo 24'de verilmiştir. Dolaylı etkiler, değişkenler arasındaki (doğrudan nedensel ilişkiler dışındaki) aracı değişkenler vasıta ile gerçekleşen tüm dolaylı nedensel ilişkileri göstermektedir. Kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki en yüksek dolaylı etki -0.364 ($p=0.001$) ile eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeninden gelmektedir. Diğer dolaylı etkiler büyüklük sırasına göre -0.266 ($p=0.001$) ile yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun sosyal statü tüketimi üzerindeki dolaylı etkisi, aynı değişkenin -0.248 ($p=0.001$) ile kredi kartı etkisi üzerindeki dolaylı etkisi, materyalizm-mutluluk boyutunun 0.231 ($p=0.001$) ile kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki dolaylı etkisi, 0.22 ($p=0.001$) ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi, ve 0.216 ($p=0.001$) ile kredi kartı etkisi değişkeni üzerindeki dolaylı etkisi şeklinde sıralanmaktadır. Diğer dolaylı etkilerin büyüklükleri 0.20'nin altındadır.

Tablo 23: Yapısal Model I Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS
MATM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BÜTY	0.046	0.013	0.011	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KKTT	-0.091	-0.025	-0.022	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SOST	-0.266	-0.074	-0.065	-0.008	0.047	-0.127	0.052	0	0	0	0	0	0	0
KOMS	-0.146	-0.082	-0.033	0.062	0.056	-0.173	0.231	-0.075	0.062	0	0	0	0	0
GELY	0.131	0.037	0.032	-0.002	-0.022	0.078	-0.012	0	0	0	0	0	0	0
KKET	-0.248	-0.097	-0.037	0.039	0.038	-0.11	0.216	-0.132	0.072	0.123	0	0	0	0
KKS	-0.088	-0.025	-0.022	0.002	0.022	-0.08	0.012	0	0	0	0	0	0	0
KKFH	-0.185	-0.055	-0.039	-0.016	0.132	-0.364	0.22	-0.092	0.035	0.06	0.04	0	0	0

Tablo 24: Yapısal Model I Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler p-değeri

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MAT	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS
MATM
BÜTY	0.001	0.001	0.001
KKTT	0.001	0.001	0.001
SOST	0.001	0.001	0.001	0.346	0.001	0.001	0.001
KOMS	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
GELY	0.001	0.001	0.001	0.362	0.001	0.001	0.001
KKET	0.001	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
KKS	0.001	0.001	0.002	0.346	0.001	0.001	0.001
KKFH	0.001	0.001	0.015	0.367	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001

Hipotezlerimize uygun olarak tanımlanan modelin iyileştirilebilir olup olmadığını araştırmak üzere modifikasyon indeksleri ile kalıntı matrisi incelenmiştir. Model I'e ilişkin modifikasyon indeksleri ile standartlaştırılmış kalıntı matrisi Ek 13'de gösterilmiştir. Standartlaştırılmış kalıntıların ve/veya modifikasyon indekslerinin büyük olması, yapısal modelin iyileştirmesini sağlayabilecek değişiklikleri işaret eder. Ancak, modelde yapılacak değişikliklerin teorik gerekçelerinin mevcudiyeti gereklidir (Hair vd. 2010, s. 660).

Modifikasyon indeksleri risk tercihinden kompulsif satın alma eğilimine ve eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeninden statü tüketimine doğru pozitif nedensel ilişkiye işaret etmektedir. Kompulsif satın alma eğilimi sonuçları itibarıyla riskli bir davranışa, kredi kartı ile fazla harcamaya ve yüksek faizli borçlanmaya neden olabilir. Bu nedenle, risk tercihinin yüksek olması kompulsif satın alma eğilimini artırabilir. Modelde bu iki değişken arasında ilişki tanımlanarak değişikliğe gidilmiştir.

Modifikasyon indekslerinin işaret ettiği, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeni ile statü tüketimi değişkeni arasındaki pozitif ilişki için modelde değişik yapılmamıştır. Tüketicilerin, statü tüketiminin sonuçları ile ilgili sosyal açıdan olumlu beklentileri olabileceği gibi, finansal açıdan olumsuz beklentileri de söz konusu olabilir. Bu nedenle eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeni ile statü tüketimi arasındaki doğrudan ilişkinin varlığı ve yönü (+/-) hakkında görüş ileri sürülemez. İstatistiksel olarak tespit edilen bu ilişki, güçlü bir teorik gerekçeye de dayandırılmamıştır.

Yapısal modelde gözlemlenen (ölçülen) ve tahmin edilen kovaryans matrisleri arasındaki farklar kalıntı olarak adlandırılmaktadır. Standartlaştırılmış kalıntılar, tanımlanmış ilişkilerdeki sorunları belirlemek veya tanımlanmamış ilişkileri tespit etmek için teşhis yöntemi olarak kullanılmaktadır. Hair ve arkadaşlarına (2010) göre, |2.5|'den küçük kalıntılar bir soruna işaret etmez. |2.5| ile |4.0| arasındaki kalıntılar dikkat gerektirir fakat bu değişkenlerle ilgili başka bir sorun yoksa modelde değişiklik gerektirmeyebilir. |4.0|'ün üzerindeki kalıntılar ise potansiyel olarak kabul edilemez hataya işaret eder. Standartlaştırılmış kalıntı matrisinde |4|'ün üzerinde kalıntı bulunmamaktadır. Standartlaştırılmış kalıntı matrisi incelendiğinde |2.5|'in üzerinde üç kalıntı olduğu görülmektedir. Bunlar, risk tercihi ile kompulsif satın alma eğilimi arasındaki 3.553, risk tercihi ile sosyal statü tüketimi arasındaki 3.029 ve gelir yeterliği algısı ile sahip olunan kredi kartı sayısı arasındaki -2.689 büyüklüklerindeki standartlaştırılmış kalıntılardır.

Statü tüketimi geliri aşarak yüksek faizle borçlanmaya yol açacak düzeyde ise riskli bir davranıştır. Risk tercihinin yüksek olması, yüksek düzeyde statü tüketiminde bulunmanın yaratacağı riski almayı kolaylaştırabilir. Bu nedenle, risk tercihi ile statü tüketimi arasında neden sonuç ilişkisi tanımlanarak modelde değişiklik yapılmıştır. Değişikliklerle birlikte Model II tanımlanmış ve tahminleri yapılmıştır. Ancak hipotez testleri, hipotezlerimiz doğrultusunda tanımlanan Model I tahminleri ile yapılmıştır.

3.5.3.2. Hipotez Testleri

Hipotezlerimiz doğrultusunda tanımlanan Model l'den elde edilen tahminlerle hipotezlerimiz test edilmiştir. Tahminler kontrol değişkenlerinin model üzerindeki etkilerini hesaba katmaktadır. Aracılık etkileri Preacher ve Hayes'in (2008) yaklaşımı ile test edilmiştir. Hipotez testleri için gerekli doğrudan, dolaylı ve toplam etkilere ilişkin tahminler ile bu tahminlerin istatistik anlamlılık düzeyleri ve hipotez testi sonuçları Tablo 25'de gösterilmiştir.

Hipotez testi için kararlar doğrudan, dolaylı ve toplam etkilere ilişkin tahminlerin bootstrap yöntemi kullanılarak hesaplanan p-değerleri ile %95 güven aralığında ($p < 0.05$) verilmiştir (2000 bias-corrected bootstrapping resamples).

AMOS programında doğrudan etkiler iki değişken arasındaki parametre tahminlerinden elde edilmektedir. Dolaylı etkiler, aracılık etkilerini göstermektedir. Toplam etkiler ise doğrudan etkiler ile tüm dolaylı etkilerin toplamından oluşmaktadır. Dışsal ve içsel değişkenler ile sonuç değişkeni arasında (iki değişken arasında) kurulan hipotezlere ilişkin kararlar toplam etki (doğrudan etki+dolaylı etkiler) esas alınarak verilmiştir.

AMOS programı standartlaştırılmış doğrudan, dolaylı ve toplam etkiler ile bunların p-değerlerini hesaplamaktadır. AMOS programında dolaylı etki, çoklu aracılık durumunda (bir değişkenden bağımlı değişkene birden fazla patikada aracılık etkileri tanımlanmış ise) tahminlerin toplamı gösterilmektedir ($axb+cx dx e+..$). Ancak, her bir ayrı yol için birden fazla aracı değişken içeren-zincirleme aracılık etkilerine ilişkin tahminler gösterilmemektedir. Bu nedenle hipotez testleri için hesaplanması gereken farklı patikalara ait (silsilesindeki her iki değişken arasındaki parametre tahminlerinin birbiri ile çarpımı yoluyla hesaplanan ($axbxcx..$)) zincirleme aracılık etkileri ve bunların p-değerleri, AMOS programında ek tahmin hesaplama tanımları yapılarak elde edilmiştir (user defined estimand). Kullanıcı tanımlı tahminler Ek:15'de gösterilmiştir. Kullanıcı tanımlı tahminler standartlaştırılmamış tahminlerdir.

Tablo 25: Hipotez Testleri I

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H1a: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. EGSÖ -->KKFH	-0.534***	-0.002 (n.s.)		-0.364***	-0.367***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Etkinin tamamı dolaylıdır.
H1b: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, bütçe yönetimi becerisi üzerinde pozitif etkisi vardır. EGSÖ-->BÜTY	0.647***	0.609***			0.609***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H1c: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, bütçe yönetimi becerisi aracılık eder. EGSÖ-->BÜTY-->KKFH			-0.346***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H1d: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, kompulsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır. EGSÖ-->KOMS	-.395***	-0.088*		-0.173***	-0.26***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testleri II

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H1e: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder. EGSÖ-->KOMS-->KKFH			-0.008**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H1f: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, kredi kartı etkisi üzerinde negatif etkisi vardır. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme düzeyi arttıkça, tüketicilerin kredi kartı etkisine kapılma düzeyi azalır. EGSÖ-->KKET	-0.332**	-0.144***		-0.11***	-0.254***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H1g: Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi, aracılık eder. EGSÖ-->KKET-->KKFH			-0.021**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H2a: Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. YÜHD-->KKFH	-0.503***	-0.138***		-0.185***	-0.323***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H2b: Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, materyalizm üzerinde negatif etkisi vardır. YÜHD-->MATM	-0.505***	-0.484***			-0.484***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testleri III

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H2c: Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye materyalizm aracılık eder. YÜHD-->MATM-->KKFH			-0.032***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H2d: Yaşamı üzerinde hâkimiyet duygusunun, kompulsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır. YÜHD-->KOMS	-0.478***	-0.247***		-0.146***	-0.393***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H2e: Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye Kompulsif satın alma eğilimi, aracılık eder. YÜHD-->KOMS-->KKFH			-0.012***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H2f: Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, sosyal statü tü ketimi üzerinde negatif etkisi vardır. YÜHD-->SOST	-0.321***	-0.037 (n.s.)		-0.266***	-0.303***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Etkinin tamamı dolaylıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testleri IV

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta x \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan+ Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları (p<0.05)
H2g: Yaşam üzerinde kontrol duygusu ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, sosyal statü tüketimi aracılık eder. YÜHD-->SOST-->KKFH			0.000343 (n.s.)			Hipotez YÜHD-->SOST-->KKFH, YÜHDSOSTKKETKKFH, YÜHDMATMKKTTTSOSTKKFH, YÜHDMATMSOSTKKFH, YÜHDMATMBÜYSOSTKKFH, YÜHDSOSTKKETKKFH yolları için reddedilmiştir. Bu yollar için aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ancak, statü tüketiminin aracılık etkisi YÜHDMATMKKTTTSOSTKOSKKTETKKFH, YÜHDMATMKKTTTSOSTKOSKKFHYÜHDMATMKKTTTSOSTKKTETKKFH, YÜHDMATMSOSTKOSKKTETKKFH, YÜHDMATMSOSTKOSKKTETKKFH, YÜHDMATMBÜYSOSTKOSKKTETKKFH, YÜHDMATMBÜYSOSTKOSKKTETKKFH yolları için reddedilmemiştir. bu yollar için statü tüketimi değişkeninin aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. ¹
H3a: Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. RSKT-->KKFH	0.322***	0.102***		0.132***	0.234***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

¹ Bak. Ek: 15

Tablo 25: Hipotez Testleri V

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H3b: Risk tercihinin bütçe yönetimi becerisi üzerinde negatif etkisi vardır. RSKT--> BÜTY	-0.243**	-0.168***			-0.168***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H3c: Risk tercihi ile kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, bütçe yönetimi becerisi aracılık eder. RSKT--> BÜTY-->KKFH			0.021205**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H3d: Risk tercihinin, sahip olunan kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi vardır. RSKT-->KKS	0.209**	0.159***		0.022***	0.181***	Hipotez Desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H3e: Risk tercihi ile kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki pozitif ilişkiye, sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık eder. RSKT--> KKS-->KKFH			0.008079**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H3f: Risk tercihinin, kredi kartı taksit tutumu üzerinde pozitif etkisi vardır. RSKT-->KKTT	0.084**	-0.065*			0.068*	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H3g: Risk tercihi ile kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kredi kartı taksit tutumu aracılık eder. RSKT--> KKTT-->KKFH			0.001925*			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4a: Materyalizmin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM-->KKFH	0.535**	0.101***		0.22***	0.321***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testleri VI

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan+Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları (p<0.05)
H4b: Materyalizmin kompulsif satın alma eğilim üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM-->KOMS	0.476***	0.043 (n.s.)		0.231***	0.274***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Etkinin tamamı dolaylıdır.
H4c: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder. MATM-> KOMS-->KKFH			0.001572 (n.s.)			Hipotez MATM-> KOMS-->KKFH ve MATMKOMSKKETKKFH yolları için reddedilmiştir. Bu yollar için etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ancak, hipotez MATMKTTTSOSTKOMSKKETKKFH, MATMKTTTSOSTKOMSKKFH, MATMKTTKOMSKKFH, MATMKTTKOMSKKETKKFH, MATMSOSTKOMSKKETKKFH, MATMSOSTKOMSKKFH, MATMBÜYSOSTKOMSKKETKKFH, MATMBÜYSOSTKOMSKKFH, MATMBÜYKOMSKKETKKFH, MATMBÜYKOMSKKFH yolları için reddedilmemiştir, bu yollar için statü tüketimi değişkenin aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. ¹
H4d: Materyalizmin sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM-> SOST	0.582***	0.498***		0.052***	0.55***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

*p<0.05, **p<0.01, ***p≤0.001

¹ Bak. Ek: 15

Tablo 25: Hipotez Testleri VII

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H4e: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, sosyal statü tüketimi aracılık eder. MATM-> SOST->KKFH			-0.003589*			Hipotez MATM-> SOST->KKFH, MATMSOSTKOMSKKETKKFH, MATMSOSTKOMSKKFH, MATMSOSTKKETKKFH, MATMBÜTYSOSTKOMSKKETKKFH, MATMBÜTYSOSTKOMSKKFH, MATMBÜTYSOSTKKETKKFH, MATMKKTTTSOSTKOMSKKETKKFH, MATMKKTTTSOSTKOMSKKFH, MATMKKTTTSOSTKKETKKFH yolları için reddedilmemiştir, bu yollar için statü tüketimi değişkenin aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. MATMBÜTYSOSTKKFH ve MATMKKTTTSOSTKKFH yolları için reddedilmiştir. Bu yollar için etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. ¹
H4j: Materyalizmin, bütçe yönetimi becerisi üzerinde negatif etkisi vardır. MATM-> BÜTY	-0.264**	-0.096***			-0.096***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4k: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye bütçe yönetimi becerisi aracılık eder. MATM-> BÜTY->KKFH			0.022458**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

¹ Bak. Ek: 15

Tablo 25: Hipotez Testleri VIII

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H4l: Materyalizmin, gelir yeterliliği algısı/ değerlendirmesi üzerinde negatif etkisi vardır. MATM->GELY	-0.365***	-0.259***		-0.012***	-0.271***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4m: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye gelir yeterliliği algısı/değerlendirmesi aracılık eder. MATM-> GELY-->KKFH			0.035814***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4n: Materyalizm düzeyi arttıkça, tüketici üzerindeki kredi kartı etkisi artar. MATM-> KKET	0.414***	0.1**		0.216***	0.316**	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4o: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye harcamalarda kredi kartı etkisi aracılık eder. MATM-> KKET-->KKFH			0.005989**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4p: Materyalizmin, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM-> KKTT	0.207***	0.187***			0.187***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4r: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye kredi kartıyla taksitli ödeme tutumu aracılık eder. MATM-> KKTT-->KKFH			0.009775***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H4s: Materyalizmin, sahip olunan kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM-->KKS	0.151***	0.17***		0.012***	0.182***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testleri IX

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları (p<0.05)
H4t: Materyaliz ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık eder. MATM-->KKS>KKFH			0.015974 ***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5a: Bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. BÜTY-->KKFH	-0.719***	-0.462***		-0.092 ***	-0.555***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5b: Bütçe yönetimi becerisinin kompulsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır. BÜTY-->KOMS	-0.486***	-0.209***		-0.075 ***	-0.284***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5c: Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder. BÜTY-->KOMS-->KKFH			-0.016173 ***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5d: Bütçe yönetimi becerisinin sosyal statü, gösteriş, imaj tüketimi üzerinde negatif etkisi vardır. BÜTY-->SOST	-0.362***	-0.208***			-0.208***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

*p<0.05, **p<0.01, ***p≤0.001

Tablo 25: Hipotez Testleri X

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H5e: Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye sosyal statü tüketimi aracılık eder. BÜTY--> SOST-->KKFH			0.003194 (n.s)			Hipotez BÜTY--> SOST-->KKFH yolu için reddedilmiştir. Bu yol için etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ancak, hipotez BÜTYSOSTKOMSKKETKKFH, BÜTYSOSTKOMSKKFH, BÜTYSOSTKKETKKFH, yolları için reddedilmemiştir, bu üç yol için statü tüketimi değişkeninin aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. ¹
H5j: Bütçe yönetimi becerisinin, tüketicinin gelir yeterliliği değerlendirmesi üzerinde pozitif etkisi vardır. BÜTY-->GELY	0.219***	0.129***			0.129***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5k: Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye gelir yeterliliği değerlendirmesi aracılık eder. BÜTY-->GELY-->KKFH			-0.037891***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5l: Bütçe yönetimi becerisinin, tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı üzerinde negatif etkisi vardır. BÜTY-->KKS	-0.194***	-0.131***			-0.131***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H5m: Bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık eder. BÜTY-->KKS-->KKFH			-0.026175***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, ¹ Bak. Ek: 15

Tablo 25: Hipotez Testleri XI

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H6a: Kompulsif satın alma eğiliminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. KOMS-->KKFH	0.601***	0.072***		0.04***	0.112***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H6b: Kompulsif satın alma eğiliminin kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi vardır. KOMS-->KKET	0.568***	0.342***			0.342***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H6c: Kompulsif satın alma eğilimi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi aracılık eder. KOMS-->KKET-->KKFH			0.027132**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H7: Kredi kartı etkisinin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. KKET-->KKFH	0.509***	0.118***			0.118***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H8a: Sosyal statü tüketiminin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. SOST-->KKFH	0.461***	-0.014 (n.s.)		0.06***	0.046*	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H8b: Sosyal statü tüketiminin, kompulsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Statü tüketimi arttıkça kompulsif satın alma eğilimi artar. SOST--> KOMS	0.585***	0.361***			0.361***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testler XII

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta \times \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları ($p < 0.05$)
H8c: Sosyal statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder. SOST--> KOMS-->KKFH			0.020831* **			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H8d: Sosyal statü tüketiminin, kredi kartı etkisini üzerinde pozitif etkisi vardır. SOST--> KKET	0.500***	0.167***		0.123***	0.291***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H8e: Sosyal statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi aracılık eder. SOST--> KKET-->KKFH			0.015918 ***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H10: Gelir yeterliliği değerlendirmesinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. GELY-->KKFH	-0.538***	-0.272***			-0.272***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H11a: Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. KKTT-->KKFH	0.260***	0.103***		0.035***	0.137***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H11b: Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, sosyal statü tüketimi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. KKTT--SOST	0.270***	0.171***			0.171***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p \leq 0.001$

Tablo 25: Hipotez Testleri XIII

Araştırmanın Hipotezleri	Korelasyon (r)	Doğrudan Etki (β)	Dolaylı Etki Aracılık Etkisi ($\beta x \beta$)	Dolaylı Etkiler Toplamı	Toplam Etki (Doğrudan + Dolaylı Etkiler)	Hipotez Testi Sonuçları (p<0.05)
H11c: Kredi kartı taksit tutumu ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, sosyal statü tüketimi aracılık eder. KKTT--> SOST-->KKFH			-0.001512 (n.s.)			Hipotez KKTT--> SOST-->KKFH yolu için reddedilmiştir. Bu yol için etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ancak, hipotez KKTT-->SOST-->KKFH, KKTT-->SOST-->KKFH, KKTT-->SOST-->KKFH, yolları için reddedilmemiştir, bu üç yol için statü tüketimi değişkeninin aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. ¹
H11d: Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, kompulsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. KKTT--> KOMS	0.199***	0.065*		0.062***	0.126***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H11e: Kredi kartı taksit tutumu ile kredi kartı fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kompulsif satın alma eğilimi aracılık eder. KKTT--> KOMS-->KKFH			0.002884**			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H11f: Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. KKTT--> KKET	0.294***	0.165***		0.072***	0.237***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H11g: Kredi kartı taksit tutumu ile kredi kartı fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kredi kartı etkisi aracılık eder. KKTT--> KKET-->KKFH			0.012182***			Hipotez desteklenmiştir. Aracılık etkisi beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.
H12: Tüketicilerin sahip oldukları kredi kartı sayısı, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. KKS-->KKFH	0.346***	0.185***			0.185***	Hipotez desteklenmiştir. Etki beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

ns: not significant-istatistiksel olarak anlamlı değil

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

¹ Bak.Ek: 15

Test edilemeyen hipotezler Tablo 26'da gösterilmiştir. Hazcı alışveriş değişkeni eşdoğrusallık (multicollinearity) nedeniyle yapısal model yol analizine dâhil edilemediğinden, dürtüsel satın alma eğilimi ve benlik saygısı değişkenleri tüm değişkenleri içeren ölçüm modelinde uyum geçerliğini sağlamadığından, ailede finansal sosyalleşme/eğitim değişkeni bireysel ölçüm modelinde (değişken bazında tanımlanan) geçerlik güvenirlik kriterlerini sağlamadığından bu değişkenlere ilişkin hipotezlerin testi yapılamamıştır.

Tablo 26: Test Edilemeyen Hipotezler I

Hipotez	Sonuç
H1h: Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi, dürtsel satın alma eğilimi üzerinde negatif etkiye sahiptir. EGSÖ →DÜRS	Dürtsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H1i: Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, dürtsel satın alma eğilimi aracılık eder. EGSÖ →DÜRS	Dürtsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H5f: Bütçe yönetimi becerisinin hazcı alışveriş üzerinde negatif etkisi vardır. BÜTY-->HAZA	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal eşitlik modeli yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H5g: Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye hazcı alışveriş aracılık eder. BÜTY--HAZA-->KKFH	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal eşitlik modeli yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H5h: Bütçe yönetimi becerisinin dürtüsel satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi vardır. BÜTY-->DÜRS	Dürtsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H5i: Bütçe yönetimi becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye dürtüsel satın alma eğilimi aracılık eder. BÜTY-->DÜRS-->KKFH	Dürtsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H4f: Materyalizmin hazcı alışveriş üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM->HAZA	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal eşitlik modeli yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H4g: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye hazcı alışveriş aracılık eder. MATM->HAZA->KKFH	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal eşitlik modeli yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H4h: Materyalizmin dürtüsel satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. MATM->DÜRS	Dürtsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H4i: Materyalizm ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, dürtüsel satın alma eğilimi aracılık eder. MATM->DÜRS->KKFH	Dürtsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.

Tablo 26: Test Edilemeyen Hipotezler II

Hipotez	Sonuç
H9a: Hazcı alışverişin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi vardır. HAZA-->KKFH	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal model yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H9b: Hazcı alışverişin dürtüsel satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. HAZA--> DÜRS	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle, dürtüsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından bu değişkenler yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H9c: Hazcı alışverişin ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye dürtüsel satın alma eğilimi aracılık eder. HAZA--> DÜRS-->KKFH	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle, dürtüsel satın alma eğilimi değişkeni ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından bu değişkenler yapısal modelde dahil edilememiştir. Bu nedenle Hipotez test edilememiştir.
H9d: Hazcı alışverişin kompülsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi vardır. HAZA--> KOMS	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal model yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H9e: Hazcı alışveriş ile kredi kart ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder. HAZA--> KOMS-->KKFH	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal model yol analizine dahil edilemediğinden hipotez test edilememiştir.
H13a: Dürtüsel satın alma eğilimi, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. DÜRS-->KKFH	Dürtüsel satın alma eğilimi değişkeni, ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model- yol analizine dâhil edilmemiştir. Bu nedenle hipotez testi yapılamamıştır.
H13b: Dürtüsel satın alma eğilimi, kompülsif satın alma davranışı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. DÜRS-->KOMS	Dürtüsel satın alma eğilimi değişkeni, ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model yol analizine dâhil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H13c: Dürtüsel satın alma eğilimi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye Kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder. DÜRS-->KOMS -->KKFH	Dürtüsel satın alma eğilimi örtük değişkeni, yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dâhil edilememiştir. Bu nedenle hipotez testi yapılamamıştır.

Tablo 26: Test Edilemeyen Hipotezler III

Hipotez	Sonuç
H13d: Dürtsel satın alma eğiliminin, kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi vardır. DÜRS-->KKET	Dürtsel satın alma eğilimi örtük değişkeni, yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model yol analizine dâhil edilememiştir. Bu nedenle hipotez testi yapılamamıştır.
H13e: Dürtsel satın alma eğilimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye, kredi kartı etkisi aracılık eder. DÜRS-->KKET-->KKFH	Dürtsel satın alma eğilimi örtük değişkeni, yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H14a: Benlik saygısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. BENS-->KKFH	Benlik saygısı örtük değişkeni, yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dâhil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H14b: Benlik saygısının materyalizm üzerinde negatif etkisi vardır. BENS--> MATM	Benlik saygısı örtük değişkeni yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H14c: Benlik saygısı ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye materyalizm aracılık eder. BENS--> MATM-->KKFH	Benlik saygısı örtük değişkeni, yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H14d: Benlik saygısı ile sosyal statü tüketimi arasında negatif ilişki vardır. Benlik saygısı azaldıkça sosyal statü tüketimi artar. BENS--> SOST	Benlik saygısı örtük değişkeni yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H14e: Benlik saygısı ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye, sosyal statü tüketimi aracılık eder. BENS--> SOST-->KKFH	Benlik saygısı örtük değişkeni yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.

Tablo 26: Test Edilemeyen Hipotezler IV

Hipotez	Sonuç
H14f: Benlik saygısı ile kompülsif satın alma eğilimi arasında negatif ilişki vardır. Benlik saygısı azaldıkça kompülsif satın alma eğilim artar. BENS--> KOMS	Benlik saygısı örtük değişkeni yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle hipotez testi yapılamamıştır.
H14g: Benlik saygısı ile kredi kartı ile fazla harcama arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma eğilimi aracılık eder. BENS--> KOMS-->KKFH	Benlik saygısı örtük değişkeni yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H15a: Ailede finansal sosyalleşme ve eğitimin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi vardır. AİFS-->KKFH	Ailede finansal sosyalleşme/eğitim ölçeği geçerlik güvenirlik kriterlerini sağlamadığından bu değişken yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H15b: Ailede finansal sosyalleşme ve eğitimin bütçe yönetimi becerisi üzerinde pozitif etkisi vardır. AİFS-->BÜTY	Ailede finansal sosyalleşme/eğitim ölçeği geçerlik güvenirlik kriterlerini sağlamadığından bu değişken yapısal eşitlik modeli-yol analizine dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.
H15c: Ailede finansal sosyalleşme ve eğitim ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye bütçe yönetimi becerisi aracılık eder. AİFS-->BÜTY-->KKFH	Ailede finansal sosyalleşme/eğitim ölçeği geçerlik güvenirlik kriterlerini sağlamadığından bu değişken yapısal eşitlik modeline dahil edilmemiştir. Bu nedenle, hipotez testi yapılamamıştır.

3.5.3.3. Yapısal Model II

Yapısal Model II Şekil 3'de gösterilmiştir. Yapısal model II'de model I'den farklı olarak risk tercihi ile kompülsif satın alma eğilimi ve statü tüketimi arasında tanımlanan neden sonuç ilişkileri dışında, bireysel ölçüm modelinde bütçe yönetimi becerisinden ayrılan, aynı yapıyı temsil etmediği tespit edilen tasarruf becerisi örtük değişkeni modele eklenmiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme, gelir yeterliği algısı, kredi kartı ile fazla harcama davranışı değişkenlerinden ve ayrıca kontrol değişkenleri gelir ve eğitimden tasarruf becerisine doğru neden sonuç ilişkileri tanımlanmıştır.

Yapısal modele, tasarruf becerisi ile kredi kartı ile fazla harcama değişkenleri arasındaki ilişkinin karşılıklı olmasının muhtemel olduğu düşünülmektedir. Ancak, kesitsel veride zaman farkı bulunmadığından nedensellik analizinde değişkenlerin karşılıklı hem neden, hem de sonuç olarak modellenmesi tavsiye edilmemektedir (Hair vd. 2010, s.648). İçinde bulunulan andaki ihtiyaçlara ilişkin harcamalar tüketicilerin büyük çoğunluğu için gelecekteki ihtiyaçlar için yapılacak tasarruflardan daha önceliklidir. Ayrıca, literatürde tüketicilerin finansal davranışları nakit yönetimi, kredi kullanma davranışı, tasarruf ve yatırım davranışı şeklinde sıralanmaktadır (Hilgert vd., 2003). Bu nedenle, modelde ilişkinin yönü kredi kartı ile fazla harcama değişkeninden tasarruf becerisi değişkenine doğru tanımlanmıştır.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ve gelir yeterliği algısı değişkenleri modelde tasarruf becerisi değişkeninin diğer tahminçileri olarak tanımlanmıştır. Tüketiciler çoğunlukla geleceğe dönük beklentileri için; gelecekteki belirsizliklere karşı, işsiz kalma, sağlık sorunları gibi olumsuz yaşam olayları ile karşılaşmaları halinde ve emekliliklerinde gelirleri düştüğünde ihtiyaçlarını karşılamakta sorun yaşamamak için ihtiyatlı davranarak ya da sonuçlarını gelecekte alacakları eğitim veya araç/konut gibi yüksek tutarlı belirli ihtiyaçlar için tasarrufta bulunurlar. Bu nedenle, bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesinin tasarruf becerilerini pozitif yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Gelirdeki artış ise, tasarruf yapılabilecek kaynağı artırdığından, tasarruf becerilerini olumlu etkileyeceği düşünülmektedir. Sübjektif bir değerlendirme olan gelir yeterliği algısının artmasının da, gelir artışı gibi aynı yönde etkide bulunması beklenmektedir. Eğitim düzeyi arttıkça tüketicilerin daha rasyonel kararlar almaları beklendiğinden gelir ile birlikte eğitim değişkeninin tasarruf becerisi değişkeni üzerindeki etkisi kontrol edilmiştir.

Model I'de istatistiksel olarak anlamlı bulunmayan bazı ilişkiler, modelin serbestlik derecesini artırmak için Model II'de tanımlanmamıştır. Bunlar; eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ile statü tüketimi ve kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiler ile yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile statü tüketimi arasındaki ilişkidir. Materyalizm ile kompulsif satın alma eğilimi arasındaki doğrudan etki model I'de anlamlı bulunmamasına rağmen, toplam etkiye katkısı nedeniyle model II'de yine tanımlanmıştır. Ayrıca, yine modelin serbestlik derecesini artırmak için kontrol değişkenleri gelir ve eğitimin bütçe yönetimi becerisi üzerindeki etkileri ile yaşın kredi kartıyla fazla harcama davranışı

Tablo 27: Model II Uyum İstatistikleri (Model I ile Karşılaştırmalı)

Model Uyum İndeksleri	Model II Tahmin	Model I Tahmin	Eşik Değer	Yorum
CMIN	195.821	146.285	--	--
DF	53	39	--	--
CMIN/DF	3.695	3.751	<5	Kabul edilir
CFI	0.981	0.984	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.027	0.03	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.049	0.049	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.616	0.558	>0.05	İdeal uyum

İçsel değişkenler ve sonuç değişkenleri için tahmin edilen R^2 değerleri Tablo 28'de gösterilmiştir. Sonuç değişkeni olan kredi kartı ile fazla harcama davranışı değişkeni için modelde tahmin edilen $R^2=0.82$ 'dir. Kredi kartı ile fazla harcama değişkenindeki varyansın %82'si model II'de yer alan değişkenler tarafından, hipotezlerle ileri sürülen nedensel ilişkilerle açıklanmaktadır. Modelde ikinci en yüksek tahmin edilen R^2 değerine sahip değişken $R^2=0.54$ ile tasarruf becerisi değişkenidir. Tasarruf becerisi değişkenindeki varyasyonun %54'ü model II'de açıklanmaktadır. Bunu, $R^2=0.51$ ile kompulsif satın alma eğilimi, $R^2=0.45$ ile bütçe yönetimi becerisi, $R^2=0.44$ ile statü tüketimi, $R^2=0.42$ ile kredi kartı etkisi, $R^2=0.28$ ile materyalizm-mutluluk boyutu, $R^2=0.25$ ile gelir yeterliliği algısı, $R^2=0.16$ ile kredi kartı sayısı ve $R^2=0.05$ ile kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu izlemektedir. Tasarruf becerisi değişkeni dışında, açıklanan varyanslar açısından Model II ile model I arasında kayda değer bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 28: Model II R² Tahminlerinin Model I R² Tahminleri ile Karşılaştırılması

Değişkenler	Model II R ² Tahminleri	p-değeri*	Model I R ² Tahminleri	p-değeri*
MATM	0.28	0.002	0.28	0.002
BÜTY	0.451	0.001	0.451	0.002
KKTT	0.049	0.003	0.049	0.003
SOST	0.443	0.003	0.442	0.003
KOMS	0.508	0.004	0.506	0.003
GELY	0.248	0.001	0.247	0.001
KKET	0.418	0.003	0.42	0.003
KKS	0.159	0.003	0.161	0.003
KKFH	0.823	0.002	0.823	0.004
TASB	0.539	0.002	-	-

*Number of bootstrap samples: 2000, Bias-corrected confidence intervals.

Model II'de model I'de istatistiksel olarak anlamlı bulunmayan ilişkiler dışındaki hipotezlere göre tanımlanan, değişkenler arasındaki doğrudan etkilerin standartlaştırılmış tahminleri ve tahmin edilen parametrelerin istatistiksel anlamlılık düzeyleri Tablo 29 ve Tablo 30'da gösterilmiştir.

Tablo 29: Yapısal Model II Standartlaştırılmış Doğrudan Etkiler,

	YÜHD	EGSÖ	YAŞ	GELİR	EĞİTİM	RSKT	MATM	KKTT	BÜTY	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
MATM	-0.484	0	-0.135	0	-0.117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KKTT	0	0	0	-0.065	0	0.068	0.187	0	0	0	0	0	0	0	0
BÜTY	0	0.608	0	0	0	-0.168	-0.092	0	0	0	0	0	0	0	0
SOST	0	0	-0.115	0.173	0	0.069	0.515	0.165	-0.199	0	0	0	0	0	0
KOMS	-0.248	-0.093	-0.049	0	0	0.076	0.047	0.061	-0.191	0.353	0	0	0	0	0
GELY	0	0	0	0.334	0	0	-0.258	0	0.129	0	0	0	0	0	0
KKET	0	-0.144	0	0.087	0	0	0.1	0.166	0	0.167	0.341	0	0	0	0
KKS	0	0	0	0.302	0	0.16	0.17	0	-0.131	0	0	0	0	0	0
KKFH	-0.138	0	0	-0.047	-0.07	0.101	0.095	0.101	-0.462	0	0.067	-0.273	0.116	0.184	0
TASB	0	0.297	0	0.044	-0.015	0	0	0	0	0	0	0.082	0	0	-0.482

Tablo 30: Yapısal Model II Standartlaştırılmış Doğrudan Etkiler p-değeri

	YÜHD	EGSÖ	YAŞ	GELİR	EĞİTİM	RSKT	MATM	KKTT	BÜTY	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
MATM	0.001	...	0.002	...	0.001
KKTT	0.035	...	0.023	0.001
BÜTY	...	0.001	0.001	0.001
SOST	0.001	0.001	...	0.007	0.001	0.001	0.001
KOMS	0.001	0.003	0.029	0.001	0.126	0.02	0.001	0.001
GELY	0.001	0.001	...	0.001
KKET	...	0.001	...	0.001	0.006	0.001	...	0.001	0.001
KKS	0.001	...	0.001	0.001	...	0.001
KKFH	0.001	0.003	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	...	0.001	0.001	0.001	0.001	...
TASB	...	0.001	...	0.043	0.521	0.001	0.001

Materyalizmin kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki doğrudan etkisi ($b=0.047$; $p=0.126$) ve kontrol değişkeni eğitim süresinin tasarruf becerisi üzerindeki doğrudan etkisi ($b=-0.015$; $p=0.521$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Model II'de tanımlanan diğer doğrudan etkilere ilişkin tahminlerin tamamı beklenen yönde ve %95 güven aralığında ($p<0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Modelde tahmin edilen en yüksek değişkenler arası doğrudan etki, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, bütçe yönetimi becerisi üzerindeki $b=0.608$ ($p=0.001$) standartlaştırılmış pozitif etkisidir. Bunu, materyalizm-mutluluk boyutunun statü tüketimi üzerindeki ($b=0.515$, $p=0.001$) pozitif etkisi, kredi kartı ile fazla harcama davranışı değişkeninin tasarruf becerisi üzerindeki ($b=-0.482$, $p=0.001$) negatif etkisi, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu değişkeninin materyalizm-mutluluk boyutu üzerindeki ($b=-0.484$, $p=0.001$) negatif etkisi, bütçe yönetimi değişkeninin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki ($b=-0,462$, $p=0.001$) negatif etkisi, statü tüketiminin kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki ($b=0.353$, $p=0.001$) pozitif etkisi, gelirin gelir yeterliği algısı değişkeni üzerindeki ($b=0.334$, $p=0.001$) ve kredi kartı sayısı üzerindeki ($b=0.302$, $p=0.001$) pozitif etkileri, gelir yeterliği algısının kredi kartı ile fazla harcama üzerindeki ($b=-0.273$, $p=0.001$) negatif etkisi, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki ($b=-0.248$, $p=0.001$) negatif etkisi, materyalizm-mutluluk boyutunun gelir yeterliği üzerindeki ($b=-0.258$, $p=0.001$) negatif etkisi, bütçe yönetiminin statü tüketimi üzerindeki ($b=-0.199$, $p=0.001$) negatif etkisi, yine bütçe yönetiminin kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki ($b=-0.191$,

$p=0.001$) negatif etkisi izlemektedir. Diğer doğrudan etkiler tabloda görüldüğü üzere 10.191'un altındadır.

Model II'de yer alan değişkenler arasındaki standartlaştırılmış dolaylı etkiler ile istatistiksel anlamlılık düzeyleri Tablo 31 ve Tablo 32'de gösterilmiştir. Gelirin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi beklenen yönde ancak istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Değişkenler arasında tanımlanmış diğer dolaylı etkilere ilişkin tahminlerin tamamı beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 31: Yapısal Model II Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler

	YÜHD	EGSÖ	YAŞ	GELİR	EĞİTİM	RSKT	MATM	KKTT	BÜTY	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
MATM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KKTT	-0.091	0	-0.025	0	-0.022	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BÜTY	0.045	0	0.012	0	0.011	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SOST	-0.273	-0.121	-0.076	-0.011	-0.066	0.045	0.049	0	0	0	0	0	0	0	0
KOMS	-0.133	-0.159	-0.078	0.053	-0.032	0.076	0.228	0.058	-0.07	0	0	0	0	0	0
GELY	0.131	0.078	0.037	0	0.032	-0.022	-0.012	0	0	0	0	0	0	0	0
KKET	-0.239	-0.106	-0.093	0.034	-0.037	0.083	0.219	0.068	-0.122	0.12	0	0	0	0	0
KKS	-0.088	-0.08	-0.025	0	-0.021	0.022	0.012	0	0	0	0	0	0	0	0
KKFH	-0.181	-0.363	-0.055	-0.025	-0.037	0.144	0.224	0.035	-0.091	0.057	0.04	0	0	0	0
TASB	0.165	0.181	0.03	0.062	0.054	-0.12	-0.176	-0.066	0.277	-0.028	-0.052	0.132	-0.056	-0.089	0

Tablo 32: Yapısal Model II Standartlaştırılmış Dolaylı Etkiler p-değeri

	YÜHD	EGSÖ	YAŞ	GELİR	EĞİTİM	RSKT	MATM	KKTT	BÜTY	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
MATM
KKTT	0.001	...	0.001	...	0.001
BÜTY	0.001	...	0.001	...	0.001
SOST	0.001	0.001	0.002	0.03	0.001	0.001	0.001
KOMS	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
GELY	0.001	0.001	0.001	...	0.001	0.001	0.001
KKET	0.001	0.001	0.001	0.004	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
KKS	0.001	0.001	0.001	...	0.001	0.001	0
KKFH	0.001	0.001	0.001	0.066	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
TASB	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	...

Model II'de tahmin edilen standardize edilmiş toplam etkiler ve bu etkilerin istatistiksel anlamlılık düzeyleri Tablo 33 ile Tablo 34'de gösterilmiştir.

Tablo 33: Yapısal Model II Standartlaştırılmış Toplam Etkiler

	YÜHD	EGSÖ	YAŞ	GELİR	EĞİTİM	RSKT	MATM	KKTT	BÜTY	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
MATM	-0.484	0	-0.135	0	-0.117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KKTT	-0.091	0	-0.025	-0.065	-0.022	0.068	0.187	0	0	0	0	0	0	0	0
BÜTY	0.045	0.608	0.012	0	0.011	-0.168	-0.092	0	0	0	0	0	0	0	0
SOST	-0.273	-0.121	-0.192	0.162	-0.066	0.114	0.564	0.165	-0.199	0	0	0	0	0	0
KOMS	-0.381	-0.251	-0.126	0.053	-0.032	0.153	0.275	0.119	-0.261	0.353	0	0	0	0	0
GELY	0.131	0.078	0.037	0.334	0.032	-0.022	-0.27	0	0.129	0	0	0	0	0	0
KKET	-0.239	-0.25	-0.093	0.121	-0.037	0.083	0.319	0.234	-0.122	0.287	0.341	0	0	0	0
KKS	-0.088	-0.08	-0.025	0.302	-0.021	0.181	0.182	0	-0.131	0	0	0	0	0	0
KKFH	-0.32	-0.363	-0.055	-0.072	-0.107	0.245	0.32	0.136	-0.553	0.057	0.107	-0.273	0.116	0.184	0
TASB	0.165	0.478	0.03	0.106	0.039	-0.12	-0.176	-0.066	0.277	-0.028	-0.052	0.214	-0.056	-0.089	-0.482

Tablo 34: Yapısal Model II Standartlaştırılmış Toplam Etkiler p-değeri

	YÜHD	EGSÖ	YAŞ	GELİR	EĞİTİM	RSKT	MATM	KKTT	BÜTY	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
MATM	0.001	...	0.002	...	0.001
KKTT	0.001	...	0.001	0.035	0.001	0.023	0.001
BÜTY	0.001	0.001	0.001	...	0.001	0.001	0.001
SOST	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
KOMS	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.002	0.001	0.001
GELY	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	...	0.001
KKET	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.001
KKS	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	...	0.001
KKFH	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	...
TASB	0.001	0.001	0.001	0.001	0.096	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001

Model II'de yer alan değişkenlerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki ve tasarruf becerisi üzerindeki toplam (doğrudan+dolaylı) etkilerine ilişkin tahminlerin tamamı beklenen yönde ve %95 güven aralığında ($p < 0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki en yüksek standartlaştırılmış toplam etki $b = -0.553$ ($p < 0.001$) ile bütçe yönetimi becerisi değişkenine aittir. Bunu, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeninin ($b = -0.363$, $p < 0.001$) ve yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu değişkeninin ($b = -0.32$, $p < 0.001$) negatif etkileri ile materyalizm-mutluluk boyutunun ($b = 0.32$, $p < 0.001$) pozitif etkisi, gelir yeterliği algısı değişkeninin ($b = -0.273$, $p < 0.001$) negatif etkisi, risk tercihi değişkeninin ($b = 0.245$, $p < 0.001$) pozitif etkisi, kredi kartı sayısının ($b = 0.184$, $p < 0.001$) pozitif etkisi, kredi kartıyla taksitli ödeme tutumunun ($b =$

0.136, $p<0.001$) pozitif etkisi, kompülsif satın alma eğiliminin ($b= 0.107$, $p<0.001$) pozitif etkisi ve statü tüketiminin ($b= 0.057$, $p<0.001$) pozitif etkisi izlemektedir. Bu etkiler, gelir, eğitim ve yaş değişkenlerinin etkileri kontrol edilerek tahmin edilmiştir. Kontrol değişkenlerinin toplam etkileri de beklenen yönde olup, gelir, eğitim ve yaşın kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkileri sırasıyla $b=-0.072$, $b=-0.107$, $b= -0.055$ 'dir ($p<0.001$).

Eğitim değişkeninin tasarruf becerisi değişkeni üzerindeki toplam etkisi (0.039, $p<0.096$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Model II'de yeni tanımlanan tasarruf becerisi değişkeni üzerindeki diğer toplam etkilerin tamamı beklenen yönde ve istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0.05$). Tasarruf becerisi üzerindeki en yüksek standartlaştırılmış toplam etki $b=-0.482$ ($p<0.001$) ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı değişkenine aittir. Bunu, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin $b=0.478$ ($p<0.001$) pozitif etkisi, bütçe yönetimi becerisi değişkeninin $b=0.277$ ($p<0.001$) pozitif etkisi, gelir yeterliği algısı değişkeninin $b=0.214$ ($p<0.001$) pozitif etkisi izlemektedir. Doğrudan ilişki tanımlanmamakla birlikte dolaylı etkiden kaynaklanan toplam etkiler; materyalizm-mutluluk boyutunun $b=-0.176$ ($p<0.001$) negatif etkisi, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun $b=0.165$ ($p<0.001$) pozitif etkisi ve risk tercihinin $b=-0.12$ ($p<0.001$) negatif etkisidir. Kontrol değişkeni olarak tanımlanan gelirin $b=0.106$ ($p=0.001$) tasarruf becerisi üzerinde pozitif etkisi vardır. Diğer standardize toplam etkiler 0.10'un altındadır.

Model II'ye ilişkin modifikasyon indeksleri ile standartlaştırılmış kalıntı matrisi Ek 14'de gösterilmiştir. Modelin iyileştirilebilir olup olmadığını araştırmak üzere modifikasyon indeksleri ile kalıntı matrisi incelenmiştir. Kalıntı matrisinde değişkenler arasında 12.51'in üzerindeki tek kalıntı gelir yeterliği algısı ile kredi kartı sayısı arasındaki -2.687 büyüğündeki kalıntıdır. Modelin veriyle uyumu yeterli düzeyde olup, modifikasyon indeksleri ile kalıntı matrisinin işaret ettiği değişikliklere ilişkin güçlü teorik gerekçeler ileri sürülemediğinden model II'de değişikliğe gidilmemiştir.

Yapısal model II'de diğer değişkenlerle birlikte tasarruf becerisindeki varyansın %54'ü de açıklanabildiğinden model II, model I'den daha geniş kapsamda açıklayıcılık sağlamaktadır. Bu nedenle model II alternatif model olarak önerilmektedir.

Kredi kartı ile fazla harcama davranışını tahmin eden tüm değişkenler, kısa tanımları, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki standartlaştırılmış toplam etkileri, kredi kartı ile fazla harcama davranışı ile korelasyonları Tablo 35’de özetlenmiştir. Tabloda ayrıca, sonuç değişkeni ile içsel değişkenlerin açıklanan varyansları (R^2 değerleri) gösterilmiştir.

Tablo 35: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışını Tahmin Eden Değişkenler Özet Tablo*

DS ¹	Değişkenler	Değişkenlerin Tanımı	Korelasyonlar r	β	R ²
5	KKFH: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı	Kredi Kartı geri ödeme ve borçlanma sorunlarına yol açan fazla harcama davranışı.			0.82
Dışsal Değişkenler					
5	EGSÖ: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme	Bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemesi ve bir davranışta bulunurken sonuçlarını dikkate alması.	-0.53	-0.36	
4	YÜHD: Yaşam Üzerinde Hakimiyet Duygusu	Bireyin yaşamında karşılaştığı olaylar üzerinde algıladığı kişisel kontrolü, yeterlik ve etkinliği konusundaki inancı.	-0.50	-0.32	
1	RSKT: Risk Tercihi	Bireyin risk almaya genelde ne kadar gönüllü olduğu.	0.32	0.25	
İçsel Değişkenler					
4	BÜTY: Bütçe Yönetimi Becerisi	Bireyin giderlerini gelirlerine göre planlayarak bütçe yapma ve ona uyabilme becerisi.	-0.71	-0.55	0.45
3	MATM: Materyalizm-Mutluluk Boyutu	Maddi değeri olan şeylere sahip olmayı mutluluğun anahtarı olarak görmek.	0.53	0.32	0.28
4	KOMS: Kompulsif Satın Alma Eğilimi	Kontrol edilemeyen, kronik, tekrarlayan satın alma ve harcama davranışına eğilim göstermek.	0.60	0.11	0.51
4	SOST: Sosyal Statü Tüketimi/Statü Tüketimi	Sosyal pozisyonu yükseltmek için statü sağlayan ve sembolize eden ürünleri satın almak, kullanmak.	0.46	0.06	0.44
1	GELY: Gelir Yeterliliği Algısı	Bireyin, gelirinin yeterli olup olmadığı konusundaki kişisel algısı/değerlendirmesi.	-0.54	-0.27	0.25
1	KKS: Kredi Kartı Sayısı	Sahip olunan kredi kartı sayısı.	0.35	0.18	0.16
3	KKTT: Kredi Kartı Taksit Tutumu	Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı duygu, düşünce ve davranış eğilimi	0.26	0.14	0.05
4	KKET: Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi	Tüketicinin, kredi kartı kullanımının harcama davranışı üzerindeki etkisine ilişkin algısı.	0.51	0.12	0.42
Kontrol Değişkenleri					
1	Eğitim	Yıl olarak okulda alınan eğitim süresi.	-0.19	-0.11	
1	Gelir	Aylık kişisel gelir.	-0.24	-0.07	
1	Yaş	Takvim yaşı.	-0.12	-0.06	

*Tablo Model II'den elde edilen standartlaştırılmış tahminler ile oluşturulmuştur. Tüm tahminler $p < 0.01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

¹DS: Örtük değişkenleri ölçen gösterge değişken sayısı

Model I ve II dışında bırakılan değişkenler ile yapısal modelde içeriilememesinin nedenleri Tablo 36'da özetlenmiştir.

Tablo 36: Model Dışında Bırakılan Değişkenler Özet Tablo

Değişken Adı	Değişkenlerin Kısa Açıklaması	Model Dışında Bırakılma Gerekçesi
Ailede Finansal Sosyalleşme/ Öğrenme	Erken yaşlarda ailede öğrenilen finansal bilgi/davranış	Bireysel ölçüm modelinde geçerlik, güvenilirlik kriterlerini sağlamadığından yapısal model-yol analizine dahil edilememiştir.
Özbenlik Saygısı	Bireyin kendine olan saygısı.	Yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model yol analizine dahil edilememiştir
Dürtüsel Satın Alma Eğilimi	Ani, plansız, düşünülmeden çevresel uyaranlara tepkisel satın alma eğilimi.	Yapısal eşitlik ölçüm modelinde uyum geçerliği kriterini sağlamadığından yapısal model yol analizine dahil edilememiştir
Hazcı Alışveriş	Alışveriş faaliyetinden eğlenme ve zevk alma beklentilerinin öncelikli olduğu durumu tanımlar	Hazcı alışveriş değişkeni, eş doğrusallık nedeniyle yapısal model yol analizine dahil edilememiştir.

4. BÖLÜM

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

4.1. EYLEMLERİNİN GELECEKTEKİ SONUÇLARINI ÖNEMSEME EĞİLİMİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.1.1. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Eylemlerinin gelecekteki veya anlık sonuçlarını önemseme, bir kişinin eylemlerinin anlık veya gecikmeli sonuçlarına verdiği önem olarak tanımlanan bir kişilik özelliğidir. Gelecekteki sonuçları önemseyen insanlar, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarına odaklanır ve bunu davranışları için bir rehber olarak kullanırlar.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseyen bireyler gelecekte elde edecekleri yararlar ve olmasını istedikleri durum için belirli bir şekilde davranmayı o anki istenmeyen sonuçlara ve maliyetlere katlanmaya değer bulurlar. Bu tür insanlar, gelecekte olmayı istedikleri durum için, içinde buldukları andaki fayda, memnuniyet ve rahatlıktan vazgeçmeyi tercih ederler. Öte yandan, gelecekteki sonuçları önemseme düzeyi düşük olan bireyler anlık ihtiyaçları daha fazla önemser ve eylemlerini acil ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanırlar. Anlık sonuçları önemseyenler, gelecekte elde edebilecekleri yararlardan vazgeçme pahasına anlık yararlarını maksimize etmekle daha çok ilgilenir, anlık zevk, istek, rahatlık ve ihtiyaçlarına odaklanır ve buna göre davranırlar (Strathman vd., 1994).

Bu araştırma eylemlerin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin bireylerin kredi kartı ile harcama/borçlanma, bütçe yönetimi becerisi, tasarruf becerisi gibi finansal planlama süreçleri ve finansal kararları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstererek önceki araştırmaların bulgularını desteklemiştir (örn. Joireman vd., 2010; Howlett vd., 2008; Joireman vd., 2005).

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıkları daha

düşüktür. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki standartlaştırılmış etkisi $b=-0.367$ ($p=0.001$) olarak bulunmuştur. H1a hipotezi desteklenmiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.367 standart sapma azalmaktadır. Bu etkinin tamamı dolaylı etkidir. Dolaylı etkiye bütçe yönetimi becerisi, kompülsif satın alma eğilimi ve kredi kartı etkisi aracılık etmektedir.

Joireman ve arkadaşları (2005) araştırmalarında; eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemeyen kişilerin yüksek düzeyde borçlu olduklarında, ödeme imkânları varken bile kredi kartı borçlarını kapatmayıp (anapara bakiyesini azaltmayan asgari ödemeler ve yüksek faiz ödemelerini sürdürerek), yeni şeyler satın almak, seyahat harcamaları yapmak gibi kısa vadeli memnuniyeti artıran harcamalar yaptıklarını göstermişlerdir. Araştırmacılar bu sonuçlara dayanarak, günümüz toplumlarında birçok kişinin sahip olduğu aşırı borç seviyelerinin, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemeyen bireylerin kredi kartları ile finanse edilen kısa vadeli harcama ve borçlanma döngüsü ile açıklanabileceğini ileri sürmüşlerdir.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi düşük olan tüketiciler, daha çok şimdiki zamana odaklı olduklarından anlık tüketime gelecekteki tüketimden daha fazla değer verirler. Bu nedenle kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma davranışında bulunma olasılıkları daha yüksektir. Bulgularımız önceki araştırmaların sonuçları ile tutarlı olarak bu görüşü desteklemektedir.

4.1.2. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Eğiliminin Bütçe Yönetimi Becerisi Üzerindeki Etkisi

İstatistiksel analiz sonuçları, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin bütçe yönetimi becerisi üzerinde güçlü bir pozitif etkiye ($b=0.609$, $p=0.001$) sahip olduğunu göstermektedir. H1b hipotezi desteklenmiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen tüketiciler bütçelerini daha iyi yönetmektedirler. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, bütçe yönetimi becerisi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki standartlaştırılmış dolaylı etkisi -0.346 ($p=0.001$) olarak bulunmuştur. H1c hipotezi desteklenmiştir.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseyen tüketicilerin gelecekte arzu ettikleri refah düzeyine sahip olmak için gelirleri ile harcamaları arasında dengeyi kurabilmelerini ve özdenetimlerini sağlayacak bir enstrümana ihtiyaçları vardır. Tüketiciler için pratikte bu enstrüman standartları ve hedefleri belirlenmiş bütçe planlaması ve yönetimidir. Bulgularımız gelecekteki sonuçları daha fazla önemseyen tüketicilerin bütçe yönetimi becerilerinin daha iyi olduğunu göstermektedir. Bütçelerini daha iyi yönettikleri için de kredi kartı harcamaları üzerinde daha fazla kontrol sağlayabilmekte ve kredi kartı ile fazla harcama yapmaktan kaçınmaktadırlar. Bütçe yönetimi becerisi EGSÖ ile KKFH davranışı arasındaki negatif ilişkiye aracılık etmektedir.

4.1.3. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemsene Eğiliminin Kompülsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi

Analiz sonuçlarına göre, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin kompülsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi ($b=-0.26$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H1d hipotezi desteklenmiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme düzeyi arttıkça kompülsif satın alma eğilimi azalmaktadır. Bu etkinin $b=-0.088$ 'lik ($p=0.05$) kısmı doğrudan etki -0.173 'lk ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Bulgumuz önceki araştırmaların sonuçlarını teyit etmektedir.

Joireman ve arkadaşları (2010), üniversite öğrencilerinin katılımı ile yaptıkları araştırma sonucunda, kompülsif satın alma eğiliminin, eylemlerin anlık sonuçlarını önemseme ile kredi kartı borcu arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini, anlık sonuçları maksimize etmeye odaklanan kompülsif alıcıların, yüksek miktarlarda kredi kartı borcu biriktirme riskinin çok daha yüksek olduğunu göstermişlerdir. Araştırmamızda eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, gelecekteki sonuçları önemseme alt boyutu kullanılmış ve bu boyutun da kompülsif satın alma eğilimi ve kredi kartı ile fazla harcama davranışını tahmin ettiği ve kompülsif satın alma eğiliminin EGSÖ ile KKFH davranışı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği gösterilmiştir.

Joireman ve arkadaşları (2010), kompülsif satın alma davranışının kısmen bilişsel daralma (cognitive narrowing) sürecinden kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsememek, anlık sonuçlara odaklanmak da zamansal açıdan bir bilişsel

daralmayı göstermektedir. Faber'e (2004) göre kompulsif satın alma eğilimi büyük ölçüde olumsuz duygulardan kaçma ve ruh hallerini düzenleme arzusuyla motive edilmektedir. Kompulsif alıcı için heyecan, uyarılma, ses görüntü algılarında artış, güç ve beğenilme duygusu satın alma kararındaki önemli faktörlerdir. Satın alma sürecinde hayalcilik (arzulanan kişisel başarı, sosyal kabul, iyi ilişkiler gibi) satın alma ortamında pozitif sosyal etkileşim ve ilgi görmek, olumsuz duygulardan/gerçeklerden kaçınmayı ve davranışların negatif sonuçları ile bağlantıyı koparmayı kolaylaştırmaktadır (O'Guinn ve Faber, 1989). Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsememek olumsuz sonuçları düşünmemeye ve gerçeklerden kopuşa zemin hazırlamaktadır.

4.1.4. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Eğiliminin, Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi ile kredi kartı kullanımının tüketici üzerindeki harcamaları teşvik edici etkisi arasındaki ilişki, bilginiz dâhilinde ilk kez bu çalışmada incelenmiştir. İstatistiksel analiz sonucunda eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin kredi kartı etkisi üzerinde negatif etkisi (toplam etki $b=-0.254$, $p=0.001$) olduğu bulunmuştur. Bu etkinin $b=-0.144$ 'lük ($p=0.001$) kısmı doğrudan, -0.11 'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme düzeyi arttıkça, tüketicilerin kredi kartı etkisine kapılma düzeyi azalmaktadır. H1f hipotezi desteklenmiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, kredi kartı etkisi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde dolaylı etkisi ($-0,021$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H1g hipotezi desteklenmiştir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi arttıkça, ödemeyi kredi kartı ile yapıyor olmanın harcamaları artırıcı etkisi azalmaktadır. Bu da, kredi kartı ile fazla harcama davranışını negatif etkilemektedir. Tüketicinin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını dikkate almasının, öz-denetimi artırarak bu sonuca yol açtığını düşünmekteyiz.

4.1.5. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Eğiliminin, Tasarruf Becerisi Üzerindeki Etkisi

Webley ve Nyhus (2013), eylemlerinin anlık sonuçlarını önemsemenin tasarruflar üzerinde negatif etkisi olduğunu göstermişlerdir. Howlett ve arkadaşları (2008) ise gelecekteki sonuçları önemseme düzeyi yüksek olan bireylerin emeklilik planlarına katılma olasılıklarını diğerlerinden daha yüksek bulmuşlardır. Yapısal Model II'de tasarruf becerisi modele dâhil edilmiş ve EGSÖ ile ilişkilendirilerek tasarruf becerisini tahmin gücü araştırılmıştır. Beklentiye uygun olarak eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin, tasarruf becerisi üzerinde pozitif etkisi (standartlaştırılmış toplam etki $b=0.33$, $p=0.001$) olduğu görülmüştür. Toplam etkinin 0.19 'u ($p=0.001$) doğrudan, 0.139 'u ($p=0.001$) dolaylı etkidir. Bu tahmin yukarıda belirtilen araştırmaların sonuçları ile örtüşmektedir. Howlett ve arkadaşlarının da belirttiği gibi, tüketicilerin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını ne ölçüde dikkate aldıkları, uzun vadede finansal güvence sağlamak amacıyla, kısa vadede harcama yapmanın sağladığı tatminden vazgeçmeye ne kadar gönüllü olacakları konusunda önemli bir belirleyicidir.

4.1.6. Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme Eğilimi Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Yaşamın pek çok farklı yönü üzerinde yaygın bir etkiye sahip olan eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimindeki farklılıklar tüketicilerin harcama, finansal planlama, borçlanma ve tasarruf kararları üzerindeki etkisinin iyi anlaşılması, eğitim ve politika uygulamalarında dikkate alınması toplumun uzun vadeli refahı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir.

Uzun vadede; geleceği tasavvur etmeyi, önemsemeyi, bir eylemin gelecekte yaratacağı olası sonuçları tahmin etmeyi ve eylemde bulunmaya karar verirken bu sonuçları dikkate almayı öğreten ve geliştiren eğitim programları hem bireysel, hem de toplumsal refahı artırabilir. Eylemlerin gelecekteki sonuçlarını önemseme, bilişsel bir zihniyet yapısı olarak nitelendirilmiştir (Orbell vd., 2004). Bilişsel bir yapının eğitim ile geliştirilmesi mümkündür. Webley ve Nyhus (2006), çocukların gelecekteki sonuçları önemsemesi ile ebeveynlerinin

arasında korelasyon bulunduğunu göstermiştir. Bu nedenle, bu konudaki eğitimin mümkün olduğunca erken yaşlarda verilmesinin daha etkili olacağı düşünülmektedir.

Kısa vadede ise, kredi kartı talepleri alınırken tüketicilerden eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ölçeğini doldurmalarının istenmesi ve tahsis edilecek kredi kartı limiti belirlenirken ölçekten alınan puanın dikkate alınması, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcamalarının ve borçlarının sınırlandırılmasında yararlı olabilir.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ölçeği, geliştirenler tarafından gelecekteki sonuçları önemseme ve anlık sonuçları önemseme olarak iki boyutlu tanımlanmıştır. Ancak araştırmamızda bu iki boyut bir yapı altında toplanmamış olduğundan farklı yapılar olarak değerlendirilmiştir. Gelecekteki sonuçları önemseme yapısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisi daha yüksek bulunmuştur. Bu nedenle, yapısal model yol analizine, gelecekteki sonuçları önemseme yapısı dâhil edilmiş, anlık sonuçları önemseme yapısı dışarıda bırakılmıştır.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi bir öz bildirim ölçeği ile ölçülmüştür ve bu tür ölçümlerin sınırlılıklarına tabidir. Ölçekteki ifadelerin anlaşılması dikkatli okumayı gerektirmektedir. Bu, eğitim düzeyi düşük katılımcılarda ölçüm hatasının artmasına neden olabilir.

4.2. YAŞAM ÜZERİNDE HÂKİMİYET DUYGUSUNUN (SENSE OF MASTERY) KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.2.1. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu (YÜHD), bireyin yaşamında karşılaştığı olaylar üzerinde algıladığı kişisel kontrolü, hedeflerini gerçekleştirmekte yeterlik veya etkinliği konusundaki inancını ifade eder. Pearlin ve Schooler'e (1978) göre yaşam olayları üzerindeki hâkimiyet duygusu, yaşamlarında stres yaratan olaylarla karşılaştıklarında bireylerin ruh sağlığı ve esenliği için koruyucu bir tampon görevi sağlar. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu yüksek olan bireyler, hedeflerine ulaşmak için davranışlarını veya içinde

buldukları koşulları adapte edebileceklerine güvenirken, hâkimiyet duygusu düşük kişiler, kendilerini güçsüz hissederler (Clench-Aas vd., 2017).

İnsanlar ihtiyaçlarını (fizyolojik, güvenlik, aidiyet, saygınlık ve kendini gerçekleştirme) karşılama güdüsü ile içinde yaşadıkları fiziksel/sosyal çevreyi ve olayları kontrol etmeye çalışırlar. Ron ve Rovner'a (2014) göre olayların kontrol edilebileceği algısından kaynaklanan hâkimiyet duygusu, zorluklarla başa çıkılabileceğine dair olumlu duygular yaratır; bu insanları stresli durumlarda eylemlerini planlamaya ve problem odaklı başa çıkma stratejileri geliştirmeye yönlendirir. Özellikle olumsuz olayların kontrol edilebileceğine olan inanç, onları kontrol etmek için fiili adımlar atılmasa bile, birey üzerindeki etkilerini azaltır (Ron ve Rovner, 2014).

İstatistiksel analiz sonucunda elde ettiğimiz bulgulara göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu daha yüksek tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıkları daha düşüktür. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki standartlaştırılmış etkisi $b=-0.323$ ($p=0.001$) olarak bulunmuştur. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.323 standart sapma azalmaktadır. H2a hipotezi desteklenmiştir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi bulunmaktadır. Bu etkinin -0.138 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan, -0.185 'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylıdır. Dolaylı etkiye materyalizmin mutluluk boyutu, sosyal statü tüketimi ve kompülsif satın alma eğilimi aracılık etmektedir. Bu bulguyu, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan tüketicilerin, yaşamdaki zorluklarla başa çıkabilmek için kendilerinde eksikliğini hissettikleri gücü daha fazla harcama yoluyla kazanmaya çalıştıkları şeklinde yorumlamaktayız. Ayrıca, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan bireylerin harcamaları ile ilgili sorumluluk duygularının da düşük olduğu, bu nedenle kredi kartı ile fazla harcama davranışına eğilimli oldukları kanısındayız.

Bulgularımız YÜHD ile benzer bir yapı olan kontrol odağı yapısı ile kredi kartı kullanımı arasındaki araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Watson (2009), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu (mastery) ile benzer bir yapıyı ölçen kontrol odağı ölçeğini kullanarak, kredi kartı kullanımı ve kompülsif satın alma davranışında iç ve dış kontrol odaklı tüketiciler arasındaki farklılıkları incelemiştir. İç kontrol odağına sahip (kontrolü kendinde gören) tüketicilerde, dış kontrol odağına sahip (kontrolü kendi dışında gören) tüketicilere göre, kredi

kartının kötü kullanımını daha düşük düzeyde bulmuştur. Donnelly ve arkadaşları da (2012) dış kontrol odağının kredi kartı borcu üzerinde pozitif etkisi olduğunu bulmuşlardır.

4.2.2. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Materyalizm Üzerindeki Etkisi

Analiz sonuçlarımıza göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu daha düşük olan tüketiciler maddi değerlerin sahipliğine daha fazla önem vermektedirler. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun materyalizm (mutluluk boyutu) üzerinde güçlü bir negatif etkisi ($b=-0.484$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H2b hipotezi desteklenmiştir. Yaşamları üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan tüketiciler daha fazla maddi şeylere (eşya mal/mülk) sahip olurlarsa, daha iyi ve mutlu bir yaşama sahip olacaklarını düşünmektedirler.

Bulgumuz, Donnelly ve arkadaşlarının (2012), materyalizmin dış kontrol odağı (yaşamın kontrolünü kendi dışında görmek) ile pozitif yönde ilişkili olduğu bulgusu ile uyumludur.

Burroughs ve Rindfleisch (2002), materyalizmin güç ($r=0.48$) ile hedonizmden ($r=0.31$) daha fazla ilişkili olduğunu gözlemlemişlerdir. Onlara göre bu bulgu, materyalizmin sadece bir kişisel tatmin arayışı değil, aynı zamanda maddi dünya üzerinde bir hâkimiyet ve kontrol gösterisi olduğunu göstermektedir. "...bulgularımız, materyalizmi yüksek olanların, nesnelere insanlara tercih edebileceğini, çünkü bu sahiplenmelerin onlara başkaları üzerinde hakimiyet ve kontrol sağladığını ima ediyor. Bu nedenle, materyalist bireyler sadece hazcı zevk arayanlar değil, aynı zamanda güce aç kontrol arayanlar gibi görünmektedir (Burroughs ve Rindfleisch, 2002 s.365). Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun materyalizm üzerindeki güçlü etkisine ilişkin bulgumuz, yaşam üzerinde hakimiyet duygusu düşük olan bireylerin güç ve kontrol arayışı ile kısmen açıklanabilir.

Diğer bir açıklamamız ise, yaşamlarını yönetmekte kendilerini yetersiz hisseden tüketicilerin yaşamlarından memnuniyetsiz oldukları ve bu nedenle, maddi şeylere sahip olma yoluyla yaşamlarında dönüşüm gerçekleştirerek, yaşamları üzerinde hâkimiyet kazanmaya çalıştıkları şeklindedir. Richins ve Dawson'a (1992) göre, materyalistler içinde buldukları koşullardan memnuniyetsizdirler (s.313).

Richins'e (2011) göre materyalist tüketiciler yaşamlarında dönüşüm gerçekleştireceğini düşündükleri ürünleri edinmek için fazla harcama yaparlar. Gerçekleşeceği beklenen

dönüşümler, yetersizlik duygusu, kontrol, bağımsızlık ve stresi azaltma ihtiyacı ile ilişkilendirilir. Bu dönüşüm beklentileri, kanımızca bireyin yaşamı üzerindeki hâkimiyetini artırmaya yöneliktir. Richins bir ürünün edinilmesi ve kullanılmasıyla kişinin kendisinin veya hayatının önemli ve anlamlı bir şekilde dönüşeceği beklentisini dört yaşam alanında sınıflandırır: i) Kişinin kendisiyle ilgili dönüşüm beklentisi; kendisiyle ilgili memnuniyetsizliğinden kaynaklanır, kendine olan saygısını artırmak, başkalarının saygısını kazanmak için kendisinin daha iyi bir versiyonu olmasını sağlayacağını düşündüğü nesnelere sahip olmak ister. ii) Kişiler arası ilişkilerin iyileşme/gelişme beklentisi; arzulanan nesnelere sahip olarak diğer insanlarla ilişkilerde olumlu değişiklikler gerçekleşeceği beklenir. iii) Hazcı dönüşüm beklentisi; edinilen ürünler yoluyla yaşamda eğlence, heyecan veya diğer zevklerin artacağı beklenir. iv) Kişinin yaşamında etkinlik kazanacağı beklentisi; satın alınan ürünlerle yetenek ve yetkinliklerde artış beklenir. Richins'e göre materyalizm, satın alma sonucunda bireylerin yaşamlarında olumlu değişimlerin gerçekleşeceğine dair güçlü bir inanç ve borçlanmaya karşı daha olumlu bir tutuma yol açar. Bu inanç ve tutum birlikte, fazla kredi kullanımına neden olur.

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun materyalizm (mutluluk boyutu) aracılığı ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi (-0.032 , $p=0.001$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H2c hipotezi desteklenmiştir. Analiz bulgularımıza göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisine materyalizm (mutluluk boyutu) aracılık etmektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu daha düşük olan tüketiciler, daha fazla materyal değerlere sahip olma yoluyla yaşamları ve çevreleri üzerinde kontrol gücü kazanmaya çalışmaktadırlar. Bu yönelim de, kredi kartı ile fazla harcama davranışına yol açmaktadır.

4.2.3. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Kompülsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kompülsif satın alma eğilimi üzerinde güçlü bir negatif etkisi ($b=-0.393$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Bu etkinin $b=-0.247$ 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan etki, -0.146 'lık ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H2d hipotezi desteklenmiştir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu azaldıkça kompülsif satın alma eğilimi artmaktadır. Bu sonuç, DeSarbo ve Edwards'ın (1996) dış kontrol odaklı

(kontrolü kendi dışında gören) tüketicilerin, iç kontrol odaklı olanlardan daha fazla kompülsif alışveriş yapma eğiliminde oldukları bulgusu ile uyumludur. Bulgumuz, Donnelly ve arkadaşlarının (2012) dış kontrol odağının kompülsif satın alma üzerinde pozitif etkisi bulunduğunu gösteren araştırma sonuçları ile de uyumludur.

Kompülsif satın alma, içsel psikolojik gerilim tarafından tetiklenen (Valence vd., 1988), bağımlılık yapıcı bir davranıştır. Moon ve Attiq'e (2018) göre stres kompülsif satın almanın en önemli tetikleyicisi olmakla birlikte, düşük benlik saygısı, depresyon ve anksiyete de kompülsif satın almanın nedenleridir. Kompülsif satın almada bulunan tüketiciler satın alma faaliyeti ile stresten ve kaygıdan kaçınmaya çalışırlar (DeSarbo ve Edwards, 1996). Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan bireyler stres ve olumsuz duygularla başa çıkabilecek bir tampona sahip olmadıklarından, kendilerini anlık olarak rahatlatacak fakat uzun vadede olumsuz sonuçlar doğurabilecek tüketici davranışlarına yönelebilirler. Hirschman'a (1992) göre, kompülsif tüketiciler yetersizlik duygularıyla boğuşmaktadırlar, duygularını yönetemediklerini hissederek kaygılarından kurtulmalarına yardımcı olmak ve kendilerini daha fazla kontrol altında hissetmelerini sağlamak için bir maddeye veya davranışa yönelirler. Bu madde veya davranış, kaygılarını azaltmayı ve özdenetim duygularını artırmayı başarır, pekiştirici olur ve tüketici, sıkıntı anında ona başvurmayı öğrenerek tekrarlar. Tüketicinin kompülsif davranışı haz arayışından değil bir rahatsızlık veya duygusal sıkıntının azaltılması amacıyla kaynaklanmaktadır. "Özünde, tüketici, mutsuzluk için etkili bir tedavi (yani ilaç) olarak deneyimlenen şeyle ilgilenmektedir" (s.159).

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kompülsif satın alma eğilimi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi (-0.012, p=0.001) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H2e hipotezi desteklenmiştir. Bulgularımıza göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisine kompülsif satın alma eğilimi aracılık etmektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu azaldıkça kompülsif satın alma eğilimi artmakta ve kompülsif satın alma eğilimindeki artış kredi kartı ile fazla harcama davranışına yol açmaktadır.

Watson (2009), kontrol odağı dışarıda olan bireylerin iç kontrol odağına sahip bireylere kıyasla, kompülsif alıcı olarak sınıflandırılma oranının önemli ölçüde daha yüksek olduğunu bulmuştur. Benzer bir yapı olan yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kompülsif satın alma eğilimi üzerindeki etkilerine ilişkin bulgularımız, Watson'ın bulgusu ile uyumludur.

4.2.4. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusunun Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun statü tüketimi üzerinde toplam $b=-0.303$, ($p=0.001$) bütünlüğünde negatif etkisi bulunmaktadır. H2d hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin $b=-0.037$ 'lik ($p=0.197$) kısmı doğrudan etki, -0.266 'lık ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Doğrudan etki istatüistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Dolaylı etkiye materyalizmin mutluluk boyutu aracılık etmektedir. Bu sonuç, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan tüketicilerin yaşamları üzerinde kontrol gücünü, sosyal statü arayışıyla maddi şeylerin sahipliği, özellikle statü simgeleyen tüketim yoluyla elde etmeye çalıştıkları şeklinde yorumlanmaktadır.

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun statü tüketimi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi (0.0003 , $p=0.343$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. H2g hipotezi reddedilmiştir. Bulgularımıza göre yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisine statü tüketimi aracılık etmemektedir. Statü tüketimi modelimizden elde edilen bulgulara göre, gelirle birlikte artmaktadır ve bütçe yönetimi becerisinin statü tüketimi üzerinde önemli bir baskılayıcı etkisi bulunmaktadır. Bu nedenlerle geliri aşan düzeylerde kredi kartı harcamasına yol açmamaktadır.

4.2.5. Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Bilgimiz dâhilinde, tüketicilerin kredi kartı ile harcama davranışı ile yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu (sense of mastery) arasındaki ilişki ilk kez bu araştırmada incelenmiştir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, materyalizm, kompülsif satın alma eğilimi ve statü tüketimi ile ilişkisi de bildiğimiz kadarı ile ilk kez bu araştırmada incelenmiştir. Bulgularımız yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun modelimizde içeren diğer değişkenlerle ilişkilerine, özellikle materyalizm, statü tüketimi ve kompülsif satın alma davranışının öncüllerine ışık tutarak literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Analiz sonuçlarımıza göre, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun kompülsif satın alma üzerindeki doğrudan etkisi yüksek iken ($b=-0.247$ 'lik ($p=0.001$)), statü tüketimi üzerindeki

doğrudan etkisi $b=-0.037$ 'lik ($p=0.197$) anlamlı bulunmamıştır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun statü tüketimi üzerindeki etkisinin büyük kısmı materyalizm (mutluluk boyutu) aracılığı ile gerçekleşmektedir (materyalizmin statü tüketimi üzerindeki doğrudan etkisi yüksektir $b=0.498$ ($p=0.001$)). Bu sonuç, statü tüketiminde bulunanların maddi şeylerin sahipliği ile statü kazanarak yaşamları üzerinde hâkimiyet sağlamaya, yaşamın güçlükleri ile bu şekilde başa çıkmaya çalıştıkları şeklinde yorumlanabilir. Materyalizmin kompülsif satın alma eğilimi üzerindeki doğrudan etkisi ise, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($b=0.043$, $p=0.158$). Bu sonuç, O'Guinn ve Faber'in (1989) kompülsif satın alma eğilimine sahip tüketicilerin maddi değeri olan şeylere sahip olmak için değil, daha çok duygusal sıkıntıdan kaçış amacıyla, negatif olay ve duygulara tepki olarak alışveriş yaptıkları (satın aldıkları ürünleri değil, alışveriş faaliyetini önemsedikleri) açıklamasını desteklemektedir.

Yapısal modelimizde (Model I), materyalizm (mutluluk boyutu) değişkenindeki varyasyonun $R^2=0.28$ 'i yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu değişkeni ile açıklanmaktadır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun iki kanaldan materyalizm üzerinde etkisi olduğunu düşünmekteyiz. 1) Araştırmalar, materyalist tüketicilerin depresyon, kaygı, duygusal dengesizlik (Burroughs ve Rindfleisch, 2002) gibi olumsuz duyguları daha fazla yaşadıklarını göstermektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük bireyler, bu tür olumsuz duygular ile başa çıkma kapasitesine sahip olmadığından ruh hallerini düzeltmek, gereksindikleri haz ve mutluluk duygularını hissedebilmek için maddi varlıkları edinmeye yönelmeleri bir başa çıkma tepkisi olabilir. 2) Yaşam üzerinde hakimiyet duygusu düşük bireyler, hissettikleri öz değer konusunda belirsizlik (Frost ve arkadaşları, 2007) , yetersizlik, güçsüzlük, duygularının üstesinden gelebilmek için kişiler ve olaylar üzerinde kontrol gücü kazanmak amacıyla, maddi varlıkları özellikle kendilerine sosyal güç kazandıracığını düşündükleri statü ve prestij göstergesi olan ürünleri edinmeyi fazla önemsemektedirler.

Bireylerin yaşamları üzerindeki hâkimiyet duygusunun geliştirilmesinin, mutluluk için maddi şeylere sahip olma arzusunu, statü tüketimini ve kompülsif satın alma eğilimini azaltarak kredi kartı ile fazla harcamayı engelleyici etkileri olabilir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunu (bireysel yetkinlik ve yeterlikleri) geliştiren müdahalelerin, tüketicileri psikolojik yönden güçlendirerek daha sağlıklı kararlar almalarına yardımcı olması beklenir.

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu literatürde çok yönlü araştırılmalarına konu edilmemiştir. Ancak bu yapının, insan davranışının pek çok yönü üzerinde etkisi olabileceği

düşünülmektedir. Bu yapının hem kavramsal çerçevesi, hem de öncülleri ve sonuçları üzerinde kapsamlı çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

4.3. RİSK TERCİHİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.3.1. Risk Tercihinin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Bireylerin genel risk tercihlerindeki farklılıkların sağlık, ekonomi, finansal yatırımlar konularında insan davranışlarını tahmin gücü olduğu çeşitli araştırmalarla gösterilmiştir. (Dohmen vd., 2009; Bonin vd., 2007; Jaeger vd., 2010; Daly vd., 2010). Araştırmamızda risk tercihi, bireyin genelde risk almaya ne derece gönüllü olduğu sorusu ile ölçülmüştür (Dohmen vd. 2009). Mata ve arkadaşlarına (2018) göre risk tercihi, öz bildirim şeklinde ölçüldüğünde genel psikolojik bir özellik olarak düşünülebilir ve bu nedenle psikolojik ve ekonomik teorilerde ve politika oluşturmada dikkate alınması gereken önemli bir değişkendir.

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre, risk tercihi daha yüksek tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıkları daha yüksektir. Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi $b=0.234$ ($p=0.001$) olarak tahmin edilmiştir. Risk tercihi 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.234 standart sapma artmaktadır. H3a hipotezi desteklenmiştir. Tüketicilerin risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır. Bu etkinin $b=0.102$ 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan 0.132'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir.

Kredi kartı ile fazla harcama, süreklilik gösteriyorsa, asgari ödeme tutarları ve yüksek faiz oranları ile hızlı bir borç birikimine neden olabilir. Borçların ödenebilmesi büyük ölçüde henüz kazanılmamış, gelecekte elde edilecek gelire bağlı olduğundan, gelecekte iş kaybı, sağlık sorunları gibi geliri olumsuz etkileyebilecek yaşam olaylarıyla karşılaşma riski vardır. Yüksek faizli borç tüketicilerin finansal güvenliğini tehlikeye atar. Elde edilen bulgu, genel risk tercihi daha düşük olan tüketicilerin, finansal risklere karşı daha duyarlı oldukları bu nedenle, kredi kartı ile fazla harcama yapmaktan kaçındıkları şeklinde yorumlanmaktadır.

Daly ve arkadaşları (2010), öğrencilerin katılımıyla yaptıkları çalışmada genel risk alma gönüllülüğü ile ölçtükleri risk tercihinin farklı borç kategorileri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bulguları risk tercihinin banka borcu, kredi kartı borcu, kredili mevduat hesabı bakiyesini tahmin gücünün yüksek olduğunu göstermişlerdir. Brown ve arkadaşlarının (2008) bulgularına göre ise, risk tercihindeki kişiler arası farklılık hane halkı borç birikiminin önemli bir belirleyicisidir ve riskten kaçınma hane halkı borç birikiminin azalmasına yol açmaktadır. Hermansson'da (2015) subjektif risk tercihi ölçümü ile İsveç'te yaptığı araştırma sonucunda, yüksek risk iştahına sahip olanların, düşük risk iştahına sahip olanlara göre önemli ölçüde daha yüksek borca sahip olduğunu göstermiştir. Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu gösteren bulgumuz bu araştırmaların sonuçlarıyla tutarlıdır.

4.3.2. Risk Tercihinin Bütçe Yönetimi Becerisi Üzerindeki Etkisi

Bulgularımıza göre risk tercihinin bütçe yönetimi becerisi üzerinde negatif etkisi vardır (standartlaştırılmış doğrudan etki $b=-0.168$ 'dir ($p=0.001$)). H3b hipotezi desteklenmiştir. Risk almak istemeyen tüketiciler harcamaları üzerinde kontrol sağlayabilmek için bütçelerini daha iyi yönetmektedirler. Risk tercihinin bütçe yönetimi becerisi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde dolaylı etkisi 0.0212 ($p=0.001$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H3c hipotezi desteklenmiştir. Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki pozitif etkisine bütçe yönetimi becerisi aracılık etmektedir. Bu sonuçlara göre, tüketicilerin risk alma gönüllülüğü azaldıkça, bütçelerini daha iyi yönetmektedirler. Risk almak istemeyen tüketiciler harcamalarını gelirlerine göre düzenlemekte böylelikle fazla harcama yapmaktan kaçınmaktadırlar. Literatür incelemesinde risk tercihinin bütçe, nakit yönetimleri gibi benzer bir değişkenle arasındaki ilişkileri araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

4.3.3. Risk Tercihinin Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısı Üzerindeki Etkisi

Analiz bulguları risk tercihi düşük olan tüketicilerin daha az sayıda kredi kartına sahip olduğunu göstermektedir. Risk tercihinin sahip olunan kredi kartı sayısı üzerindeki standartlaştırılmış toplam etkisi 0.181 ($p=0.001$) olarak tahmin edilmiştir. Bunun $b=0.159$ 'luk

($p=0.001$) kısmı doğrudan etki 0.022'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H3d hipotezi desteklenmiştir. Risk tercihinin sahip olunan kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi vardır. Risk alma gönüllülüğü arttıkça tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı artmaktadır.

Risk tercihinin tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi 0.0808 ($p=0.001$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H3e hipotezi desteklenmiştir. Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki pozitif etkisine tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı aracılık etmektedir.

Bankalar kredi kartı pazarından daha fazla pay alabilmek için kredi kartlarını kullanan tüketicilere farklı avantajlar sunmaktadırlar. Bu tür avantajlar harcamaları teşvik etmek amacıyla tasarlanmaktadır. Çok sayıda kredi kartı tutmak kayıp/çalınma gibi riskler de barındırır. Bulgularımız, risk tercihi daha düşük olan tüketicilerin bu tür risklere karşı daha az sayıda kredi kartı tutmayı tercih ettiklerini, bunun da kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıklarını azalttığını göstermiştir. Literatürde tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı ile risk tercihi arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

4.3.4. Risk Tercihinin Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Üzerindeki Etkisi

Bulgularımız, daha yüksek risk tercihinine sahip tüketicilerin, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun daha olumlu olduğunu göstermektedir. Risk tercihinin KKTT üzerindeki standartlaştırılmış toplam etkisi 0.068 ($p=0.023$) olarak tahmin edilmiştir. Etki küçük olmakla birlikte H3f hipotezi desteklenmiştir. Risk tercihinin KKTT üzerinde pozitif etkisi vardır. Risk tercihinin KKTT aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi 0.001925 ($p=0.001$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H3g hipotezi desteklenmiştir. Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki pozitif etkisine tüketicinin olumlu KKTT'na sahip olması aracılık etmektedir.

Kredi kartı ile taksitli alışveriş, harcamanın gelecekteki gelir akımına uygun biçimde kredi kartı ile ödenmesini sağlayarak borçlanmayı kolaylaştırır. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun tüketicinin borçlanma tutumu ile paralellik gösterdiği düşünülmektedir. Tutumların davranışları tahmin edeceğini ileri süren planlı davranış teorisini (Ajzen, 1991)

temel alan çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bulgularımız, borçluluk üzerinde pozitif etkisi bulunduğu araştırmalarla gösterilen risk tercihinin kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu üzerinde de pozitif etkisi olduğunu göstermektedir.

4.3.5. Risk Tercihinin Kompülsif Satın Alma Eğilimi, Statü Tüketimi ve Tasarruf Becerisi Üzerindeki Etkileri

Hipotezlerimiz doğrultusunda tanımlanan Model I'in modifikasyon indeksleri risk tercihi ile kompülsif satın alma eğilimi ve statü tüketimi arasında istatistiksel ilişki bulunduğunu göstermiştir. Daha düşük risk tercihinin sahip tüketicilerin, fazla harcamanın yaratabileceği sorunlardan kaçınmak için, tüketim ve satın alma davranışlarında daha kontrollü olmaları beklenebileceğinden model II'de risk tercihi ile statü tüketimi ve kompülsif satın alma eğilimi arasında neden sonuç ilişkisi tanımlanmıştır. Model II'nin tahmin sonuçlarına göre, risk tercihinin statü tüketimi üzerinde ($b=0.114$, $p=0.001$) ve kompülsif satın alma eğilimi üzerinde ($b=0.153$, $p=0.001$) doğrudan pozitif etkisi bulunmaktadır. Literatürde bu ilişkileri araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Diğer taraftan, risk alma gönüllülüğü düşük olan tüketicilerin, geleceğin belirsizliklerine karşı ihtiyatlı davranmak ve iş kaybı, sağlık sorunları gibi olumsuz durumlarda finansal sorunlar yaşamamak için tasarruf yapma pratiklerinin daha iyi olması beklenir. Model II'ye eklenen tasarruf becerisi değişkeni üzerinde risk tercihinin zayıf olmakla birlikte, istatistiksel olarak anlamlı ($b=-0.12$, $p=0.001$) dolaylı negatif etkisi olduğu tahmin edilmiştir.

4.3.6. Risk Tercihi Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Risk tercihinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkisinin bulunması nedeniyle kredi kartı ile fazla harcama davranışının azaltılabilmesi için tüketicilerin risk tercihinin düşürülmesi önerilemez.

Dohmen ve arkadaşlarına (2009) göre bireylerin risk tercihleri algı ve sübjektif inançlardan etkilenmektedir. Ayrıca, risk tutumları ebeveynlerden çocuklarına geçen nisbeten istikrarlı bir kişilik özelliğidir. Grable ve Joo (1997) risk tercihinin belirleyen değişkenler hakkında yaptıkları araştırma sonucunda risk tercihinin yaş, cinsiyet, medeni durum ve gelire ilişkisini

anlamli bulmamış, yalnızca risk bilgisindeki artışın daha yüksek risk tercihinin neden olduğunu bulmuşlardır. Araştırmamızın kontrol değişkenleri gelir ve eğitim ile risk tercihinin ilişkisi anlamli bulunmamıştır. Yaş ile risk tercihi arasında ise negatif korelasyon bulunmuştur ($r=-0.12$, $p=0.001$). Yaş arttıkça risk tercihi düşmektedir.

Risk ölçümleri sağlıklı yapılabildiği ölçüde, tüketicilerin risk tercihinin bilinmesi kredi kartları ile harcama/borçlanma limitlerinin belirlenmesinde hem finansal kurumlar hem de düzenleyici otorite açısından önemli bir kıstas olabilir. Ayrıca, risk konusunda tüketicilerin bilgi sahibi olmaları, öngörebilecekleri ve üstesinden gelebilecekleri riskleri almaları konusunda daha bilinçli kararlar almalarını sağlayabilir.

Risk tercihi, tek soru içeren bir öz bildirim ölçeği ile ölçülmüş olduğundan, ölçüm hataları konusunda bir tahminde bulunulamamaktadır. Genel risk tercihinin ölçmek için çok maddeli psikometrik ölçeklere ve risk tercihinin farklı davranışları tahmin performansları ile ilgili çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

4.4. MATERYALİZMİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.4.1. Materyalizmin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Richins ve Dawson (1992), materyalizmi, başarı, mutluluk gibi başlıca yaşam amaçlarına veya arzu edilen durumlara ulaşmak için maddi değerlerin mülkiyeti ve edinilmesine atfedilen önem olarak tanımlamışlardır. Onlara göre materyalizm kişisel bir değer ve inançtır. Yüksek düzeyde materyalist bireyler maddi şeyler (mal, mülk, eşya) edinmeyi başarının en önemli göstergesi mutluluğun anahtarı ve yaşamın amacı olarak görür ve kendilerini maddi şeyler üzerinden tanımlarlar. Belk (1985), bir kişilik özelliği olarak gördüğü materyalizmi tüketicinin dünyevi mülklere verdiği önem olarak tanımlamıştır. Donnelly ve arkadaşlarına (2016) göre, “materyalizm basitçe maddi nesnelere tüketimine eğilim göstermekten daha çok, satın alma davranışının arkasındaki motivasyonu yansıtır” (s.298).

Richins'e (2011) göre yüksek düzeyde materyalist tüketiciler arzuladıkları şeylere sahip olmanın, insanlarla ilişkiler, kendileriyle ilgili algılar, yaşamlarında etkinlik ve yaşamdan keyif alma gibi konularda önemli dönüşümler gerçekleştirmesini beklerler.

Inglehart (1990) ise, materyalizmi yaşamın devamını ve fiziksel güvenliği sağlamak için alt düzeydeki ihtiyaçlara kronik bir odaklanma olarak görmüştür. Inglehart'a göre bireylerin ve toplumların diğerlerinden daha materyalist olma nedenlerinden biri, bireyin gelişim yıllarında yaşadığı sübjektif ekonomik yoksunluk ve güvensizlik deneyimi, diğeri ise aile, akranlar ve rol modellerin sosyal etkisinin öğrenme yoluyla bireyde materyalist eğilimleri şekillendirmesidir. Inglehart, erken yaşlardaki sübjektif ekonomik yoksunluk ve güvensizlik deneyimlerinin, kişinin daha üst düzey ihtiyaçları pahasına, maddi ihtiyaçlara ömür boyu sürecek bir saplantıya yol açtığını ileri sürmüştür (Aktaran, Ahuvia ve Wong 2002). Ahuvia ve Wong'a (2002) göre Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki alt düzey ihtiyaçların üst düzey ihtiyaçlara göre önceliklendirilmesi materyalizm olarak kendini gösterir.

Richins'in (2004) materyal değerler ölçeği ile ölçülen üç boyutlu materyalizm değişkeni, diğer değişkenlerle birlikte ele alındığında ayırt edici geçerliği yalnızca materyalizmin mutluluk boyutunun sağlamış olması nedeniyle istatistiksel analiz materyalizmin mutluluk boyutu ile yapılmıştır. Materyalizmin mutluluk boyutu, bireyin maddi değerlerin mülkiyeti ve edinilmesini mutluluğun anahtarı olarak görmesini ifade etmektedir.

Materyalist mutluluk arayışları, tüketicilerin kredi kartı harcamalarının ve borçluluğunun artmasında, farkı yollardan etki göstererek önemli rol oynamaktadır.

İstatistiksel analiz bulgularına göre, daha materyalist tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıkları daha yüksektir. Materyalizmin (mutluluk boyutu) kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki standartlaştırılmış toplam etkisi $b=0.321$ ($p=0.001$) olarak tahmin edilmiştir. H4a hipotezi desteklenmiştir. Materyalizm 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.321 standart sapma artmaktadır. Bu etkinin $b=0.101$ 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan, 0.22'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Dolaylı etkiye kompulsif satın alma eğilimi, statü tüketimi, bütçe yönetimi becerisi, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu, kredi kartı etkisi, gelir yeterliği algısı ve tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı aracılık etmektedir.

Bulgularımız önceki araştırmaların bulguları ile tutarlıdır. Richins (2011), materyalizm ile kredi kartı borç düzeyi arasında pozitif ilişki bulmuş (0.21, $p < 0.001$) ve materyalizm ile aşırı kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiye tüketicilerin satın alma yoluyla yaşamlarında dönüşüm gerçekteőeği beklentilerinin aracılık ettiğini göstermiştir. Gardarsdóttir ve Dittmar, (2012) materyalizmin, bireylerin harcama eğiliminin önemli bir tahmincisi olduğunu, materyalizm düzeyi daha yüksek olanların para yönetimi becerilerinin daha kötü olduğunu, materyalizmin kompülsif satın alma ($b=0.39$, $p<0.001$) ve borç miktarı üzerinde ($b=0.21$, $p<0.001$) pozitif etkisi bulunduğunu tahmin etmişlerdir. Watson'da (2003) benzer şekilde yüksek düzeyde materyalist olan bireylerin daha fazla harcama yaptığını, materyalizm düzeyi düşük olan bireylerin ise daha fazla tasarruf yaptığını bulmuştur.

4.4.2. Materyalizmin Kompülsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi

Analiz sonuçlarına göre, mutlu olmak için maddi şeylerin sahipliğine daha fazla değer veren tüketicilerin, kompülsif satın alma eğilimi daha yüksektir. Materyalizmin mutluluk boyutunun kompülsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi (standartlaştırılmış toplam etki $b=0.274$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H4b hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin 0.231'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı, $b=0.043$ 'lük ($p=0.158$) kısmı doğrudan etkidir. Doğrudan etki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Dolaylı etki, statü tüketimi, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu ve bütçe yönetimi becerisi aracılığında gerçekteőmektedir. Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma davranışı (MATM→KOMS→KKFH 0.00157 ($p=0.113$) yolu ile) aracılık etmemektedir. H4c hipotezi bu yol için reddedilmiştir. Materyalizmin mutluluk boyutu kompülsif satın alma eğilimini doğrudan artırarak kredi kartı ile fazla harcamaya neden olmamaktadır.

Bulgularımız önceki araştırmaların bulguları ile tutarlıdır. Materyalizmin kompülsif satın almayı öngördüğünü gösteren çok sayıda araştırma bulunmaktadır (örneğin, Dittmar, 2005; Dittmar vd. 2007; Donnelly vd., 2012; Donnelly vd., 2013; Faber ve O'Guinn, 1992; Gardarsdóttir ve Dittmar, 2012; O'Guinn ve Faber, 1989; Roberts, 2000; Pham vd., 2012). Türkiye'de de, Tokgöz (2020) 17-24 yaş arası öğrencilerle yaptığı araştırma sonucunda materyalist değerlerin, kompülsif tüketim üzerinde pozitif etkisi olduğunu bulmuştur.

Donnelly ve arkadaşları (2013) materyalizm ile kompülsif satın alma arasındaki korelasyonu $r=0.36$ ($p<0.001$), para yönetimini modellerine dâhil ettikten sonra materyalizmin kompülsif

satın alma üzerindeki etkisini $b=0.23$ $p<0.001$ olarak hesaplamışlardır. Donelly ve arkadaşlarının araştırmasında para yönetimi çok geniş tanımlanmış olmasına ve değişkenlerin ölçümlerinde farklılıklar bulunmasına rağmen bulgumuz bu sonuca paralellik arz etmektedir.

Santini ve arkadaşları (2017) tarafından materyalizmin öncülleri ve sonuçları hakkında 77 makale incelemesi ile gerçekleştirilen meta analiz sonucunda materyalizmin kompülsif alışveriş üzerindeki etkisi 0.452 ($p<0.001$), statü tüketimi üzerindeki etkisi 0.560 ($p<0.001$) olarak bulunmuştur (ölçüm hataları düzeltilmiş ortalama etki). Çalışmamızda materyalizm ile kompülsif satın alma eğilimi ve statü tüketimi arasındaki korelasyon bulgularımız sırası ile $r=0.476$ ve $r=0.582$ 'dir ($p=0.001$). Korelasyon sonuçlarımız, meta analiz sonuçlarına oldukça yakındır. Modelimizin çok değişkenli olması ve rakip etkileri olan değişkenler içermesi nedeniyle etki düzeyleri görece olarak azalmaktadır. Santini ve arkadaşlarına göre materyalist davranış, tüketicilerin başkalarının dikkatini çekmek ve kimliklerini statü üzerinden tanımlamak için ihtiyaç olmayan pahalı ürünleri satın almalarını teşvik etmektedir.

O'Guinn ve Faber (1989) kompülsif satın alma davranışını materyalizmin kişiler arası ilişkileri iyileştirme/geliştirme yönü ile daha fazla ilişkili bulmuşlardır. Onların bulgularına göre kompülsif tüketiciler sahip olmaya diğer tüketicilerden daha fazla değer vermemektedirler. Kompülsif alıcılar bazen satın aldıkları ürünü paketinden bile çıkarmadıklarını ifade etmektedirler. Kompülsif satın alma davranışının ardındaki temel motivasyon ürüne sahip olma isteğinden değil kişiler arası olumlu ilişkiler ve benlik algısını geliştirmekten sağlanan kısa dönemli tatminlerdir.

Araştırma sonuçlarımızda materyalizmin kompülsif satın alma üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı bulunup, doğrudan etkisinin anlamlı bulunmaması O'Guinn ve Faber'in ve Santini ve arkadaşlarının açıklamalarını desteklemektedir. Modelimizden elde ettiğimiz bulgulara göre materyalizm ile kompülsif satın alma arasındaki ilişkiye statü tüketimi aracılık etmektedir. Materyalizm statü tüketimi aracılığıyla kompülsif satın almaya yol açmaktadır. Kompülsif alıcı materyalist tüketici için amaç olan mal ve ürünlerin sahipliğini fazla önemsememektedir. Materyalizmin bireysel görünüşleri iyileştirme, özgüveni artırma, saygı görme ve ayrıca olumsuz duygularla başa çıkabilmek için haz beklentisi ile satın alma yönünün kompülsif satın almayı teşvik ettiği söylenebilir. (Model I ve II'de hazcı alışveriş değişkeni çoklu doğrusal bağlantı nedeniyle dışarıda bırakıldığından bu ilişki

izlenememektedir. Bununla birlikte, kompülsif satın alma eğilimini sonuç değişkeni olarak ve YÜHD, MATM, BÜTY, HAZA ve DÜRS değişkenlerini tahminçiler olarak tanımladığımız ayrı bir modelde, hazcı alışverişin materyalizm ile kompülsif satın alma eğiliminde arasındaki ilişkiye aracılık ettiği ve diğer değişkenler arasında kompülsif satın alma eğilimi üzerinde en yüksek etkiye sahip değişken olduğu görülmüştür.)

Materyalizm mutluluk ve yaşam memnuniyeti ile negatif ilişkili, stres, anksiyete, depresyon ile pozitif ilişkili (Burroughs ve Rindfleisch, 2002), kompülsif satın alma, kendilik kararsızlığı (ikirciklilik) ve bağlanma kalıpları (Frost vd., 2007) ile ilişkili bulunmuştur. Duygu durumunu iyileştirme amacı materyalist tüketicilerde kompülsif satın alma eğilimine yol açmaktadır (Dittmar, 2005; Donnelly vd., 2013). Materyalist değerlere sahip bazı tüketiciler alışverişini duygu durumundaki olumsuzluklarla başa çıkma yöntemi olarak kullanırlar (Dittmar vd., 2007). Alışveriş yapmaktan alınan haz, duygu durumundaki olumsuzluklara uzun vadede çare olamayacağından, duygu durumundaki her bozulmada davranış tekrarlanarak kompülsif satın alma davranışına yol açmaktadır.

Segev ve arkadaşları (2015) depresyon ile hem genel materyalizm hem de materyalizmin mutluluk boyutu arasında pozitif ilişki bulmuşlardır. Mutluluk boyutunu, negatif duygulanımla da pozitif ilişkili bulmuşlar ve bunun, Kasser'in (2002) maddi varlıkların tüketicilerin olumsuz duygularla başa çıkmasına yardımcı olduğu görüşünü doğruladığını ifade etmişlerdir. Aynı çalışmada, materyalizmin mutluluk boyutu (genel materyalizm değil), yaşam memnuniyeti ile de negatif ilişkili bulunmuştur. Tüketicilerin maddi mülkiyet yoluyla olumsuz duygularla başa çıkmaya ve mutluluğu elde etmeye çalışmaları yaşam memnuniyetlerini artırmamaktadır. Bu bulgu da, satın alma davranışının olumsuz duygulanımlarda iyi hissetme amacıyla tekrarlanarak kompülsif satın alma davranışına yol açtığı görüşünü teyit etmektedir.

4.4.3. Materyalizmin Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi

İstatistiksel analiz sonuçlarımıza göre, daha materyalist tüketiciler, statü göstergesi olan ürün/mal ve hizmetleri daha fazla tüketme eğilimindedirler. Materyalizmin mutluluk boyutunun statü tüketimi üzerinde güçlü pozitif etkisi (standartlaştırılmış toplam etki $b=0.55$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Bu etkinin $b=0.498$ 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan, 0.052 'lik

($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H4d hipotezi desteklenmiştir. Tüketicilerin materyalizm düzeyi (maddi varlıklara sahip olmanın mutluluk getireceği inancı) arttıkça statü göstergesi olan ürünleri daha fazla tüketmek istemektedirler,

Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye statü tüketimi (MATM→SOST→KKFH $-0.014 < -0.0036 < 0.007$ ($p=0.05$)) yolu ile aracılık etmemektedir. H4e hipotezi bu yol için desteklenmemiştir. Ancak, (MATM→SOST→KOMS→KKFH $0,0066$ ($p=0.001$) ve MATM→SOST→KKET→KKFH $0,005$ ($p=0.001$) yolları ile aracılık etmekte olup, bu yollar için H4e hipotezi desteklenmiştir (bak. Ek 15). Materyalizmin statü tüketimini artırması, kompülsif satın alma eğilimini artırarak kredi kartı ile fazla harcamaya neden olmaktadır. Arzulanan statünün korunabilmesi statü göstergesi ürünlerin satın alınmasının sıklıkla tekrarlanmasını gerektirmektedir. Bu nedenle statü tüketimi kompülsif satın alma eğilimini teşvik ediyor gibi görünmektedir.

Bulgularımız, materyalizm ile statü tüketimi arasında güçlü bir ilişki bulunduğunu göstermiş olan önceki araştırmaların (Türk ve Ercis, 2017; Bevan-Dye et al., 2012; Türkmen ve Erten, 2020) sonuçlarını teyit etmektedir. Tokgoz (2020) de, Türkiye’de 17-24 yaş arası öğrencilerle yaptığı araştırma sonucunda materyalist değerlerin statü tüketimi ($b=0.56$), üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Materyalizmin mutluluk boyutunun, statü tüketimi üzerindeki yüksek etkisi, statü göstergesi ürünlerin tüketiminin sosyal ilişkileri olumlu etkilemesinin ve sosyal güç kazandırmasının mutluluk getireceği beklentisi ile açıklanabilir. Flynn ve Goldsmith (2016) de materyalizmin statü tüketimi üzerinde pozitif etkisi olduğunu, ancak bunun materyalizmin başarı boyutundan kaynaklandığını ve statü tüketiminin, materyalizmin alışveriş ve satın alma üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiğini bulmuşlardır. Bulgularımız statü tüketiminin, materyalizmin mutluluk boyutunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiğini göstermektedir.

Yurchisin ve Johnson (2004) araştırmalarında bulgularımıza paralel olarak materyalizmin kompülsif satın alma üzerindeki regresyon katsayısını $b=0.36$ ($p=0.00$) ve sosyal statü için satın alma üzerindeki regresyon katsayısını $b=0.30$ ($p=0.00$) düzeyinde bulmuşlardır.

Türkmen ve Erten, 2020 ise, statü tüketimi üzerinde materyalizmin mutluluk ve merkezîyetçilik alt boyutlarının anlamlı ve pozitif etkisi olduğunu ancak, başarı boyutunun anlamlı bir etkisi olmadığını bulmuşlardır.

Mai ve Tambyah (2011), materyalizmin mutluluk boyutunun statü tüketimi üzerindeki etkisini beklenen yönde ancak istatistiksel olarak anlamlı bulmamışlardır. Bunu, materyalizmin mutluluk boyutunun tüketiciler için, statü arayışından ziyade, hedonik yön (zevk ve heyecan arayışı) ile ilgili olmasına bağlamışlardır.

4.4.4. Materyalizmin Bütçe Yönetimi Becerisi Üzerindeki Etkisi

Analiz sonuçlarına göre, mutlu olmak için maddi şeylerin sahipliğine daha fazla değer veren tüketicilerin, bütçelerini daha kötü yönetmektedirler. Materyalizmin mutluluk boyutunun bütçe yönetimi becerisi üzerinde negatif etkisi (standartlaştırılmış etki $b=-0.096$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Tahmin edilen bu etki küçük olmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlıdır. H4j hipotezi desteklenmiştir.

Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye bütçe yönetimi becerisi (0.0225 ($p=0.001$)) aracılık etmektedir. H4k hipotezi desteklenmiştir. Daha materyalist tüketiciler, bütçelerini daha kötü yönettikleri için kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıkları daha yüksektir.

Bulgularımız önceki araştırmaların (Donnelly vd., 2012; Gardarsdóttir ve Dittmar, 2012; Donnelly vd., 2013) bulguları ile örtüşmektedir. (Donnelly vd., 2012), materyalizmin her üç bileşenini ayrı ayrı incelemişler ve materyalizmin mutluluk boyutu ile nakit yönetimi ve finansal yönetim davranışı arasında güçlü bir negatif ilişki bulunduğunu göstermişlerdir. Bu sonucu, materyalizmin nakit yönetimi üzerindeki negatif etkisinin arkasındaki itici gücün maddi varlıkların mutluluk getireceği inancı olduğu şeklinde açıklamışlardır. Çalışmalarında ayrıca materyalizmin; nakit yönetiminin, kredi kartı borcunun, servetin ve kompulsif satın almanın önemli bir tahmincisi olduğunu göstermişlerdir. Bulgularına göre, maddi değerlerle mutluluk arayışı, kredi kartı borcu, servet ve kompulsif satın alma ile temsil edilen finansal refah üzerinde önemli etkiye sahip olan nakit yönetiminin bir yordayıcısıdır.

Donnelly ve arkadaşları (2013), para yönetiminin materyalizmin kompülsif satın alma üzerindeki etkisine aracılık ettiğini bulmuşlardır. Ayrıca, materyalistlerin ruh halini iyileştirmek için alışveriş yapmalarının ve satın almanın yaşamlarını değiştireceğine inanmalarının kompülsif satın almayı açıkladığını göstermişlerdir. Analiz sonuçlarımızda da MATM→BÜTY→KOMS→KKFH yolu üzerinden zincirleme etki (0.00041 $p<0.001$) (bak. Ek 15) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Materyalizmin (mutluluk boyutu; maddi şeylere sahip olmanın mutluluk getireceği inancının) bütçe yönetimini bozması, bütçe yönetiminin kompülsif satın alma eğilimi üzerindeki baskılayıcı etkisini azaldarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırmaktadır.

Pham ve arkadaşlarının (2012) araştırma bulguları da, finansal yönetim uygulamaları zayıf olan materyalistlerin, iyi finansal yönetim uygulamalarına sahip materyalistlere kıyasla kompülsif alıcılar olma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir.

4.4.5. Materyalizmin Gelir Yeterliği Algısı Üzerindeki Etkisi

Gelir yeterliği algısı kişinin içinde yetiştiği koşullardan, kişisel özelliklerinden, değer ve inançlarından, amaç ve beklentilerinden etkilenir. Aynı gelir düzeyindeki iki kişiden biri diğerinden daha yüksek materyalist değerlere, beklentilere, pahalı alışkanlıklara ve arzulara sahip ise, ihtiyaçlarını daha yüksek algılayacağından gelirini daha yetersiz bulması beklenir.

Analiz sonuçlarına göre, daha materyalist tüketiciler, gelirlerini ihtiyaçlarını karşılamakta daha yetersiz bulmaktadırlar. Materyalizmin mutluluk boyutunun gelir yeterliği algısı üzerinde negatif etkisi (standartlaştırılmış toplam etki $b=-0.271$., $p=0.001$) bulunmaktadır. Bu etkinin $b=-0.259$ 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan, -0.012 'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H41 hipotezi desteklenmiştir.

Yeterlik değerlendirmesinde referanslar önemli bir unsurdur. Tüketicinin referans aldığı grup veya kişilerin gelir ve tüketimleri yeterlik algısını etkiler (Hazelrigg ve Hardy, 1997). Kendisinden daha yüksek gelir grubundakilerin tüketim biçimini referans alan bireylerin gelir yeterliği algısının daha düşük olması beklenir. Materyalistler statüyü önemsediklerinden, statüyü değerlendirmek için maddi mülkiyet ve tüketim deneyimleri üzerinden sosyal karşılaştırma yaparlar (Richins, 1992). Tüketiciler medya (reklamlar, filmler vb. sosyal medya) aracılığı ile idealize edilmiş yaşam biçimlerinin görüntülerine sıklıkla maruz

kalmaktadırlar. Materyalist tüketiciler kendi yaşamları ile karşılaştırdıkları idealize edilmiş bu yaşam standartları arasındaki farktan dolayı eksiklik hissederler ve bu eksikliği gidermek için daha fazla satın alma, tüketme ve harcamaya ihtiyaç duyarlar. Bulgularımız mutluluğu maddi değerlere sahip olmakta arayan daha materyalist bireylerin gelir yeterliği algısının daha düşük olduğunu göstermektedir.

Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye gelir yeterliği algısı (0.0358 ($p=0.001$)) aracılık etmektedir. H4m hipotezi desteklenmiştir. Bu bulgulara dayanılarak, daha materyalist tüketicilerin, daha fazla maddi varlığa sahip olmak istemeleri nedeniyle, gelirlerini ihtiyaçlarını karşılamakta daha yetersiz buldukları ve harcamalarını daha fazla kredi kartları ile finanse etme yoluna gittikleri söylenebilir.

Gelir yeterliği algısının materyalizm ve kredi kartı kullanımı ile ilişkisini araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bulgular yenidir. Ancak önceki araştırma bulguları, materyalistlerin gelirlerinden memnuniyetsiz olduklarını (Ahuvia ve Wong, 2002) ve sahip oldukları para miktarından daha fazla paraya sahip olmak istediklerini (Christopher vd., 2004) göstermektedir. Mutluluğu daha fazla maddi şeylerde aramak, ihtiyaçları (miktar/çeşit/nitelik bakımından) artırdığından gelirin yetersiz algılanma olasılığını artırır. Materyalizm düzeyi daha yüksek olan tüketiciler, gelirlerini yetersiz bulduklarından, ihtiyaç duydukları/arzuladıkları mal ve hizmetleri satın alabilmek için krediye erişimin en kolay yolu olan kredi kartlarıyla fazla harcama davranışına daha eğilimli olmaktadır.

4.4.6. Materyalizmin Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, daha yüksek materyalizm düzeyine sahip olmak, ödemeyi kredi kartı ile yapmanın tüketici harcamaları üzerindeki etkisini artırmaktadır. Materyalizmin mutluluk boyutunun kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi (standartlaştırılmış toplam etki $b=0.316$, $p=0.001$) olduğu bulunmuştur. Bu etkinin $b=0.10$ 'luk ($p=0.007$) kısmı doğrudan, 0.216 'lık ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H4n hipotezi desteklenmiştir. Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi (0.00599, ($p=0.005$)) aracılık etmektedir. H4o hipotezi desteklenmiştir. Tüketici mutlu olmak için daha fazla maddi varlıklara sahip olma ihtiyacı duyuyor ise, ödemelerini kredi kartı ile yapması harcamalarını

kolaylaştırıp teşvik ederek kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunmasına neden olmaktadır.

Kredi kartı kullanmanın harcamaları artırıcı etkisinin nedenlerinden biri, ödeme yapmanın verdiği sıkıntıyı (pain of paying) o anda ortadan kaldırması/ertelemesi nedeniyle, satın almanın duygusal maliyetini azaltarak materyalist tüketicilerin satın almaktan duyduğu mutluluğu (nakit ödeme yapmaya göre) artırması (veya azaltmaması) olabilir.

Materyalizmin ile harcamalarda kredi kartı etkisi arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bulgumuz ilk olabilir.

4.4.7. Materyalizmin Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, daha materyalist (mutluluğu maddi değerlere sahip olmaktan arayan) tüketiciler daha olumlu kredi kartı ile taksitli ödeme tutumuna sahiptirler. Materyalizmin mutluluk boyutunun kredi kartı taksit tutumu üzerinde pozitif etkisi (standartlaştırılmış etki $b=0.187$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H_{4p} hipotezi desteklenmiştir. Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı taksit tutumu (0.00978 , $p=0.001$) aracılık etmektedir. H_{4r} hipotezi desteklenmiştir. Materyalizm, tüketicilerin kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunu olumlu etkileyerek, kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırmaktadır.

Bulgularımız Richins (2011) ve Watson'ın (2003) bulgularına paraleldir. Richins (2011), materyalizm ile borçlanma tutumu arasında pozitif ilişki bulmuştur. Watson (2003) yüksek düzeyde materyalist bireylerin özellikle zorunlu olmayan (lüks) tüketimleri için daha olumlu borç tutumuna sahip olduklarını, taksitli kredi kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuştur.

Richins ve Dowson materyalizmi bireysel bir değer olarak tanımlamışlardır. Materyalist tüketicilerin, mutlu olmak amacıyla maddi varlıklara verdiği değer, onları elde edebilmek için gerekli araçlara (kredi kart ile taksitli ödemeye) karşı olumlu tutum geliştirmelerini açıklayabilir. Çünkü "tutumlar, değerlerin bir yansımasıdır. Bir ürün veya hizmet, bir kişinin değerlerini ve yaşam tarzını, kişiliğini ve benlik imajını ifade ettiğinde olumlu tutumlar oluşur.

Bunun nedeni, tutumların insanlara değerlerini ifade etmeleri için bir temel sağlamasıdır". (Sahney, t.y.)

4.4.8. Materyalizmin Tüketicinin Sahip Olduğu Kredi Kartı Sayısı Üzerindeki Etkisi

Analiz sonuçlarına göre, daha materyalist (mutluluğu maddi değerlere sahip olmaktan arayan) tüketiciler daha fazla sayıda kredi kartına sahiptirler. Materyalizmin mutluluk boyutunun kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi (standartlaştırılmış toplam etki $b=0.182$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H4s hipotezi desteklenmiştir. Materyalizm ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı sayısı (0.01597 , ($p=0.001$)) aracılık etmektedir. H4t hipotezi desteklenmiştir. Materyalizm, tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısını artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırır.

Araştırma sonuçları tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı arttıkça kredi kartı borcunun arttığını göstermektedir (Kim ve DeVaney, 2001; Altan ve Göktürk 2007; Ceylan, 2006). Farklı bankaların kredi kartlarına sahip olmak, sağladıkları farklı avantajlar nedeniyle harcamaları teşvik edici olabilir. Ancak, bu tek başına fazla harcamaya yol açmayabilir. Çok sayıda kredi kartı tutma nedenlerinden biri tüketicinin materyalist olmasıyla açıklanabilir. Mutluluğu maddi varlıkların sahipliğinde arayan materyalizm düzeyi yüksek olan tüketicinin, farklı finansal kurumların çıkardığı kredi kartlarının avantajlarından yararlanmak ve finansmana kolayca erişmek amacıyla çok sayıda kredi kartı tutması fazla harcamaya neden olabilir.

4.4.9. Materyalizm Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Araştırmamız sonucunda materyalizmin (mutluluk boyutu) kredi kartı ile fazla harcamaya, kompulsif satın alma eğilimine, statü tüketimine, düşük bütçe yönetimi becerisine ve düşük gelir yeterliği algısına yol açtığı bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre materyalist amaçlar kompulsif satın almaya, fazla borçlanmaya, düşük yaşam tatminine, düşük kişisel refaha, düşük kaliteli kişilerarası ilişkilere, fiziksel sağlık sorunlarına, ekolojik olarak daha yıkıcı tutum ve davranışlara ve olumsuz iş ve eğitim motivasyonlarına neden olmaktadır (Kasser, 2016).

Burroughs ve Rindfleisch (2002), değerler çatışması kuramına ilgi kurarak materyalizmin kendini geliştirme değerleri açısından başarı ve güç kümesi içine düştüğünü ve aile, topluluk ve maneviyat gibi sosyal yönelimli veya kendini aşma değerleri ile çatıştığını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca, Grouzet ve arkadaşları (2005), on beş farklı kültürden üniversite öğrencileri ile yaptıkları araştırma sonucunda içsel (topluluk, aidiyet, kendini kabul) amaçlar ile dışsal (finansal başarı, imaj, popülerlik) amaçları karşıt olarak tanımlamışlardır. Materyalist bireyler dışsal amaçlara öncelik verdiklerinden içsel hedefler geri planda kalmaktadır. Ancak, bireylerin refahı için dışsal değil, içsel hedeflerin peşinden koşmak daha tatmin edici sonuçlara yol açmaktadır (Deci ve Ryan, 2000; Wang vd., 2017),

Ahuvia ve Wong (2002), çocukluktaki güvensiz bağlanmaların yetişkinlikte sorunlu ilişkilere yol açtığı görüşünü ileri süren bağlanma kuramına (attachment-theory) atıfta bulunarak, erken gelişimsel ekonomik güvenlik veya güvensizlik duygularının, kişi nesne ilişkilerinin yaşam boyu süren zihinsel modellerinin temelini oluşturarak, yetişkinlikte materyalist kişiliğin nedeni olabileceğini ileri sürmüşlerdir.

Kasser'e (2016) göre materyalist amaçlar, insani değer/hedef sistemlerinin temel bir parçasıdır ortadan kaldırılamaz ancak azaltılabilir. Materyalizmi azaltmaya yönelik müdahalelerin etkili olabilmesi için, içsel gelişim hedeflerini ve manevi değerleri harekete geçirip teşvik etmesi gerekir. Ayrıca müdahalelerin, materyalist kişiliğin gelişiminde güvensizlik duygusu ve sosyal öğrenmenin etkili olması nedeniyle hissedilen güvenlik duygusunu artırması ve materyalist değerlerin sosyal modellerine maruziyeti azaltması gerekir. Materyalizm, materyalist mesajları çevreden kaldırarak, insanların bu mesajlara maruz kalmalarını azaltarak ve/veya insanlara bu mesajlarla karşılaştığında etkisini azaltacak stratejiler sağlayarak azaltılabilir (Kasser, 2016).

Kasser'in (2016), çocukların materyalizmi teşvik eden reklamlara maruziyetinin kısıtlanması, reklamların vergilendirilerek elde edilen gelirin içsel değer ve hedefler ile güven duygularını artıran programlarda kullanılması önerilerine katılmaktayız.

Materyalizm ayrıca, yakın geçmişteki siyasi ve ekonomik kargaşa, ekonomik stres ve istikrarsızlık gibi toplumsal düzeyde algılanan tehditlerle artmakta olduğundan, bu tür tehditlerin azaltılması da materyalizm düzeyini azaltmaya yardımcı olur (Kasser, 2016).

Bu çalışmada ilişkiler materyalizmin mutluluk boyutu ile incelenebilmiştir, materyalizmin başarı ve maddi değerleri yaşam amacı olarak görme boyutları istatistiksel analize dâhil edilememiştir. Ayrıca, ölçüm öz bildirim ölçekleri kullanılarak yapılmıştır. Sonuçların bu çerçevede değerlendirilmesi gerekir.

4.5. BÜTÇE YÖNETİMİ BECERİSİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.5.1. Bütçe Yönetimi Becerisinin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Bütçe, gelir gider dengesinin sağlanmasına rehberlik eden bir planlamadır; belirli bir dönemde gelir ve birikimlerin belirli amaçlar doğrultusunda, alternatif kullanım alanları arasında rasyonel dağıtımına rehberlik eder, uygulamanın izlenmesini ve kontrolünü kolaylaştırır. Bazı bireyler bütçelerini zihinsel muhasebe şeklinde yürütürler. Yazılı olmaması bütçenin yapılmadığı anlamına gelmez. Bütçe yapmak harcamaların gelire göre düzenlenmesini sağladığından tüketicilerin fazla harcama yapmalarını engelleyebilecek bir araçtır.

Baumeister (2002) gelirle uyumsuz tüketimin öz kontrol eksikliğinde ortaya çıktığını ileri sürmüştür. Kısa vadeli arzuların yönlendirdiği tüketim, uzun vadeli rasyonel hedefleri ve bilişsel değerlendirmeleri devre dışı bırakarak (Hoch ve Loewenstein 1991) fazla harcamaya neden olur. Bütçe yapmak ve ona uymak tüketim harcamaları üzerinde bir kontrol görevi görür. Bütçe uygulaması bunu; i) tüketicinin amaçları ve standartlarını netleştirerek, ii) tüketicinin olmak istediği noktaya ulaşmak için bir izleme sistemi sağlayarak ve iii) tüketicinin hedeflerine ulaşmak için kendini kontrol ve düzenleme kapasitesini artırarak gerçekleştirir (Baumeister, 2002).

Bütçe yapma finansal davranış hiyerarşisinde ilk adımdır. Hilgert ve arkadaşları (2003), finansal yönetim davranışının sırasıyla nakit yönetimi, kredi yönetimi, tasarruf yönetimi ve yatırım yönetimi olmak üzere hiyerarşik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuşlardır.

Xiao ve O'Neill (2018), arzulanan finansal davranışların bütçe yapma davranışı ile pozitif ilişkili olduğunu göstermişlerdir. Bu araştırmacılara göre finansal yeterliliği geliştirmek için bütçe yapmak faydalıdır. Bütçe yapmak, düşük gelirli tüketicilerin finansal refahı için daha da önemlidir (Xiao ve O'Neill, 2018).

Analiz bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisi yüksek olan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılıkları daha düşüktür. Bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde güçlü bir negatif etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Standartlaştırılmış toplam etki $b = -0.555$ 'dir ($p = 0.001$). Bütçe yönetimi becerisi 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.555 standart sapma azalmaktadır. H5a hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin $b = -0.462$ 'lik ($p = 0.001$) kısmı doğrudan -0.092 'lik ($p = 0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde dolaylı etkisine statü tüketimi, kompülsif satın alma eğilimi, gelir yeterliği algısı ve sahip olunan kredi kartı sayısı aracılık etmektedir.

Tanım ve ölçümlerde farklılık bulunsa da, bulgularımız önceki araştırmaların bulguları ile paraleldir (örn. Donnelly vd., 2012; Hamid ve Loke, 2021; Hayhoe vd., 1999; Donnelly vd., 2012; Lea vd., 1995; Oaten ve Cheng, 2007), Donnelly ve arkadaşları (2012), nakit yönetiminin (kişilik özellikleri, materyal değerler ve demografik değişkenlerle kontrol ederek) kredi kartı borcu, kompülsif satın alma ve servetin, güçlü bir tahminçisi olduğunu bulmuşlardır. Bireyin maddi mülkiyetin mutluluk sağladığına inanma derecesi arttıkça nakit yönetiminin bundan olumsuz etkilendiği, nakit yönetimi arttıkça kompülsif satın almanın azaldığını bildirmişlerdir. Modelimizin tahminlerinden elde ettiğimiz bulgular, bu bulguları teyit etmektedir.

Lea ve arkadaşları (1995), tüketici borçlanmasının psikolojik faktörleri ile ilgili yaptıkları araştırma sonucunda, yüksek kredi kartı borcunun zayıf para yönetimi becerileri ile ilişkili olduğunu, borçlu olmayanların borçlulardan daha fazla para yönetimi becerilerine sahip olduklarını bulmuşlardır. Oaten ve Cheng (2007) ise insanların finansal davranışlarını izlemelerinin daha az harcamalarına ve daha fazla tasarruf etmelerine yol açtığını bulmuşlardır.

Hamid ve Loke (2021) ise, iyi para yönetimi becerilerine sahip kredi kartı sahiplerinin, kredi kartı bakiyesinin tamamını ödememe riskinin bu beceriye sahip olmayanlardan daha düşük

olduğunu bulmuşlar, bulgularının para yönetimi becerilerini ve finansal bilgiyi artıracak önlemlerin kredi kartı sahiplerinin ödeme kararları üzerinde olumlu etkide bulunabileceğini gösterdiğini bildirmişlerdir.

4.5.2. Bütçe Yönetimi Becerisinin Kompülsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisi yüksek tüketicilerin kompülsif satın alma eğilimi daha düşüktür. Bütçe yönetimi becerisinin kompülsif satın alma eğilimi üzerinde $b = -0.284$ ($p = 0.001$) büyüklüğünde negatif etkisi bulunmaktadır. Bu etkinin $b = -0.209$ 'luk ($p = 0.001$) kısmı doğrudan etki, -0.075 'lik ($p = 0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H5b hipotezi desteklenmiştir. Bütçe yönetimi becerisi arttıkça, kompülsif satın alma eğilimi azalmaktadır. Bütçe yönetimi becerisinin kompülsif satın alma eğilimi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde dolaylı etkisi (-0.01617 , $p = 0.001$) bulunmaktadır. H5c hipotezi desteklenmiştir. Bulgularımıza göre bütçe yönetimi becerisi kompülsif satın alma eğilimini baskılayarak, kredi kartı ile fazla harcama davranışını azaltmaktadır.

Bulgularımız önceki araştırmaların bulgularını teyit etmektedir (örn, Donnelly vd., 2012; Donnelly vd., 2013; Pham vd., 2012). Donnelly ve arkadaşları (2012) para yönetiminin, kompülsif satın alma ve borç birikiminin önemli bir tahmincisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Donnelly ve arkadaşları (2013), para yönetiminin kompülsif satın alma üzerinde negatif etkisi olduğunu, para yönetimi eksikliğinin, materyalizmden kompülsif satın almaya giden yolda aracılık ettiğini göstermişlerdir. Pham ve arkadaşlarının (2012) bulgularına göre ise finansal yönetim uygulamaları kompülsif satın almayı tahmin etmektedir, ayrıca finansal yönetimi iyi yapmak, materyalizmin kompülsif satın alma üzerindeki etkisine karşı koruyucu bir tampon olmaktadır.

4.5.3. Bütçe Yönetimi Becerisinin Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisi daha yüksek tüketicilerin statü tüketiminde bulunma olasılığı daha düşüktür. Bütçe yönetimi becerisinin statü tüketimi üzerinde ($b = -0.208$, $p = 0.001$) negatif etkisi bulunmaktadır. H5d hipotezi desteklenmiştir.

Bütçe yönetimi becerisinin artması, tüketicilerin harcamaları üzerindeki kontrolünü artırdığından statü tüketimini de azalmaktadır.

Bütçe yönetimi becerisinin statü tüketimi aracılığı ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi (BÜTY→SOST→KKFH 0.00319, $p=0.495$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. H5e hipotezi bu yol için reddedilmiştir. Bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisine statü tüketimi aracılık etmemektedir. Bunun nedeni statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki doğrudan etkisinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmamasıdır.

Bütçe yönetimi becerisinin yüksek olması statü tüketimini azaltarak, statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcamaya neden olmasını engellemektedir. Bütçe yönetimi becerisi yapısal modelden çıkarıldığında statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki toplam etkisi $b=0.18$ $p=0.001$ ve dolaylı etkisi $b=0,071$ $p=0.007$ olarak hesaplanmaktadır.

4.5.4. Bütçe Yönetimi Becerisinin Gelir Yeterliği Algısı Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisi yüksek tüketicilerin gelirlerini yeterli bulma olasılığı daha yüksektir. Bütçe yönetimi becerisinin gelir yeterliği algısı üzerinde ($b=0.129$, $p=0.001$) pozitif etkisi bulunmaktadır. H5j hipotezi desteklenmiştir. Tüketicilerin bütçelerini iyi yönetmesinin gelir gider dengesi kurmasını sağlaması, gelir yeterliği algısını artırmaktadır.

Bütçe yönetimi becerisinin gelir yeterliği algısı aracılığı ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi (BÜTY→GELY→KKFH 0.00379, $p=0.001$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H5k hipotezi desteklenmiştir. Bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisine gelir yeterliği algısı aracılık etmektedir. Bütçe yönetimi becerisi azaldıkça gelir yeterliği algısı azalmakta, bu da harcamaların daha fazla kredi kartı ile finanse edilmesine yol açmaktadır.

Literatürde tüketicinin finansal yönetim (bütçe/nakit/para yönetimi) becerisi/pratiği ile gelir yeterliği algısı arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

4.5.5. Bütçe Yönetimi Becerisinin Tüketicinin Sahip olduğu Kredi Kartı Sayısı Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisi daha yüksek olan tüketiciler, daha az sayıda kredi kartı tutmaktadırlar. Bütçe yönetimi becerisinin sahip olunan kredi kartı sayısı üzerinde ($b=-0.131$, $p=0.001$) negatif etkisi bulunmaktadır. H5₁ hipotezi desteklenmiştir. Tüketicilerin bütçe yönetimi becerisi arttıkça, sahip oldukları kredi kartı sayısı azalmaktadır. Bu sonuç, bütçe yönetimini iyi yapan tüketicilerin hem harcamaları üzerinde kontrol sağladıkları, hem de finansmanlarını yüksek faizi nedeniyle kredi kartıyla yapmamayı tercih ettikleri, bu nedenle fazla sayıda kredi kartı tutma ihtiyacı duymadıkları şeklinde yorumlanmaktadır.

Bütçe yönetimi becerisinin sahip olunan kredi kartı sayısı aracılığı ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı üzerindeki dolaylı etkisi (BÜTY→KKS→KKFH-0.0262, $p=0.001$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. H5_m hipotezi desteklenmiştir. Bulgularımıza göre, bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki negatif etkisine kredi kartı sayısı aracılık etmektedir. Bütçesini iyi yönetemeyen tüketici daha fazla sayıda kredi kartı tutarak kredi kartı ile daha çok harcamada bulunmaktadır.

4.5.6. Bütçe Yönetimi Becerisi Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Yapısal modelde bütçe yönetimi becerisi değişkeninin öncülleri, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ($b=0.609$ $p=0.001$), risk tercihi ($b= -0.168$ $p=0.001$) ve materyalizmin mutluluk boyutudur ($b=-0.096$ $p=0.009$). Bu değişkenler, bütçe yönetimi becerisi değişkenindeki varyansı $R^2=0.451$ ($p=.002$) düzeyinde açıklamaktadır. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme değişkeninin bütçe yönetimi becerisi üzerinde güçlü bir etkisi bulunduğu görülmektedir.

Bütçe yapmak ve ona uymak bireylerin finansal refahını artırmaktadır. O'Neill ve arkadaşları (2017) bütçe pratiklerini iyileştiren bir uygulamaya katılan tüketicilerin hem sağlık hem de finansal alandaki pratiklerinin iyileştiğini göstermişlerdir. DeHart ve arkadaşları (2016), finansal eğitim dersi alan öğrencilerin, zaman ıskontosu (daha küçük anlık sonuçlar ile daha

büyük gecikmeli sonuçlar arasında seçim) konusunda daha az dürtüsel davranış ve daha fazla öz denetim sergilediğine dair kanıtlar bulmuşlardır.

Norvilitis ve Santa Maria (2002) üniversite öğrencilerinin kredi kartı borçları ile ilgili araştırmaları sonucunda eğitim ve farkındalığın tek başına kredi kartı borç problemini çözmediğini, para yönetimi tekniklerinin önce evde sonra temel ve orta öğretimde ve sonra da yüksek öğretimde öğretilerek finansal yetkinliğin geliştirilmesinin önemli olduğunu ileri sürmektedirler.

Finansal okuryazarlık bireylerin finansal bilgilerine odaklanmaktadır. Finansal bilgiler, iyi finansal kararlar almak için gerekli olmakla birlikte, istenen sonuçların elde edilebilmesi için tek başına bilgi yeterli olmayıp, bilginin davranışa dönüştürülmesi gerekmektedir. Bilginin davranışa dönüştürülmesi; beceri ve motivasyon eksikliği, zayıf öz denetim ve erteleme gibi davranışlar, finansal kurumlara güvenle ilgili tutumlar veya kararların alındığı ortam tarafından engellenmektedir Bu nedenle davranışlar ile bilgi, beceri ve tutumların etkileşimini kapsayan, aynı zamanda çevrenin etkisini de hesaba katan finansal okuryazarlıktan daha geniş kapsamlı “finansal beceri” (financial capability) kavramı gündeme gelmiştir (Kempson vd., 2013).

Bütçe yönetimi finansal yönetim uygulamalarının ilk adımı olduğundan ve diğer finansal yönetim uygulamalarını olumlu etkilediğinden, tüketicilere temel bütçe yönetimi becerileri kazandırmak tüketicilerin refahı için önemli ve etkilidir. Model II'den elde ettiğimiz bulgulara göre, bütçe yönetimi becerisi kredi kartı ile fazla harcama davranışını azaltırken ($b=-0.55$, $p=0.001$), tasarruf pratiklerini pozitif etkilemektedir ($b=0.29$, $p=0.001$). Bulgularımız, bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde diğer açıklayıcı değişkenler arasında en etkili değişken olduğunu göstermektedir.

Xiao ve O'Neill'e (2018) göre insanlar genellikle bütçe yapmaları gerektiğini bilir, ancak bunu nasıl yapacağını bilmeyebilirler veya yeterli motivasyonları olmayabilir. Bütçe yapmak, zaman ve planlama gerektirir. Telefon uygulamaları şeklinde bütçe programları bütçe yapma ve takip etmeyi kolaylaştırıcı olacağından bu uygulamaların kullanımı teşvik edilebilir.

Ceylan (2006), Türkiye'deki batık kredi kartı borç sahiplerinin profilini belirlemek amacıyla anket yöntemiyle yaptığı araştırma sonucunda, kredi kartı sahiplerinin önemli bir kısmının gerek tüketici kredisi faizlerinin kredi kartı faizlerine oranı, gerekse de kredi kartlarında faiz işletim şekli hakkında bilgi sahibi olmadığını tespit etmişlerdir. Batık kredi kartı borçlularının borçlarını takip etme ve ödeme konusunda dikkatsiz oldukları görülmüştür. Batık kredi kartı borçlularının % 48'i o ay ne kadar ekstre borcu geleceğini bilmediklerini, % 70'i borç ödemelerinde son ödeme tarihini geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Finansal davranışı geliştirmek için eğitim içeriklerinin uygun ekonomik ve finansal bilgi ile birlikte etkin finansal yönetim becerilerini geliştirmeye yönelik olması gerekmektedir. Kredi kartı ile ilgili olarak ekstreleri inceleme, ödemeleri zamanında yapma, harcamalarda bütçe sınırlarını aşmama ve ihtiyaç duyulduğunda uygun finansman yönteminin ne olduğunun bilinmesi önemlidir.

Kitlesel finansal eğitim için medya üzerinden bilinçlendirme, farkındalık kampanyaları, web siteleri ve broşürler gibi öğrenme araçları kullanılabilir. Örgün eğitimde ise finansal konularda arzulanan davranış değişikliklerini gerçekleştirmek için eğitim programlarında, bilgilendirmenin yanı sıra uygulama ve motivasyonun da içerilmesi gerekir (Hilgert vd.2003).

Toplumun finansal refahı için finansal eğitim, öğrencilere bütün eğitim sürecinde tekrarlarla verilebilir. Araştırmamız bütçe yönetimi becerisi üzerinde, bireyin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin çok güçlü bir etkisi olduğunu göstermektedir. Öğrencilere eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemsemelerinin öğretilmesini sağlayacak programların, finansal eğitimin başarısını da artıracakı düşünülmektedir. Bu eğitimler, öğrencilere iyi yaşam becerileri kazandırma amacı çerçevesinde planlanabilir.

4.6. KOMPÜLSİF SATIN ALMA EĞİLİMİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.6.1. Kompulsif Satın Alma Eğiliminin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Edwards (1993) kompulsif satın alma davranışını baskın, kontrol edilemeyen, kronik ve tekrarlayan satın alma ve harcama dürtüsüyle yapılan anormal bir alışveriş ve harcama biçimi olarak tanımlamıştır. Tüketiciler kompulsif olarak satın aldıklarında, ihtiyaç duymadıkları ve mali açıdan karşılayamayacakları ürünleri aşırı miktarda satın almaktadırlar. Kompulsif satın alma araştırmaları, kompulsif alıcıların normal tüketicilere kıyasla satın alımları hakkında rasyonel değerlendirmeler yapamadıklarını göstermiştir (O'Guinn ve Faber, 1989; Black, 2007).

Kompulsif satın alma negatif olaylara ve duyguların tetiklediği, gelecekte katlanılmak zorunda kalınacak maliyetler pahasına kısa vadeli tatminleri önceleyen bir davranış biçimidir. Tatmin satın alınan üründen sağlanacak faydadan çok, sıklıkla kişiler arası ilişki, duygular, benlik saygısı ile ilgilidir. Kompulsif alıcıların giyim, kozmetik, aksesuar gibi ürünlere daha fazla para harcamaları çekici görünme ihtiyacı ve sosyal onayın kompulsif alıcılar için önemini ortaya koymaktadır (Gupta, 2013).

Kompulsif satın alma, hayatın zorluklarıyla başa çıkma yöntemi olarak kullanılır (Peele, 1979; Scherhorn, 1990; Aktaran DeSarbo ve Edwards, 1996). DeSarbo ve Edwards (1996), kompulsif tüketimi bağımlılık, materyalizm, mükemmeliyetçilik, depresyon, onay arama, düşük benlik saygısı, heyecan arayışı ve dürtü kontrolü eksikliği ile ilişkilendirmişlerdir.

Kompulsif alıcılar olumsuz duygular yaşadıklarında, kendilerini iyi hissetmek için satın almaya yönelirler (Miltenberger et al., 2003). Satın alma kompulsif alıcıların geçici duygusal rahatlama, sakinleşme, mutluluk, coşku gibi olumlu duygular hissetmelerini sağlar. Bununla birlikte, kompulsif davranıştan kaynaklanan olumsuz sonuçlar; düşük benlik saygısı, suçluluk gibi duyguları ortaya çıkararak, yeniden iyi hissetmek için davranışın tekrarlanmasını motive eder. Kompulsif alıcılar, satın alınan ürünlerden değil, satın alma sürecinin kendisinden psikolojik fayda elde ederler (O'Guinn ve Faber, 1989).

Araştırmamızda kompülsif satın alma eğilimi bir davranışın dereceleri olarak görülmüştür. kompülsif satın alma, normalden dürtüsel harcamaya, stres ve anksiyeteden başlıca kaçış aracı olmaya ve sonunda bağımlılığa doğru ilerler (Hirshman, 1992) . Kompülsif satın alma bağımlılık haline geldiğinde, bireylerin yaşamlarını mali durumlarını, aile ilişkilerini ciddi anlamda olumsuz etkilemektedir. Kompülsif satın alma davranışının ileri düzeyleri kompülsif satın alma bozukluğu olarak tanımlanır ve tedavi gerektiren ciddi bir klinik sorun olarak kabul edilir (Black vd., 1998).

Analiz bulgularımıza göre, kompülsif satın alma eğilimi daha yüksek olan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılığı daha yüksektir. Kompülsif satın alma eğiliminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde $b=0.112$ ($p=0.001$) büyüklüğünde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur (standartlaştırılmış toplam etki). Kompülsif satın alma eğilimi 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.112 standart sapma artmaktadır. H6a hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin $b=0.072$ 'lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan 0.04'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir.

Bulgularımız önceki araştırmaların bulgularını teyit etmektedir. Roberts'a (1998) göre, kredi kartı kullanarak kompülsif satın alma sonucunda yüksek düzeyde borçlanma kaçınılmazdır. O'Guinn ve Faber (1989)'a göre kompülsif alıcılar daha yüksek borç seviyelerine sahiptirler. Joireman, Kees ve Sprott'un (2010) araştırmalarında, kompülsif satın alma eğilimi yüksek olan üniversite öğrencileri, daha yüksek kredi kartı borcu bildirmişlerdir. Achtziger ve arkadaşları (2015), Alman nüfusu temsil ettiğini bildirdikleri bir örneklem ($n=946$) ile yaptıkları araştırma sonucunda daha yüksek seviyelerde kompülsif satın almayı, daha yüksek borçla ilişkilendirmişlerdir ($b =0.12$, $p =0.001$).

4.6.2. Kompülsif Satın Alma Eğiliminin Kredi Kartı Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, daha yüksek kompülsif satın alma eğilimine sahip olan tüketiciler, harcamaları üzerinde daha yüksek kredi kartı etkisi bildirmektedirler. Kompülsif satın alma eğilimindeki artış, harcamalar üzerindeki kredi kartı etkisini artırmaktadır ($b=0.342$, $p=0.001$). H6b hipotezi desteklenmiştir. Kompülsif satın alma eğilimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi (0.02713, ($p=0.001$)) aracılık etmektedir. H6c hipotezi desteklenmiştir. Kompülsif satın alma eğilimindeki artış,

ödemelerde kredi kartı kullanmanın harcamalar üzerindeki etkisini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırmaktadır. Kompülsif satın almada bulunan tüketiciler satın alma dürtüleri üzerinde kontrol sağlayamamaktadırlar (Shehzadi vd., 2016). Kredi kartı kullanmak ise anlık dürtü ile satın almayı kolaylaştırmaktadır.

4.6.3. Kompülsif Satın Alma Eğilimi Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Modelimizde kompülsif satın alma eğilimindeki varyasyonun $R^2= 0.51$ 'i açıklanmaktadır. Kompülsif satın alma davranışının modelde yer alan tahminicileri; yaşam olayları üzerinde kontrol duygusu ($b=-0.39$, $p<0.001$), statü tüketimi ($b=0.36$, $p<0.001$), bütçe yönetimi becerisi ($b= -0.28$, $p<0.001$), materyalizmin mutluluk boyutu ($b=0.27$, $p<0.001$) gelecekteki sonuçları önemseme eğilimi ($b=-0.26$ ($p<0.001$), yaş ($b=-0.14$ ($p<0.001$), kredi kartı taksit tutumu ($b=0.13$ ($p<0.001$), risk tercihi ($b=0.06$ ($p<0.001$), gelir ($b=0.06$ ($p<0.001$) ve eğitim ($b=-0.03$ ($p<0.001$) değişkenleridir.

Bulgularımız, tüketicinin psikolojik ve finansal sağlığı açısından sorunlu bir satın alma biçimi olan kompülsif satın alma eğiliminin öncüllerine ışık tutmaktadır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, bütçe yönetimi becerisinin ve eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğiliminin artırılmasına, materyalizm ve statü tüketiminin azaltılmasına yönelik önlemler ve eğitimler kompülsif satın alma sorununun çözümüne katkı sağlayabilir.

Öğrencilere bütçe yapma ve kredi kullanımı konularında temel finansal yönetim becerilerinin kazandırılması kompülsif satın alma davranışının gelişmesini önlemekte yararlı olabilir. Kompülsif alıcılar genellikle bütçelerinin daha az farkındadır ve daha fazla kredi kartı kullanmaktadırlar (Lo ve Harvey, 2011). Bütçe ile ilgili hedeflere sahip olmak, kompülsif satın alma eğilimine karşı özkontrolü artırabilir. Finansal yönetim becerileri eğitiminin, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ve yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunu geliştirecek eğitim programları ile desteklenmesi yararlı olacaktır.

Diğer taraftan yüksek materyalist değerlere sahip olmak ve statü tüketimi, kompülsif satın alma eğilimini artırmaktadır. Mutluluğu maddi varlıkların edinilmesinden çok, maddeyi aşan amaçlarda, iyi sosyal ilişkilerde, kendini geliştirmekte aramanın mutlu olmak için daha etkin bir yol olacağı konusunda farkındalık yaratmak kompülsif satın alma eğilimini sınırlamakta

yararlı olabilir. O'Guinn ve Faber (1989), yaptıkları kalitatif araştırma sonucunda kompülsif satın alma davranışının arkasındaki temel motivasyonun ürüne sahip olma isteği değil kişiler arası olumlu etkileşim ve kendilik algısının güçlendirilmesi olduğunu ileri sürmüşlerdir. Kompülsif satın alma eğilimine sahip olan tüketicilerin sosyal ilişkilerinin, kendileri ilgili yeterlik ve yetkinlik algılarının güçlendirilmesi önerilebilir.

Kompülsif satın alma eğiliminin ileri düzeyleri bağımlılıktır. Bağımlılık davranışı psikolojik destek gerektirir. Hirshman'a göre (1992), bağımlılık yapan tüketimin köklerinde genellikle kişisel yetersizlik duyguları vardır. Bu nedenle, yapılması gereken, bağımlının ruhundaki duygusal boşluğu onarmaktır. Kompülsif tüketicilerin gerçek duygularının kaynaklarını anlamalarına ve kendilerini kabul etmelerine yönelik desteklere ihtiyaçları vardır (Hirshman, 1992). Araştırmamız sonucunda, kompülsif satın alma eğilimi üzerinde önemli düzeyde doğrudan etkisi bulunduğu görülen yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunu geliştirmeye yönelik müdahaleler kompülsif alıcılar için yararlı olabilir.

Yetersizlik duyguları ve güçsüz hissetme kompülsif satın alma eğilimini artıran materyalizmin ve statü tüketiminin de bir nedeni olduğundan, bireye yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu kazandırmak, bu dolaylı yoldan da kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde azaltıcı etkide bulunabilir (bak Ek 15, YÜHD→MATM→SOST→KOMS→KKFH kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki zincirleme etki $b_1 \times b_2 \times b_3 \times b_4 = -0.0041$ $p=0.001$).

Konumuz sınırlarını aşmakla birlikte, kompülsif alıcılara verilen tedaviye yönelik terapilerde bütçe yönetimi ve kredi yönetimi gibi temel finansal yönetim konusunda bilgilendirmelerin yararlı olabileceği kanısındayız. Donnelly ve arkadaşlarının (2013) araştırma sonuçları, alışverişlerin nasıl kontrol edilebileceğini ve kredi kartlarını nakit ve banka kartlarıyla değiştirmeyi öğretmenin kompülsif satın alma vakalarını azalttığını göstermiştir.

Ayrıca, terapilerde, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun geliştirilmesi, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme, materyalist değerlerin davranışlar üzerindeki etkileri konularının işlenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Finansal kurumlar tarafında ise, bankaların kompülsif alıcılara kredi kartı yerine banka kartı kullanmalarını teşvik etmeleri ve/veya kompülsif alıcılara verdikleri kredi kartlarına diğer tüketicilere kıyasla daha düşük limit tahsis etmeleri için düzenlemeler yapılması önerilebilir.

Kompülsif satın alma eğilimi bir öz bildirim ölçeği ile ölçülmüştür. Ayrıca ölçekte kullanılan maddeler sosyal beğenirlik etkisine açık ifadeler içermektedir. Ölçüm modelinde ortak yöntem yanılığının etkisi yüksek bulunmamasına rağmen ortak örtük faktörün etkisi faktör skorlarının hesaplanmasında dikkate alınmış olsa da, sonuçların değerlendirilmesinde bu husus göz önünde bulundurulmalıdır. Kompülsif satın alma eğilimi gerçekte olduğundan daha düşük ölçülmüş olabilir.

4.7. SOSYAL STATÜ TÜKETİMİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.7.1. Statü Tüketiminin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Eastman ve arkadaşları (1999), statü tüketimini “kişilerin, hem kendisinin, hem de çevresindeki önemseddiği kişilerin statü sağladığını ve sembolize ettiğini düşündükleri ürünleri tüketmek suretiyle, sosyal konumlarını yükseltmeye çalıştıkları motivasyonel bir süreç” olarak tanımlamışlardır (s. 42). Statü tüketimini, hiyerarşik olarak daha üst bir sosyal sınıfa dâhil olma arzusu motive etmektedir. Benzer şekilde, O’Cass ve Frost (2002), statü tüketimini “bireyin ve önemsenen diğer kişilerin statü açısından yüksek olarak algıladığı malların satın alınması ve tüketilmesinden statü veya sosyal prestij kazanma süreci” olarak tanımlamaktadırlar (s. 68). Statü tüketiminde bulunan bireyler sosyal güç, saygı görme ve önemsenme ihtiyacı duymaktadırlar.

Günümüzde tüketiciler sosyal güçlerini statü tüketimi ile görünür kılmaktadır. Tüketim kültürü ve materyalist değerler, statünün artık, kişisel, mesleki, ailesel saygıdan ziyade, statü göstergesi ürünlerin sahipliği yoluyla edinilmesinin yolunu açmıştır. Tüketiciler, gelirleri ya da sosyal sınıflarından bağımsız olarak, statü göstergesi olan mal ve hizmetleri, statü kazanmak ve sergilemek için tüketmektedirler. Statü tüketiminde bulunan tüketiciler, statü göstergesi olan ürünlere fazla anlam ve değer yüklemekte ve çoğunlukla, lüks, markalı,

gösterişli ürünler tüketmektedirler. Sosyal statü tüketimi yüksek fiyatlı ürünler satın alma yoluyla gerçekleştiğinden kredi kartı ile fazla harcamaya yol açmaktadır.

Analiz bulgularımıza göre, statü tüketimi daha yüksek olan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılığı daha yüksektir. Statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Standartlaştırılmış toplam etki $b=0.046$ 'dır ($p=0.015$). Etki küçük olmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0.05$). Statü tüketimi 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.046 standart sapma artmaktadır. H6a hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin 0.06'lık ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Doğrudan etki $b=-0.014$ ($p=0.508$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Statü tüketimi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki korelasyon ($r=0.461$) yüksektir. Modelde statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisinin düşük bulunmasının nedeni bütçe yönetimi becerisi ve yaşam üzerinde hakimiyet duygusunun statü tüketimi üzerindeki negatif etkileridir. (Negatif etkiye sahip değişkenler modelden çıkarıldığında statü tüketiminin KKFH davranışı üzerindeki toplam etkisi $b=0.25$, ($p=0.001$) olarak tahmin edilmektedir.)

Bulgumuz önceki araştırmaların sonuçları ile paralellik göstermektedir. Liemerick ve Peltier (2014), üniversite öğrencileriyle yaptığı araştırma sonucunda sosyal statü tüketiminin kredi kartı borcuna yol açtığını bulmuşlardır. Pettit ve Sivanathan'a (2011) göre, bireyler egoları tehdit altındayken, ödemelerini kredi kartı ile yaptıklarında egolarını onarmak için telefî edici yüksek statülü mallara yönelik harcamalarını artırmaktadırlar.

4.7.2. Statü Tüketiminin Kompülsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi

Statü tüketimi sosyal rekabete ve kıyaslamaya dayandığından, statüyü yükseltme ve koruma amacı sürekli statü göstergesi yeni ürünlerin satın alınmasına neden olur (Richins, 1992). Satın alma davranışının tekrarlanması kompülsif satın alma eğilimini artırır.

Analiz bulgularımıza göre, statü tüketimi daha yüksek olan tüketicilerin kompülsif satın alma eğilimine sahip olma olasılığı daha yüksektir. Statü tüketiminin, kompülsif satın alma eğilimi üzerinde güçlü pozitif etkiye ($b=0.361$, $p=0.001$) sahip olduğu bulunmuştur. H8b hipotezi desteklenmiştir. Statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompülsif satın alma eğilimi (0.02083 , ($p=0.001$)) aracılık etmektedir. H8c hipotezi

desteklenmiştir. Statü tüketimi kompülsif satın alma eğilimini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışına sebep olmaktadır.

Bulgularımız önceki araştırmaların bulgularını teyit etmektedir. Roberts (2000), materyalizm ve statü tüketiminin kompülsif satın almayı tahmin ettiğini göstermiştir. Roberts (1998) ayrıca, kompülsif alıcıların, satın alma ile sosyal statü arasında diğerlerinden daha fazla ilişki kurduğunu bulmuştur. Yurchisin ve Johnson (2004) da benzer şekilde kompülsif satın alma davranışını, satın alma ile ilişkilendirilen sosyal statü algısı ile pozitif ilişkili bulmuşlardır.

4.7.3. Statü Tüketiminin Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre statü tüketimi arttıkça, tüketici üzerindeki kredi kartı etkisi artmaktadır. Statü tüketiminin kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi ($b=0.291$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H8d hipotezi desteklenmiştir. Statü tüketimi ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi (0.0159 , $p=0.001$) aracılık etmektedir. H8e hipotezi desteklenmiştir. Statü tüketimi, ödemelerde kredi kartı kullanmanın harcamalar üzerindeki etkisini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışına yol açmaktadır.

Tüketicilerin statü tüketimine gösterdikleri eğilimin kredi kartı etkisini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırdığını gösteren bulgumuz Pettit ve Sivanathan'ın bulgularını doğrulamaktadır. Pettit ve Sivanathan (2011), bireylerin egoları tehdit altındayken, ödemelerini kredi kartı ile yaptıklarında egolarını onarmak için telefi edici yüksek statülü mallara yönelik harcamalarını artırdıklarını bulmuşlardır. Bunu kredi kartı ile ödemenin, ödeme yapmanın acısını ertelemesi (pain of paying) nedeniyle sosyo-ekonomik düzeyi düşük kişilerin statü tüketimine yönelik harcamalarını teşvik etmesine bağlamışlardır.

4.7.4. Statü Tüketimi Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneri ve Sınırlılıklar

Modelimizde statü tüketimini tahmin eden değişkenler statü tüketimindeki varyansın $R^2=0.44$ 'ünü ($p=0.003$) 'açıklamaktadır. Bu değişkenler sırasıyla şunlardır; materyalizm-mutluluk boyutu ($b=0,55$ $p=0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ($b=-0.30$, $p=0.001$), bütçe yönetimi becerisi ($b=-0.21$, $p=0.001$), yaş ($b=-0.20$, $p=0.001$), gelir ($b=0.17$, $p=0.001$),

kredi kartı taksit tutumu ($b=0.17$, $p=0.001$), eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını düşünme ($b=-0.13$, $p=0.001$), eğitim ($b=-0.07$, $p=0.001$) risk tercihi ($b=0.05$, $p=0.001$).

Statü tüketiminde bulunan tüketici, bu tüketim biçiminden sosyal ve psikolojik yarar beklemektedir ancak, statü tüketiminin kompulsif satın almaya, fazla harcamaya ve borçlanmaya neden olabileceği görülmektedir. Statü tüketimini artıran en önemli faktörün materyalizm olduğu açıktır. Statü tüketimini azaltmak için materyalizmi sınırlamaya yönelik; içsel/kendini aşan değerleri/hedefleri, iyi sosyal ilişkileri teşvik etmek, hissedilen kişisel güvenliği artırmak ve/veya çevreden gelen materyalist mesajları engellemek gibi müdahale önerilerine (Kasser, 2016) katılmaktayız.

Ayrıca, statü tüketimini sınırlamak için, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ve bütçe yönetimi becerisinin artırılmasının da yararlı olacağını ileri sürmekteyiz.

Statü tüketimi bir öz bildirim ölçeği ile ölçülmüştür. Ayrıca statü tüketimini ölçmekte kullanılan ölçek, sosyal beğenirlik etkisine açık ifadeler içermektedir. Ortak metot yanılığının etkisi yüksek bulunmamasına rağmen ortak örtük faktörün etkisi faktör skorlarının hesaplanmasında dikkate alınmış olsa da sonuçların değerlendirilmesinde bu husus göz önünde bulundurulmalıdır. Statü tüketimi ölçülenden daha yüksek olabilir.

4.8. GELİR YETERLİĞİ ALGISININ KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

4.8.1. Gelir Yeterliği Algısının Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Garner ve arkadaşlarına (1996) göre gelir yeterliği algısı, kişinin bazı temel ihtiyaçları karşılama yeteneği veya belirli bir yaşam seviyesine ulaşmak için gerekli temel gelir veya diğer kaynaklarına ilişkin inanç ve değerlendirmelerini yansıtır. Birey tüketimle ilgili hedefleri, satın alacağı miktarlar ve satın alacağı ürünlerin kalitesi hakkında birtakım kararlar vererek bu değerlendirmeyi yapar.

Analiz bulgularımıza göre, gelir yeterliği algısı/değerlendirmesi daha düşük olan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılığı daha yüksektir. Gelir yeterliği

algısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkiye sahip olduğu bulunmuştur (standartlaştırılmış etki $b=-0.272$, ($p=0.001$)). Gelir yeterliği algısı 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.272 standart sapma azalmaktadır. H10 hipotezi desteklenmiştir.

Gelirin etkisi modelde kontrol edilmiş olduğundan regresyon katsayısı gelir miktarından (objektif gelir) bağımsız olarak, gelir yeterliği algısının (sübjektif gelir) kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisini göstermektedir.

Gelirlerinin miktarından bağımsız olarak, gelirlerini ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz bulan tüketiciler, arzuladıkları tüketim düzeyleri için gereksindikleri kaynağı, krediye ulaşmanın en pratik yolu olan kredi kartlarından sağlama yoluna gitmektedirler. Gelir yerliliği algısı düşük olan tüketiciler gelirlerini aşan düzeydeki harcamalarını kredi kartı ile finanse etmekte bu nedenle kredi kartı borçlarını geri ödeme sorunu ile daha fazla karşılaşmaktadırlar.

Gelir yeterliği algısının KKFH davranış üzerindeki etkisi ($b=-0.272$, ($p=0.001$)), gelirin etkisinden ($b=-0.06$, ($p=0.001$)), daha yüksek bulunmuştur. Bulgularımız Wu'nun (2007) görüşün teyit etmektedir. Wu (2007), fazla harcamanın nesnel veriye dayalı olarak değil, sübjektif (algı temelli) tanımlanması gerektiğini ileri sürmüştür. Wu'ya göre, tüketiciler gerçek gelir seviyelerinden ziyade (beklentilerini de içeren) gelir algılarına dayanarak harcama yaptıkları için, algıya dayalı ölçümler bireylerin satın alma davranışını gerçek gelir seviyelerinden daha iyi temsil ederler (s. 4).

4.8.2. Gelir Yeterliği Algısı Değişkeniyle İlgili Katkı Öneri ve Sınırlılıklar

Literatürde gelir yeterliği algısı ile ilgili çok az sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Gelir yeterliği algısı ile kredi kartı kullanma davranışı arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Bu nedenle, gelir yeterliği algısının kredi kartı üzerindeki etkisine ilişkin bulgumuz yenidir.

Modelimizde gelir yeterliğini tahmin eden değişkenler gelir yeterliğindeki varyansın $R^2=0.25$ 'ini ($p=0.001$) açıklamaktadır. Bu değişkenler sırasıyla şunlardır; gelir ($b=0.33$, $p=0.001$), materyalizm-mutluluk boyutu ($b=-0,27$ $p=0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ($b=0.13$, $p=0.001$), bütçe yönetimi becerisi ($b=0.13$, $p=0.001$), eylemlerinin

gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi ($b=0.08$, $p=0.001$), yaş ($b=0.04$, $p=0.001$), eğitim ($b=0.03$, $p=0.001$), risk tercihi ($b=-0.022$ 'dir $p=0.001$). Gelir yeterliği algısı ilk kez (gelir dışında) bu değişkenlerle tahmin edilmiştir.

Bulgularımız, materyalizmi azaltıcı, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunu, bütçe yönetimi becerisini ve eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseyi artırıcı müdahalelerin gelir yeterliği algısının artırılmasına katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

Tasarruf becerisi değişkenini içeren model II'den elde edilen bulgulara göre, gelir yeterliği algısının tasarruf becerisi üzerindeki etkisi ($b=0.214$, $p=0.001$), gelirin etkisine ($b=0.104$, $p=0.001$) kıyasla daha yüksektir. Bu sonuca göre, tasarrufları artırmak için gelir yeterliği algısını artırmak, geliri artırmaktan daha önemli görünmektedir.

Gelir yeterliği algısı tek soru ile ölçülmüştür. Bu nedenle ölçüm hatası tahmin edilememektedir.

4.9. KREDİ KARTI İLE TAKSİTLİ ÖDEME TUTUMUNUN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.9.1. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Tutumlar, tüketici davranışını etkileyen temel psikolojik faktörlerden birisidir. Tüketici tutumu, tüketicinin bir ürüne veya hizmete karşı sahip olduğu olumlu veya olumsuz duygu, düşünce, inanç ve davranışsal niyetleri içerir. Norton'a (1993) göre 1930'lardan 1990'lara kadar kredi kullanımındaki yüksek artışın nedenlerinden biri, tüketicilerin kredi kullanımına karşı tutumundaki değişimdir. Bu dönemde kredi daha kabul edilebilir ve erişilebilir olmuştur. Hatta kredi alternatif bir gelir biçimi olarak görülmüştür (Aktaran, Chien ve Devaney, 2001)

Taksitli ödeme tüketicilere, tasarruf ederek satın alabilecekleri ürün ve hizmetleri, bedelini biriktirmeyi beklemeden satın alabilme kolaylığı sağlamaktadır. Türkiye'de 2020 yılında Ticaret Bakanlığı'nın Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırması kapsamında tüketicilerin

kredi kartı kullanmalarının en önemli nedeninin taksit imkânı sağlaması olduğu tespit edilmiştir (Güzel vd., 2020, s.83).

Analiz bulgularımıza göre, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu daha olumlu olan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılığı daha yüksektir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde ($b=0.137$, $p=0.001$) pozitif etkiye sahip olduğu tahmin edilmiştir. Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.137 standart sapma artmaktadır. H11a hipotezi desteklenmiştir. Bu etkinin $b=0.103$ 'lük ($p=0.001$) kısmı doğrudan 0.035'lik ($p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. Bu bulguya göre, tüketicilerin kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutumu arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı artmaktadır.

Analiz bulgularımız önceki araştırmaların bulguları ile uyumludur. Kim ve DeVaney'in (2001) araştırma sonuçları bireyin krediye yönelik genel tutumunun kredi kartı bakiyesi üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Onlara göre krediye karşı olumlu tutuma sahip tüketicilerin, tüketim akışlarını dengelemek için kredi kartı bakiyelerini artırmaları muhtemeldir. Tüketiciler, tatil gibi belirli bir amaç için kredi kullanmanın doğru olduğuna inanırlarsa, "önce harca sonra öde" davranışına yöneldikleri için harcamalarını azaltmakta zorlanabilirler. Kim ve DeVaney'e göre borç sorunu yaşayan tüketicilerin öncelikle tutumlarını değiştirmeleri gerekir (s.76).

Chien ve Devaney (2001), genel ve spesifik tutum ile taksitli borçlar ve kredi kartı bakiyeleri arasındaki korelasyonu incelemişlerdir. Araştırma bulguları kredi kullanımına karşı genel tutum ile taksitli borçlar arasında ve spesifik tutum (eğitim, araba, tatil, zorunlu harcamalar ve lüks harcamalar için borçlanma tutumu) ile ödenmemiş kredi kartı bakiyeleri arasında yüksek korelasyon bulunduğunu göstermiştir.

4.9.2. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Statü Tüketimi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu daha olumlu olan tüketicilerin statü tüketiminde bulunma olasılığı daha yüksektir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun statü tüketimi üzerinde pozitif etkisi ($b=0.171$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H11b hipotezi

desteklenmiştir. Kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum, statü tüketimini artırmaktadır.

Ancak, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye statü tüketimi (KKTT→SOST→KKFH -0.00151, $p=0.483$) aracılık etmemektedir. H11c hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuç, bulgularımıza göre statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama üzerinde doğrudan etkisi bulunmamasından kaynaklanmaktadır. Kredi kartı taksit tutumunun olumlu olması statü tüketimini artırmaktadır ancak statü tüketimi bütçe yönetimi becerileri ile kontrol altında tutulduğunda ve gelirle birlikte arttığından doğrudan fazla harcamaya yol açmamaktadır.

4.9.3. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Kompüsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu daha olumlu olan tüketicilerin kompüsif satın alma eğilimine sahip olma olasılığı daha yüksektir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun, kompüsif satın alma eğilimi üzerinde pozitif etkisi ($b=0.126$, $p=0.001$) bulunmaktadır. H11d hipotezi desteklenmiştir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kompüsif satın alma eğilimi (0.00288, $p=0.005$) aracılık etmektedir. H11e hipotezi desteklenmiştir. Tüketicinin kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutumu kompüsif satın alma eğilimini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırmaktadır.

4.9.4. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumunun Kredi Kartı Etkisi Üzerindeki Etkisi

Analiz bulgularımıza göre, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu daha olumlu olan tüketicilerin kredi kartı etkisinde kalma olasılıkları daha yüksektir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun, kredi kartı etkisi üzerinde pozitif etkisi ($b=0.237$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Bu etkinin $b=0.165$ 'lik $p=0.001$) kısmı doğrudan, 0.072 'lik $p=0.001$) kısmı dolaylı etkidir. H11f hipotezi desteklenmiştir. Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu ile kredi kartıyla fazla harcama davranışı arasındaki ilişkiye kredi kartı etkisi (0.01218, ($p=0.001$)) aracılık etmektedir.

H11g hipotezi desteklenmiştir. Tüketicinin kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutumu, kredi kartı etkisini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırmaktadır.

4.9.5. Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu Değişkeni ile İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu bildiğimiz kadarıyla ilk kez bu araştırmada ölçülmüş ve kredi kartı ile fazla harcama davranışını tahmin etmekte kullanılmıştır. Kredi kartı tutumunun kredi kartı harcamaları ve borcu üzerinde etkisi bulunduğu gösteren çok sayıda araştırma olmasına rağmen, kredi kartı harcamaları ve borcu üzerinde, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun etkisine ilişkin araştırmaya literatürde rastlanmamıştır.

Kredi kartı ile taksitli ödemelerin ödemeyi vadeye yaymak ve tüketimi öne çekmek gibi avantajları bulunmakla birlikte bu avantajlar aynı zamanda tüketicinin satın alma gücünü aşan hacemaları kolaylaştırmaktadır. Ödeme planı ne olursa olsun tüketici satın alma gücünü aşan harcamalardan kaçınmalıdır.

4.10. TÜKETİCİNİN SAHİP OLDUĞU KREDİ KARTI SAYISININ KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

4.10.1. Tüketicinin Sahip Olduğu Kredi Kartı Sayısının Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Birden fazla kredi kartı sahibi olmak tüketiciye farklı bankaların sağladığı (indirim, taksit, puan gibi) kredi kartı avantajlarından yararlanma imkanı verir. Bu tür avantajlar harcamaları teşvik edebilir. Birden fazla kredi kartı kullanmak harcamaları takip etmeyi de güçleştirir. Toplamda ne kadar harcama yaptığının farkında olamamak, harcamalar üzerinde kontrolü kaybetmeyi kolaylaştırır.

Kredi kartları krediye erişimi kolaylaştırmaktadır. Krediye kolay erişmek harcamaları artırabilir. Bazı kredi kartı kullanıcıları ödemelerini öteleyerek borcun vadesini uzatmak amacıyla farklı hesap kesim tarihlerine sahip birden fazla kredi kartı kullanmaktadırlar.

Analiz bulgularımıza göre, daha fazla sayıda kredi kartına sahip olan tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılığı daha yüksektir. Sahip olunan kredi kartı sayısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur.(standartlaştırılmış etki $b=-0.185$, ($p=0.001$)). Sahip olunan kredi kartı sayısı 1 arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.185 artmaktadır. H12 hipotezi desteklenmiştir.

Bulgular, önceki araştırmaların sonuçlarını doğrulamaktadır. Kim ve DeVaney (2001), sahip olunan kredi kartı sayısının kredi kartı bakiyesi üzerinde pozitif etkisi olduğunu bulmuşlardır. Onlara göre kredi kartı sayısı erişilebilir kredi kaynağını temsil etmektedir. Çok sayıda kredi kaynağına sahip olmak tüketicilerin daha fazla borçlanmalarına yol açabilir.

Altan ve Göktürk (2007) tarafından Türkiye’de memurlar üzerinde yapılan araştırma sonucunda, sahip olunan kredi kartı sayısı arttıkça, kredi kartı ile yapılan harcama miktarının da arttığı, kredi kartı borcunun tamamını ödenme olasılığının ise azaldığı bulunmuştur. Ceylan (2006) da, Türkiye’deki batık kredi kart borç sahiplerinin profilini belirlemek amacıyla kredi kartı kullanıcıları ile yüzyüze anket yöntemiyle yaptığı araştırmada, batık kredi kart borç sahiplerinin ödeme açısından sorunsuz kredi kart sahiplerine göre daha çok sayıda farklı bankaların kredi kartlarını kullandıklarını tespit etmiştir.

4.10.2. Kredi Kartı Sayısı Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Modelimizde tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısını belirleyen değişkenler kredi kartı sayısındaki varyansın $R^2=0.16$ 'sını ($p=0.001$) açıklamaktadır. Tüketicilerin sahip olduğu kredi kartı sayısı gelir ($b=0.30$, $p=0.001$) ve materyalizm (mutluluk boyutu) ($b=0,18$, $p=0.001$) düzeyi yükseldikçe, artmaktadır. Bütçe yönetimi becerisi ($b=-0.13$, $p=0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ($b=-0.08$, $p=0.001$) ve eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi ($b=-0.08$, $p=0.001$) ise tutulan kredi kartı sayısı üzerinde negatif etkiye sahiptir.

Kredi kartı borcunun tamamını zamanında ödeyemeyen, gelirlerine kıyasla sürekli olarak belirli bir düzeyin üzerinde kredi kartı borç bakiyesine sahip olan tüketicilerin sahip

olabileceği kredi kartı sayısının sınırlandırılması, tüketicilerin borçlarının takibini kolaylaştırarak kredi kartı harcamaları üzerinde özdenetimi artırıcı etkide bulunabilir.

4.11. KREDİ KARTI ETKİSİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

4.11.1. Kredi Kartı Etkisinin Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Üzerindeki Etkisi

Ödemeyi kredi kartı ile yapmanın harcamaları artırdığını gösteren çok sayıda araştırma yapılmıştır (örn. Feinberg 1986; Prelec & Simester, 2001; Raghurir & Srivastava, 2008) Ödeme yapmayı ve krediye erişimi kolaylaştırmasının yanısıra, kredi kartlarının harcamaları artırıcı etkisinin nedenleri için araştırmacılar tarafından farklı açıklamalar sunulmuştur. Kredi kartı etkisi, tüketim ile ödeme anının ayrılmasının (şimdi al sonra öde) ödeme yapmanın verdiği acıyı hafifletmesi, ödemenin görünürlüğünü azaltması, ödemenin hatırdada daha az iz bırakması, kayıptan kaçınma davranışı, harcamanın alternatif maliyetinin farkındalığını azaltma, klasik şartlanma ve haz beklentisiyle nörolojik ödül ağı aktivasyonu gibi nedenlerle ilişkilendirilmiştir (Bak. 1.3.8. Kredi Kartı Etkisi bölümü).

Analiz bulgularımıza göre, kredi kartı etkisini daha yüksek bildiren tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışında bulunma olasılığı daha yüksektir. Tüketici üzerindeki kredi kartı etkisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırdığı bulunmuştur (standartlaştırılmış etki $b=0.12$, ($p=0.001$)). Tüketici üzerindeki kredi kartı etkisi 1 standart sapma arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama davranışı 0.12 standart sapma artmaktadır. H10 hipotezi desteklenmiştir.

Bulgumuz önceki araştırmaların (Banker vd., 2021; Dunfield & Prelec, 2017; Feinberg, 1986; Hirschman 1979; Prelec ve Simester, 2001; Raghurir & Srivastava, 2008; Soman, 2001, 2003) bulgularını teyit etmiştir. Ancak, Hafalir ve Loewenstein (2011), deneysel araştırmalarında kredi kartı etkisi bulamamışlar, bu sonucu deneyin koşullarındaki sınırlılıklara bağlamışlardır.

Araştırma sonuçlarımıza göre, kredi kartı etkisi ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki korelasyon ($r=0.51$, $p=0.001$) yüksektir. Kredi kartı etkisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı, ancak önceki araştırmaların bildirdiklerinden düşük bulunmuştur. Bunun birkaç nedeni olabilir. Modelimizde yer alan değişkenlerin bir kısmı hem KKET hem de KKFH davranışını tahmin etmektedir. Önceki araştırmalarda bulunan yüksek kredi kartı etkisinin bir kısmı aslında araştırmalara dahil edilmemiş olan materyalizm, kompulsif satın alma eğilimi, statü tüketimi gibi değişkenlerden kaynaklanmakta olabilir. Ayrıca, özkontrol ile ilişkili bütçe yönetimi becerisi, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ve eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi kredi kartı etkisini baskılamaktadır. Kredi kartı etkisinin düşük bulunmasının diğer bir nedeni ise, katılımcıların geçmişteki deneyimleri ile kredi kartı etkisinin farkında olmalarının özkontrollerini artırarak, kredi kartı etkisini hafifletiyor olabileceğini düşündürmektedir. Kredi kartı etkisi katılımcıların öz bildirimleriyle ölçülmüştür ve öz bildirimleri KKET'nin farkında olduklarını göstermektedir.

4.11.2. Kredi Kartı Etkisi Değişkeniyle İlgili Katkı, Öneriler ve Sınırlılıklar

Modelimizde tüketici üzerindeki kredi kartı etkisini tahmin eden değişkenler, kredi kartı etkisindeki varyansın $R^2=0.42$ 'sini ($p=0.003$) açıklamaktadır. Bu değişkenler sırasıyla; kompulsif satın alma eğilimi ($b=0,34$, $p=0.001$), materyalizm-mutluluk boyutu ($b=0.32$, $p=0.002$), statü tüketimi ($b=0.29$, $p=0.001$), eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ($b=-0.25$, $p=0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ($b=-0.25$, $p=0.001$), bütçe yönetimi becerisi ($b=-0.13$, $p=0.001$), gelir ($b=0.13$, $p=0.001$) yaş ($b=-0.10$, $p=0.001$) ve eğitimidir ($b=-0.04$, $p=0.001$).

Mutluluk arayışı ile maddi şeylere sahip olma arzusunun ($b=0.32$, $p=0.001$) ve kompulsif satın alma eğiliminin ($b=0.34$, $p=0.001$) ve statü tüketiminin ($b=0.29$, $p=0.001$), kredi kartı etkisi üzerindeki pozitif etkileri, Banker ve arkadaşlarının (2021) satın almadan elde edilecek haz beklentisinin kredi kartı ile harcamayı tetiklediği bulguları ile tutarlıdır. Banker ve arkadaşlarının (2021) araştırma bulguları, beyindeki nörolojik ödül ağının, kredi kartlarıyla satın alma deneyimleri tarafından kronik olarak duyarlı hale getirildiğini göstermiştir. Kredi kartı ipuçları, kredi kartının ödeme acısını hafifletmekten ziyade, ürünlerle ödüllendirilme arayışını etkinleştirmektedir. Onlara göre, kredi kartı ile satın almalarda deneyimlenen haz,

daha sonra bir referans noktası olarak hizmet eden beklentiler oluşturmakta ve satın almama durumunda kayıp olarak algılanmaktadır. Daha önce bağımlılık davranışını açıklayan bu model, kredi kartlarının harcamayı teşvik etmesini de açıklamaktadır (Banker vd., 2021, s.7).

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını düşünerek hareket etmek ($b=-0.25$, $p=0.001$), yaşam üzerinde hâkimiyet duygusuna sahip olmak ($b=-0.25$, $p=0.001$) ve bütçe yönetimi becerisine sahip olmak ($b=-0.13$, $p=0.001$) tüketiciler üzerindeki kredi kartı etkisini azaltmaktadır.

Kredi kartı kullanmak harcamaların unutulmasını kolaylaştırmaktadır (Soman, 2001). Tüketicilere kredi kartlarıyla yaptıkları harcamalarda, harcanan miktarlar, borç tutarı, varsa ödenecek faiz miktarı hakkında kısa mesajlar (sms) ile bildirimler yapmak, harcamaları hatırlatır. Bu yolla ödemenin duygusal sıkıntısı ve fırsat maliyeti belirgin hale getirilerek kredi kartı ile fazla harcama davranışının engellenmesine yardımcı olunabilir. Düzenleyici otorite tarafından kredi kartı kuruluşlarına/bankalara bu tür bildirimlerde bulunma yükümlülüğü getirilebilir.

Kredi kartlarına sağlanan bonuslar, taksitler, indirimler vb, avantajların amacı harcamaları artırmaktır. Tüketicinin bu konuda dikkatli olması gerekir.

Kredi kartı etkisi bir öz bildirim ölçeği ile ölçülmüş olduğundan bu tür ölçeklerin sınırlılıklarına tabidir.

4.12. KONTROL DEĞİŞKENLERİNİN KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI VE DİĞER İLGİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Kredi kartı araştırmalarında gelir, eğitim düzeyi ve yaş değişkenleri sıklıkla kullanılmıştır. Bu araştırmada, yapısal modelde içerilen değişkenlerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkileri gelir, eğitim ve yaş değişkenleri ile kontrol edilmiştir. Gelir, aylık kişisel geliri, eğitim, yıl olarak eğitimde geçirilen süreyi, yaş kronolojik yaşı ifade etmektedir. Tüm hipotezler bu değişkenlerin etkileri hesaba katılarak test edilmiştir.

4.12.1. Gelir

Gelir tüketicinin harcama kapasitesini belirler. Yüksek gelir tüketicinin zorunlu ihtiyaçlarının ötesinde tüketebilmesine imkân verir. Gelir arttıkça tüketim talebi miktar olarak artarken nitelik ve çeşit bakımından da farklılaşır. Bu nedenle gelir düzeyi arttıkça genel olarak tüketicilerin harcamaları artar. Ancak, gelir düzeyi yükseldikçe, tüketicilerin harcamalarını gelirleriyle finanse etme kapasiteleri de artacağından, kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma seviyelerinin azalması beklenir.

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre gelir düzeyini daha yüksek bildiren tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama olasılığı daha düşüktür. Gelirin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde negatif etkisi ($b=-0.06$, $p=0.006$) bulunmaktadır (etkiler standartlaştırılmıştır). Bu etkinin $b=-0.045$ 'lik ($p=0.004$) kısmı doğrudan, $b=-0.016$ 'lık ($p=0.367$) kısmı dolaylı etkidir. Gelir arttıkça kredi kartı ile fazla (geliri aşan düzeyde) harcama, beklendiği gibi azalmaktadır. Gelir artışının kredi kartı ile fazla harcamayı azaltıcı etkisi istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte düşük bulunmuştur. Bu sonuç, gelirdeki artışın harcamaları kredi kartı ile finanse etme ihtiyacını bir miktar azalttığı, şeklinde yorumlanmaktadır.

Bulgumuz önceki araştırmaların sonuçlarını teyit etmektedir. Teoh ve arkadaşları (2013) tarafından Malezya'da kredi kartı sahiplerinin harcama davranışlarını etkileyen faktörler üzerine yapılan araştırmanın sonuçları, yüksek gelirli kredi kartı sahiplerinin kredi kartı ile daha fazla harcama yaptıklarını ancak, kredi kartı borçlarını zamanında geri ödeme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Önder (2018) tarafından Türkiye genelinde 2002-2015 dönemine ait üçer aylık veriler kullanılarak yapılan araştırma sonucunda; hanehalkı gelir düzeyi, aktif kredi kartı sayısı ve pos cihazı sayısı ile kredi kartı işlem hacmi arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Araştırmacı tarafından bulgular, gelir düzeyinin artmasının, kredi kartı kullanımının ve pos cihazlarının yaygınlaşmasının incelenen dönemde kredi kartı harcamalarını artırdığı ve tüketicilerin gelirlerinden fazlasını harcadıkları şeklinde yorumlanmıştır. (Önder, 2018, s.1111).

Kim & DeVaney (2001) ise, geliri kredi kartı bakiyesi ile pozitif ilişkili bulmuşlardır. Onlara göre kredi kartı bakiyesinin minimum tutarını ödeyen yüksek gelirli tüketiciler, satın alma

gücünü yansıtan yüksek kredi kartı limitine sahiptirler. Yüksek kredi kartı limiti de yüksek kredi kartı bakiyesine yol açmaktadır.

Yapısal modelde gelir ayrıca, gelir yeterliği algısı, sosyal statü tüketimi, kredi kartı sayısı, kredi kartı taksitli ödeme tutumu ve kredi kartı etkisi değişkenleri ile ilişkilendirilmiştir.

Araştırma bulgularımıza göre, daha yüksek gelire sahip olan tüketiciler daha yüksek gelir yeterliği algısına sahiptirler. Objektif gelir ile sübjektif bir değerlendirme olan gelir yeterliği algısı arasındaki korelasyon $r=0.40$ 'dır ($p<0.01$). Model l'den elde ettiğimiz bulgulara göre gelirin, gelir yeterliği algısı üzerinde pozitif etkisi ($b=0.332$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Gelir artışı, beklendiği üzere tüketicilerin gelir yeterliği algısını artırmaktadır. Gelirle birlikte gelir yeterliği algısı arttıkça, harcamalar için duyulan finansman ihtiyacı azalmaktadır.

Araştırma sonuçlarımıza göre gelirin, tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısı üzerinde pozitif etkisi ($b=0.304$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Gelir arttıkça harcama kapasitesi artan tüketiciler, ödemelerini kolaylaştırmak ve kredi kartlarının farklı ek avantajlarından yararlanmak için daha fazla sayıda kredi kartı tutmaktadırlar. Kaynak ve Harcar, (2001) Türkiye'de yaptıkları araştırmada, yüksek gelir gruplarının orta ve düşük gelir gruplarına göre kredi kartı sahiplik oranının daha yüksek olduğu ve daha fazla harcama yaptıkları bulgularına ulaşmışlardır.

Analiz sonuçlarımıza göre, gelirin sosyal statü tüketimi üzerinde ($b=0.174$, $p=0.001$) pozitif etkisi olduğu bulunmuştur. Gelir arttıkça tüketiciler daha fazla statü tüketiminde bulunmaktadır. Bu sonucu, statü göstergesi olan ürünlerin pahalı olması nedeniyle, bu ürünlerin satın alınabilmesi imkânının gelirle birlikte artmasına bağlamaktayız.

Gelirin, kredi kartı etkisi üzerinde ($b=0.126$, $p=0.001$) pozitif etkisi olduğu bulunmuştur. Gelir arttıkça tüketicilerin kredi kartı kullanmanın harcamaları teşvik edici etkisine kapılma düzeyi artmaktadır. Gelir artışı tüketicinin kredi kartı ile yaptığı harcamalar üzerindeki özkontrolünü kısmen azalttığı düşünülmektedir.

Gelirin kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu üzerinde ($b=-0.065$, $p=0.035$) negatif etkisi olduğu bulunmuştur. Etki düşük olmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlıdır. Gelir arttıkça, kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı olumlu tutum kısmen azalmaktadır. Bulgumuz düşük gelir grubundaki tüketicilerin kredi kartı ile taksitli ödemeye karşı daha olumlu tutuma sahip

olduklarını göstermektedir Gelir arttıkça finansman ihtiyacının azalmasının bu sonuca neden olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, T.C. Ticaret Bakanlığının 2020 yılına ilişkin Türkiye’de Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporuna göre, kredi kartı kullanımının başlıca nedenlerinin tüm gelir gruplarında taksit imkânı sağlaması ve nakit sıkıntısını gidermesi olduğu tespit edilmiştir (Güzel vd., 2020).

Bulgularımıza göre gelirin, bütçe yönetimi becerisi üzerinde etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($b=-0.014$, $p=0.397$). Bulgumuz Xiao ve O’Neill’in (2018) bütçe yönetiminin ekonomik kaynaklarla negatif ilişkili olduğu bulgusunu teyit etmemektedir. Xiao ve O’Neill, (2018), bütçe yapmanın finansal davranışlar hiyerarşisinin en altında yer aldığını, gelir düzeyi yüksek olanların bütçe yapma olasılığının daha düşük olduğunu, ekonomik kaynaklar azaldıkça bireylerin bütçe yapma davranışının arttığını ve düşük gelirlili tüketicilerin finansal refahı için bütçe yapmanın daha önemli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Analiz sonuçlarımız, bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde yüksek negatif etkisi bulunduğunu gösterdiğinden, tüm gelir gruplarında bütçe yönetimi becerisinin geliştirilmesinin yararlı olacağı, ancak düşük gelir gruplarının bundan daha çok yarar göreceğini düşünmekteyiz.

Tasarruf becerisi değişkenini içeren model II’den elde edilen bulgulara göre, gelirin tasarruf becerisi üzerinde ($b=0,104$, $p=0.001$) düşük düzeyde pozitif etkisi olduğu bulunmuştur. Gelir arttıkça tüketicilerin tasarruf pratikleri bundan kısmen olumlu etkilenmektedir.

4.12.2. Eğitim

Tüketicilerin eğitim düzeyi arttıkça bilgi ve bilinç düzeylerinin de artması bu nedenle tüketim harcamaları ve bunun finansmanı ile ilgili daha akılcı kararlar vermeleri ve kredi kartlarını daha rasyonel bir şekilde kullanmaları beklenir. Eğitim düzeyi, yapısal modelde materyalizm, bütçe yönetimi becerisi ve kredi kartı ile fazla harcama davranışı ile ilişkilendirilerek bu değişkenler üzerindeki etkileri kontrol edilmiştir.

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre eğitim düzeyini daha yüksek bildiren tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcamada bulunma olasılığı daha düşüktür. Eğitimin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde ($b=-0.109$, $p=0.001$) negatif etkisi bulunmaktadır. Bu etkinin $b=-0.07$ ’lik ($p=0.001$) kısmı doğrudan, $b=-0.039$ ’luk ($p=0.015$) kısmı dolaylı etkidir.

Tüketicinin eğitim düzeyi arttıkça, kredi kartı ile fazla harcama beklendiği gibi azalmaktadır. Ancak, etki istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte düşüktür.

Bulgularımız önceki araştırmaların bulguları ile benzerdir. Ceylan (2006), Türkiye'deki batık kredi kart borç sahiplerinin profilini belirlemek amacıyla anket yöntemiyle yaptığı araştırma sonucunda, kredi kartı kullanıcılarının eğitim düzeyi azaldıkça batık kredi kart borç sahibi olma riskinin arttığını, gelir seviyesi düşük olan kişilerin, normal ve yüksek gelir sahibi kişilere göre daha yüksek oranda kredi kartlarıyla ödeyemeyecekleri düzeyde harcama yükünün altına girdiklerini tespit etmiştir.

Altan ve Göktürk (2008) tarafından Türkiye'de memurlar üzerinde yapılan araştırma bulgularına göre aylık gelir miktarı, eğitim düzeyi ve yaş arttıkça kredi kartı ile yapılan harcama miktarı da artmaktadır. Aylık gelir ve eğitim düzeyi arttıkça kredi kartı borcunun tamamını ödeme artarken, yaş arttıkça borcun tamamını ödeme azalmaktadır. Bu sonuç, yaşlıların emeklilikte gelirlerinin düşüyor olması ile açıklanabilir.

Eğitim, modelde bütçe yönetimi becerisi ve materyalizm değişkenleri ile de ilişkilendirilmiştir. Eğitimin bütçe yönetimi becerisi üzerindeki etkisi beklentinin aksine istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($b=0.014$, $p=0.632$). Genel eğitim düzeyi, bütçe yönetimi becerisini artırmamaktadır. Genel eğitimin finansal sonuçları olan davranışlar üzerinde etkisinin olmaması, tüketicinin finansal yönetim konularında spesifik eğitim ve beceri geliştirme programları ile desteklenmesi gerektiğini göstermektedir.

Bulgularımıza göre eğitimin materyalizm (mutluluk boyutu) üzerinde negatif etkisi ($b=-0.117$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça, tüketicinin maddi şeylere sahip olmanın mutluluğu artıracığı inancı azalmaktadır. Diğer bir deyişle, mutlu olmak için maddi değerlerin mülkiyetine verilen önem azalmaktadır.

4.12.3. Yaş

Kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde yaşın etkisi bulunduğu öngörüldüğü için modelde ilgili değişkenler üzerindeki etkileri kontrol edilmiştir. Gençlerin i) ev, aile kurma ve çocuk sahibi olma gibi masrafların yüksek olduğu bir yaşam döneminde bulunmaları, ii) iş yaşamlarının ilk yıllarında gelir ve birikimlerinin daha düşük olması, iii) tüketim kültürü içinde

yetişmeleri nedeniyle tüketim arzularının daha yüksek olması, iv) gelecekteki gelirleriyle ilgili daha pozitif beklentiye sahip olmaları nedeniyle gelirlerine kıyasla harcamalarının daha yüksek olması beklenir. Diğer taraftan, gençlerin yenilikler ve teknolojiye açık olmaları nedeniyle kredi kartı kullanımına karşı daha olumlu tutuma sahiptirler. Belirtilen nedenlerle ve önceki araştırmaların bulgularına dayanılarak, yaşın kredi kartı ile fazla harcama davranışı, materyalizm, sosyal statü tüketimi ve kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki etkileri yapısal modelde kontrol edilmiştir.

İstatistiksel analiz bulgularımıza göre daha genç tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcamada bulunma olasılığı daha yüksektir. Yaşın kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde düşük düzeyde negatif etkisi bulunmaktadır (toplam etki $b=-0.058$, $p=0.002$). Bu etkinin $b=-0.002$ 'lik ($p=0.847$) kısmı doğrudan, $b=-0.055$ 'lik ($p=0.015$) kısmı dolaylı etkidir. Yaşın kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde doğrudan etkisi bulunmamakta ancak materyalizm, statü tüketimi ve kompulsif satın alma eğilimi aracılığı ile dolaylı etkisi bulunmaktadır. Yaşın kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisinin düşük ve doğrudan etkinin anlamlı bulunmaması, yaş ile kredi kartı ile fazla harcama davranışı arasındaki ilişkinin doğrusal olmamasından kaynaklanıyor olabilir.

Kim ve DeVenay (2001) yaşın, yaşam döngüsü hipotezini izleyerek (Ando ve Modigliani, 1963) ödenmemiş kredi bakiyelerini etkilediğini ileri sürmüşler ve tüketicilerin kredi kartı borçlusu olma olasılığının 37 yaşına kadar arttığını ve bu yaştan sonra düştüğünü bulmuşlardır. Bu bulguyu, genç tüketicilerin gelirlerinin daha düşük olması ve bir aile kurmak için gerekli yüksek masraflarla karşı karşıya kalmalarının onları borçlanmaya teşvik etmesi ile açıklamışlardır.

Bulgularımıza göre yaşın, materyalizm (mutluluk boyutu) üzerinde negatif etkisi ($b=-0.135$, $p=0.002$) bulunmaktadır. Beklentiye uygun olarak gençlerin materyalizm düzeyi daha yüksek bulunmuştur. Gençlerin içinde yetiştikleri tüketim kültürünün bu sonuç üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir. Yaş arttıkça tüketicilerin materyalizm düzeyi azalmaktadır.

Richins'e (2011) göre gençler sınırlı deneyimine sahip olduklarından materyalist dönüşüm beklentileri söz konusu olduğunda, en hassas kitledir. Gençler, tüketerek yaşamlarında dönüşüm gerçekleşeceğini vadeden reklamlara karşı oldukça duyarlı ve savunmasızdırlar. Deneyimli tüketiciler reklamlar ve diğer kitle iletişim araçlarının, tüketerek yaşamlarında

arzulanan dönüşümlerin gerçekleşeceği vaadlerini genellikle daha şüpheyle karşılarlar. Richins yaş ile materyalist tüketimin sağlayacağı dönüşüm beklentileri arasında önemli negatif ilişki bulmuştur. (özellikle kişinin kendisiyle $b=-.22$ ve görünüşü $b=-.25$ ile ilgili dönüşüm beklentileri)

Belk'e (1985) göre ise tüketiciler, yaşları ilerledikçe gelecekte çok, geçmişini düşünme eğiliminde olurlar. Geçmiş, yaşanmışlıkları, hatıraları daha fazla önemserler ve çocuklarının başarıları ile mutlu olurlar. Yaşla birlikte egoist materyalizm azalır. Yaşlılar, geçmişini hatırlatan şeyleri tutmayı yeni şeyler edinmekten daha fazla önemsiyor olmaları ve mutluluk arayışlarının daha çok maddi şeyler dışına kayması nedeniyle, materyalist tüketime daha az meyliyor olabilirler.

Bulgularımıza göre yaşın statü tüketimi üzerinde negatif etkisi ($b=-0.199$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Genç tüketiciler, yaşlılara kıyasla daha fazla statü tüketiminde bulduklarını bildirmektedirler. Beklentiye uygun olarak yaş arttıkça tüketicilerin statü tüketimi azalmaktadır. Bulgularımız J. Eastman ve K. Eastman (2011) ile Flynn ve arkadaşlarının (2016) araştırma bulgularını teyit etmektedir. J. Eastman ve K. Eastman, yaş ile statü tüketimi arasında negatif ilişki ($r=-0.23$ $p=0.000$) bulmuşlardır. Flynn ve arkadaşları da yaş ile materyalizmin-mutluluk boyutu ($r=-0.18$, $p<0.05$) ve statü tüketimi arasında ($r=-0.18$, $p<0.05$) negatif ilişki bulmuşlardır. Sonuçlar gençlerin tüketim yoluyla sosyal güç arayışının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Bulgularımıza göre yaşın kompulsif satın alma eğilimi üzerinde negatif etkisi ($b=-0.136$, $p=0.001$) bulunmaktadır. Genç tüketiciler, yaşlılara kıyasla daha fazla kompulsif satın alma eğiliminde olduklarını bildirmektedirler. Yaş arttıkça tüketicilerin kompulsif satın alma eğilimi azalmaktadır.

Bulgumuz önceki araştırmaların bulgularını doğrulamaktadır. Yaş ile kompulsif satın alma ölçeklerinden alınan puanları ilişkilendiren araştırmalar, tutarlı olarak negatif ilişki $r = -0.19$ (D'Astous vd., 1990), $r=-0.33$ (Magee, 1994), $r=-0.34$ (D'Astous, 1990) bildirmişlerdir (Aktaran, Dittmar, 2005, s.471). Ridgway ve arkadaşları da (2008) kompulsif tüketimin yaşla birlikte azaldığını $r = -0.17$ ($p<.01$) bulmuşlardır. Dittmar (2005) da aynı şekilde, yaşın kompulsif satın alma üzerinde ($b=-0.20$, $p<.001$) negatif etkiye sahip olduğunu bulmuştur.

Gençlerin iş yaşamının ilerleyen yıllarında gelirlerinin daha yüksek olacağına dair olumlu beklentileri ve aşırı güven yanılgısı ile kredi kartlarının geri ödeme risklerini daha düşük değerlendirmeleri ve risk almaya daha gönüllü olmaları da, materyalist değerlerin ve statü arayışının motive ettiği harcamalarını kredi kartları ile finanse etmeye daha eğilimli olmalarını kısmen açıklayabilir. İleri yaşlarda gelir beklentisinin düşmesi ve geri ödeme riskleri konusunda daha fazla kaygı duyulması da yaşlıların kredi kartı ile fazla harcamalarını engelliyor olabilir.

4.13. DIŞSAL DEĞİŞKENLER ARASI KORELASYONLAR

Yapısal modelde yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi ve risk tercihi değişkenleri dışsal değişkenler olarak tanımlanmıştır. Bu değişkenler arasında neden sonuç ilişkisi kurulması için teorik bir gerekçeler ileri sürülemediğinden, aralarında korelasyonlar tanımlanmıştır.

Risk tercihi ile eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi arasında düşük negatif korelasyon $r=-0.111$ ($p=0,001$) bulunmuştur. Bulgumuz Daly ve arkadaşlarının bulgularını teyit etmektedir. Daly ve arkadaşları (2010) da, 2000 öğrenci ile yaptıkları araştırma sonucunda risk alma gönüllülüğü ile eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi arasında zayıf negatif korelasyon ($r=-0.06$) bulmuşlardır.

Daly ve arkadaşlarına göre, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını düşünüp dikkate alan bireylerin gelecekle ilgili daha iyi tasavvurda bulunup tahminler yapabilmeleri onları gelecekle ilgili amaçlarına ulaşmak için risk almaya daha istekli kılabilir. Ancak, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ile riskten kaçınmanın göstergesi olan davranışlar arasında negatif ilişki olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyenlerin sağlıkları ile ilgili risk almaktan kaçındıkları, daha sağlıklı beslendikleri ve daha sık egzersiz yaptıkları (Joireman vd., 2012), eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme düzeyi düşük olanların ise sigara içme, aşırı alkol tüketimi (Strathman vd., 1994), dikkatsiz araba kullanma (Moore & Dahlen, 2008) kredi kartı borcunu ödememe (Joireman vd., 2005) gibi riskli davranışlarda bulunma olasılığının daha yüksek olduğu (Daly vd., 2010) gösterilmiştir. Bulgular, eylemlerinin

gelecekteki sonuçlarını önemseyen bireylerin, gelecekteki olumsuz sonuçları öngörerek, kayıptan kaçınmak için önlem aldıkları şeklinde yorumlanmaktadır.

Araştırmamızın bulguları ile Daly ve arkadaşlarının bulguları, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme düzeyi ile risk alma gönüllülüğü arasında zayıf bir negatif ilişki olduğunu göstermektedir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen bireyler davranışlarının olumsuz sonuçlarını (muhtemel kayıpları) fırsatlardan kısmen daha fazla algılıyor ve/veya önemsiyor olabilirler. Söz konusu iki değişken arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılabilmesi için yeni araştırmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Risk tercihi ile yaşam üzerinde hakimiyet duygusu arasında çok zayıf negatif korelasyon ($r=-0.06$, $p=0.049$) bulunmuştur. Bulguya göre, risk tercihinin yaşam üzerinde hakimiyet duygusu ile önemli düzeyde bir ilişkisi bulunmamaktadır.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ile yaşam üzerinde hakimiyet duygusu değişkenleri arasında güçlü bir pozitif korelasyon ($r=0.35$, $p=0.001$) bulunmuştur. Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını dikkate alarak davranmak, bireylere gelecekte yaşanabilecek olaylar üzerinde kontrol duygusu kazandırıyor olabilir. Bu ilişkinin daha iyi anlaşılabilmesi için yeni araştırmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Sonraki çalışmalarda bu ilişkinin incelenmesi literatüre katkı sağlayabilir.

Kontrol değişkenleri ile dışsal değişkenler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde risk tercihi ile gelir ($r=0.009$, $p=0.777$) ve eğitim ($r=0.045$, $p=0.126$) arasında ilişki bulunmamıştır. Risk tercihi ile yaş arasında ise ($r=-0.116$, $p=0.001$) düşük düzeyde negatif ilişki bulunmuştur, Gençlerin risk tercihinin daha yüksek olması ve yaş arttıkça risk tercihinin azalması beklentiye uygundur.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi ile gelir ($r=0.107$, $p=0.001$), eğitim ($r=0.071$, $p=0.017$) ve yaş ($r=0.078$, $p=0.009$) arasında düşük düzeyde pozitif ilişki bulunmuştur. Bulgularımıza göre, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi gelir, eğitim ve yaş ile birlikte artmaktadır.

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile gelir ($r=0.223$, $p=0.001$) ve eğitim ($r=0.133$, $p=0.001$) arasında pozitif ilişki bulunmuş, bu değişkenin yaş ($r=0.041$, $p=0.190$) ile ilişkisi anlamlı

bulunmamıştır. Bu değişkenin gelir ile ilişkisi eğitime kıyasla daha belirgindir. Daha yüksek gelire ve eğitime sahip bireylerin yaşam üzerinde hâkimiyet duygularının daha yüksek olması beklentiye uygundur.

SONUÇ

Bu araştırma, kredi kartı kullanıcılarının fazla harcamalarının psikolojik, bilişsel, davranışsal nedenlerini anlamamıza katkıda bulunmuştur. Tüketicilerin kredi kartıyla fazla harcamaları nedeniyle yüksek faizle borçlanmaları geleneksel ekonomik analizin varsaydığı rasyonel insan davranışıyla tutarlı değildir. Araştırma sonuçlarımız psikolojik, duygusal, bilişsel ve davranışsal yapılar (eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, risk tercihi, materyalizm-mutluluk boyutu, bütçe yönetimi becerisi, statü tüketimi, kompülsif satın alma eğilimi, gelir yeterliği algısı, kredi kartı etkisi, kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu, sahip olunan kredi kartı sayısı) ile ekonomik/demografik (gelir, eğitim, yaş) değişkenlerin tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkilerini göstererek, bu davranışın nedenlerinin açıklanmasına katkı sağlayacak bulgular sunmuştur. Sonuçlar; ekonomi, psikoloji, bireysel finans, finansal eğitim, tüketicinin korunması alanlarında yararlı olabilecek bilgiler sağlamaktadır. Bulgular, kredi kartı ile fazla harcama ve bunun yarattığı borçlanma sorununun çözümü ve tüketici refahını artırmak için atılabilecek adımlara rehberlik edebilir.

1. ARAŞTIRMANIN KATKILARI

Bu araştırmanın sonuçları tüketicilerin kredi kartı ile harcama borçlanma davranışı hakkındaki araştırmaların kapsamını genişleterek literatüre katkıda bulunmuştur. İleri sürülen modelde kredi kartı ile fazla harcama davranışı ile ilişkili çok sayıda değişken içerilmiş ve bazı değişkenler bu bağlamda ilk kez analiz edilmiştir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, gelir yeterliği algısı ve kredi kartı ile taksitli ödeme tutumunun kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkileri ilk kez bu çalışmada incelenmiştir. Kredi kartı etkisini ölçmekte kullanılan ölçek kavramsal çerçevede bu çalışmada oluşturulmuştur. Kredi kartı etkisinin öncüllerine ilişkin yeni bulgular elde edilmiştir. İstatistiksel analiz yöntemi olarak kullanılan yapısal eşitlik modellemesi-yol analizi açıklayıcı değişkenler arasında, daha önce araştırılmamış bazı ilişkileri de açığa çıkarmıştır. Çok değişkenle yapılan yol analizi, bir yandan değişkenlerin bireysel etkilerinin netleştirilmesini sağlarken, diğer yandan değişkenlerin kendi aralarındaki ilişkilerin, sonuç değişkeni üzerindeki

etkilerine yansımaları ortaya koymuştur. Ayrıca değişkenlerin, kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki çoklu ve zincirleme etkileri gösterilebilmiştir.

Tüketicileri kredi kartı ile harcama ve borçlanmalarında daha rasyonel davranmaya yönlerecek politikalar açısından araştırmanın sonuçları önemlidir. Araştırma sonucunda ileri sürülen model tüketicinin psikolojik/duygusal ve bilişsel yönlerinin karşılıklı etkileşimini ortaya koymaktadır. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi ve bütçe yönetimi becerisi tüketicinin bilişsel yönünü temsil etmektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu, materyalizmin mutluluk boyutu, sosyal statü tüketimi, kompulsif satın alma eğilimi ve harcamalarda kredi kartı etkisi tüketicinin duygusal, psikolojik yönünü temsil etmektedir. Model bilişsel becerilerin tüketicinin özdenetimini artırarak, duygusal/psikolojik satın alma eğilimleri üzerinde baskılayıcı etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Hoch ve Loewenstein'a (1991) göre, tüketiciler hem kısa vadeli duygusal faktörlerden hem de uzun vadeli rasyonel kaygılardan etkilenirler, bu da anlık arzular ve irade arasında bir çatışmaya neden olur. Gelirle uyumsuz anlık arzuları/duyguları tatmin amaçlı tüketim maliyetleri hesaba katan bilişsel değerlendirmeler yapılmadığında, uzun vadeli hedeflerin göz ardı edilmesine neden olur. Bununla birlikte, gelirle uyumsuz satın alma dürtülerine direnerek uzun vadeli hedeflere öncelik vermek kişinin kendini kontrol kapasitesine bağlıdır (Baumeister, 2002).

Bulgularımız Hoch ve Loewenstein (1991) ile Baumeister'in (2002) görüşlerini desteklemektedir. Bütçe yapmak harcamalar üzerinde özdenetimi artırmaktadır. Bütçe yönetimi becerileri yüksek olan tüketicilerin, tüketim ve satın alma eğilimlerinin fazla harcamaya yol açmamasının nedeni, bütçenin kişinin finansal hedeflerini belirlemesi ve harcama davranışını izlemesine imkân veren bir standart sağlaması ile açıklanmaktadır (Baumeister, 2002). Bütçeye uyum sağlamak için davranışların izlenmesi planlı mali davranışların gerçekleştirilmesi için gereken operasyonel kapasiteyi artırmaktadır. Tüketicilerin harcamalarını izlemeleri daha az harcamalarına ve daha çok tasarruf etmelerine yol açmaktadır (Oaten ve Cheng, 2007).

Bulgularımız, bütçe yönetimi becerisinin bir yandan kredi kartını sorumlu kullanmayı ve ödemeleri zamanında yapmayı sağlarken, bir yandan da statü tüketimini, kompulsif satın alma eğilimini ve kredi kartı kullanmanın harcamalar üzerindeki etkisini baskılayarak kredi

kartı ile fazla harcamayı azalttığını göstermektedir. Ayrıca, bütçenin iyi yönetiliyor olması gelir yeterliği algısını artırarak kredi ihtiyacını ve ihtiyaç duyulan kredi kartı sayısını azaltmaktadır.

Araştırma sonuçları, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını daha fazla önemseyen tüketicilerin bütçelerini daha iyi yönettiklerini göstermektedir. Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, bütçe yönetimi becerisinin öncülüdür ve bu iki değişken arasında yüksek ilişki bulunmaktadır. Bulgular, bireylerin eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme düzeyini artırmaya yönelik girişimlerin, bütçe yönetimi becerilerini artırarak kredi kartı ile fazla harcama davranışını azaltacağını, ayrıca tasarruf becerilerini artıracığını göstermektedir.

Bulgularımız, bütçe yönetimi becerisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerinde diğer değişkenler arasında en etkili değişken olduğunu ve tüketicilere temel bütçe yönetimi becerileri kazandırmanın kredi kartı ile fazla harcamayı ve borç birikimini azaltabileceğini göstermektedir. Bütçe yönetimi finansal yönetim uygulamalarının ilk adımı olduğundan ve diğer finansal yönetim uygulamalarını olumlu etkilediğinden, tüketicilerin refahını artırmak için bütçe yönetimi becerilerini geliştirmek önemli ve etkin bir yöntem olabilir.

Bu araştırmada, bilgimiz dâhilinde yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu (sense of mastery) değişkeni tüketicilerin kredi kartı kullanma davranışı ile ilgili bir araştırmada ilk kez kullanılmıştır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, materyalizm, kompulsif satın alma eğilimi ve statü tüketimi ile ilişkisi de bildiğimiz kadarı ile ilk kez bu araştırmada incelenmiştir. Bulgularımız yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun modelimizde içerilen diğer değişkenlerle ilişkilerine, özellikle materyalizm, statü tüketimi ve kompulsif satın alma davranışının öncüllerine ışık tutarak literatüre katkı sağlamaktadır.

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun iki kanaldan materyalizm üzerinde etkisi olduğunu düşünmekteyiz. 1) Araştırmalar, materyalist tüketicilerin depresyon, kaygı, duygusal dengesizlik (Burroughs ve Rindfleisch, 2002) gibi olumsuz duyguları daha fazla yaşadıklarını göstermektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun düşük olması, bireyleri bu tür olumsuz duygular ile başa çıkma kapasitenden yoksun bırakmaktadır. Bireylerin ruh hallerini düzeltmek için gereksindikleri haz ve mutluluk duygularını hissedebilmek amacıyla maddi varlıklara sahip olmaya çalışmaları olumsuz duygularla bir

başa çıkma tepkisi olabilir. 2)Yaşam üzerinde hakimiyet duygusu düşük bireyler, hissettikleri öz değer konusunda belirsizlik (Frost vd., 2007), yetersizlik, güçsüzlük duygularının üstesinden gelebilmek için yaşam, kişiler ve olaylar üzerinde kontrol gücü kazanmak amacıyla, maddi varlıkları özellikle kendilerine sosyal güç kazandıracağını düşündükleri statü ve prestij göstergesi olan ürünleri edinmeyi daha fazla önemsiyor olabilirler.

Materyalizm ile kompülsif satın alma ve statü tüketimi arasındaki ilişki önceki çalışmalarda araştırılmıştır (örn. Roberts 1998; Santini vd., 2017; Tokgöz 2020; Yurchisin ve Johnson 2005) Ancak, önceki araştırmalarda yer almayan yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun modele dâhil edilmesi, kompülsif satın alma eğilimi ile statü tüketiminin motivasyonel farklılıklarını açığa çıkarmıştır. Bulgularımıza göre, statü tüketimi üzerinde materyalizm (mutluluk boyutu) güçlü bir etkiye sahip iken kompülsif satın alma eğilimi üzerinde materyalizm, doğrudan değil statü tüketimi aracılığı ile etkili olmaktadır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun statü tüketimi üzerindeki etkisi ise, materyalizm aracılığı ile ortaya çıkmaktadır. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu düşük olan tüketiciler yaşamları üzerinde kontrol gücünü, sosyal statü arayışıyla maddi şeylerin sahipliği, özellikle statü simgeleyen tüketim yoluyla elde etmeye çalışmaktadırlar. Kompülsif satın alma eğilimi üzerinde ise, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun doğrudan belirgin etkisi olduğu görülmektedir. Materyalizmin kompülsif satın alma üzerindeki doğrudan etkisinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmaması, O'Guinn ve Faber'in (1989) kompülsif satın alma davranışının arkasındaki öncelikli motivasyonun ürüne sahip olma isteği olmadığı görüşünü desteklemektedir. Onlara göre, kompülsif alıcılar için satın alma faaliyetinde kişiler arası olumlu etkileşimler ve benlik algısını güçlendirmek en önemli kısa vadeli tatminlerdir (s.155).

Bulgularımız bireylerin yaşamları üzerindeki hâkimiyet duygularının geliştirilmesinin, mutluluk için maddi şeylere sahip olma arzusunu, statü tüketimini ve kompülsif satın alma eğilimini azaltarak kredi kartı ile fazla harcamayı engelleyici etkileri olabileceğini göstermektedir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunu geliştirmeye yönelik müdahaleler, tüketicileri psikolojik yönden güçlendirerek daha sağlıklı finansal ve tüketim kararları almalarına yardımcı olabilir.

Kompülsif satın alma eğilimi ileri düzeylerinde bir tür bağımlılık olarak tanımlanmaktadır. Kompülsif satın alma, tüketicinin psikolojik ve finansal sağlığı açısından ciddi sonuçları olan sorunlu bir satın alma biçimidir. Moon ve Attiq'e (2018) göre stres kompülsif satın almanın

en önemli tetikleyicisidir. Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun düşük olması, yaşam stresleri ile başa çıkabilmeyi güçleştirdiğinden kompülsif satın alma eğiliminin artışına zemin hazırlıyor olabilir. DeSarbo ve Edwards'a (1996) göre kompülsif alıcılar güvensizlik, korku, anksiyete gibi olumsuz duygularını içsel olarak yönetemediklerinden, bunlarla başa çıkabilmek için yaşamları üzerinde kontrol kazanma ihtiyacı duyarlar, kontrol duygusu arayışı ile satın alma davranışına yönelirler. Hirschman'a (1992) göre ise, kompülsif tüketiciler yetersizlik duygularıyla boğuşurlar, kontrol duygusu hissedebilmek için yöneldikleri satın alma davranışı özdenetim duygularını artırmayı başarırrsa pekiştirici olur ve sıkıntı anında tekrarlar. Tüketicinin kompülsif davranışı bir rahatsızlığın veya duygusal sıkıntının azaltılması amacıyla kaynaklanır (s.159). Bulgularımız, yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun, modele dahil edilen diğer değişkenler arasında kompülsif satın alma eğiliminin, en önemli açıklayıcısı olduğunu göstermektedir. Bulgularımız ayrıca, statü tüketiminin, maddi değeri olan şeylere sahip olmanın mutluluk getireceği inancının, bütçe yönetimi becerisinin, ve gelecekteki sonuçları önemseme eğiliminin de kompülsif satın alma eğilimini belirleyen önemli nedenler olduğunu göstermektedir. Kompülsif satın alma eğilimi üzerinde statü tüketiminin etkisinin yüksek olması bireylerin, yetersizlik duygularının üstesinden gelebilmek için sosyal statü ve güç arayışı ile statü göstergesi ürünlerin tüketimine yöneldiği ve statüyü elde etme ve korumanın rekabetçi bir süreçte sürekli satın almayı gerektirmesinin kompülsif satın alma eğiliminde artışa yol açtığı şeklinde yorumlanmaktadır. Bu nedenle, bireylerin yaşamları üzerindeki hâkimiyet duygularının artırılmasına yönelik müdahaleler, bulgularımıza göre kompülsif satın alma sorununun çözümüne iki kanaldan katkı sağlayabilir. Birincisi, yaşam stresleriyle başa çıkma gücünü artırması nedeniyle, stresi azaltarak kompülsif satın almanın tetikleyicilerini sınırlandırabilir. İkincisi, kompülsif satın alma eğiliminin önemli nedenlerinden biri olan maddi şeylerin sahipliği üzerinden sosyal statü ve güç arayışını azaltarak statü tüketimini sınırlandırabilir.

Bulgularımıza göre statü tüketimi üzerinde en yüksek etkiye sahip değişken materyalizmdir. Materyalizm yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu ile statü tüketimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir. Bulgular, statü tüketiminde bulunan tüketicilerin yaşamları üzerindeki kontrolü statü göstergesi olan maddi değerlere sahip olarak kazanmaya çalıştıklarına işaret etmektedir. Tüketicinin bütçe yönetimi becerisine sahip olması ise, statü tüketiminin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisini baskılamaktadır. Bulgularımız, statü

tüketiminin tek başına değil, kompülsif satın alma eğilimini ve kredi kartı etkisini artırdığı ölçüde kredi kartı ile fazla harcamaya yol açtığını göstermektedir.

Araştırma bulgularımız, materyalizmin (mutluluk boyutu) kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisinin farklı değişkenler aracılığı ile çok yönlü olduğunu göstermektedir. Bireyin maddi değerlerin mülkiyeti ve edinilmesini mutluluğun anahtarı olarak görmesi (Richins ve Dawson 1992) şeklinde tanımlanan materyalizmin mutluluk boyutu, modelimizde içsel değişkenlerin hepsi ile ilişkili olup, merkezi bir rol oynamaktadır. Bulgularımıza göre, tüketicilerin materyalizm düzeyindeki artış, statü tüketimini, kompülsif satın alma eğilimini, kredi kartı ile olumlu taksitli ödeme tutumunu, harcamalar üzerinde kredi kartı etkisini, tüketicinin sahip olduğu kredi kartı sayısını artırarak, bütçe yönetimi becerisini ve gelir yeterliği algısını ise azaltarak, kredi kartı ile fazla harcama davranışını artırmaktadır. Richins'e (2011) göre materyalizm, satın alma sonucunda bireylerin yaşamlarında olumlu dönüşümlerin gerçekleşeceğine dair güçlü bir inanç ve borçlanmaya karşı daha olumlu bir tutuma yol açmaktadır. Bu inanç ve tutum birlikte, fazla harcamaya ve fazla kredi kullanımına neden olmaktadır.

Materyalizm ile ilgili araştırmaların sonuçlarına göre, materyalist bireyler mutluluğu para, statü ve görünüş gibi dışsal amaçlarda aramaktadırlar. Bu arayış fazla tüketime, fazla borçlanmaya, düşük yaşam tatminine, düşük kişisel refaha, düşük kaliteli kişiler arası ilişkilere, daha fazla fiziksel sağlık sorunlarına, çevreyle ilgili daha yıkıcı tutum ve davranışlara neden olmaktadır (Kasser, 2016). Kasser'e (2016) göre materyalist amaçlar, insani değer/hedef sistemlerinin temel bir parçası olduğundan ortadan kaldırılamaz, ancak azaltılabilir. Tüketicilerin, fazla harcamayı teşvik eden materyalist değerler hakkında bilgilendirilmeleri, farkındalık ve özdenetimlerini artırabilir. Materyalist davranışın olumsuz sonuçlarının vurgulanması, materyalist değerler yerine sosyal değerleri, paylaşımcı ve destekleyici davranışları ve çevreye duyarlılıkları statü kazandıran davranışlar olarak rol modeller ve medya aracılığı ile teşvik etmek, aşırı tüketim ve fazla harcamayı azaltıcı etkiler yaratabilir.

Kasser'e (2016) göre materyalizmi azaltmaya yönelik müdahalelerin etkili olabilmesi için, (finansal başarı, imaj, popülerlik gibi) dışsal hedeflerin yerine (aidiyet, kendini kabul gibi) içsel gelişim hedeflerini sosyal ve manevi değerleri harekete geçirip teşvik etmesi gerekir. Ayrıca müdahalelerin, materyalist kişiliğin gelişiminde güvensizlik duygusu ve sosyal

öğrenmenin etkili olması nedeniyle, hissedilen güvenlik duygusunu artırması ve materyalist değerlerin sosyal modellerine maruz kalmayı azaltması gerekir. Kasser (2016), çocukların materyalizmi teşvik eden reklamlara maruz kalmalarının engellenmesini, reklamların vergilendirilerek elde edilen gelirin materyalizmin etkilerini hafifletmeye yönelik eğitim programlarında kullanılması önermektedir. Bu önerilere katılmaktayız.

Gelir yeterliği algısının kredi kartı ile fazla harcama davranışı ile ilişkisi bilginiz dâhilinde bu çalışmada ilk kez incelenmiştir. Bulgularımız sübjektif bir değerlendirme olan gelir yeterliği algısının kredi kartı ile fazla harcama davranışını tahmin gücünün, (objektif) gelirden daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, Wu'nun (2007), tüketicilerin gerçek gelir seviyelerinden ziyade gelir algılarına dayanarak harcama yapmaları nedeniyle, algıya dayalı ölçümlerin bireylerin satın alma davranışını gerçek gelir seviyelerinden daha iyi temsil ettiği, görüşünü doğrulamaktadır (s.4). Ayrıca, tüketicilerin sübjektif gelir yeterliği algılarındaki artışın tasarruf pratikleri üzerindeki olumlu etkisi, objektif gelirdeki artışın etkisinden daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuca göre, tasarrufları artırmak için gelir yeterliği algısını artıran, gelir dışındaki faktörleri de dikkate almak gerekmektedir. Gelir yeterliği algısı ile ilgili bulgularımızın tüketici harcamaları ve tasarruflarla ilgili politikalar açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın bulguları kredi kartı etkisinin, diğer değişkenlerle birlikte modellendiğinde kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisinin yüksek olmadığını göstermektedir. Materyalizm (mutluluk boyutu), kompülsif satın alma eğilimi, statü tüketimi ve olumlu kredi kartı taksit tutumundaki artışlar kredi kartı etkisini artırmakta, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimindeki artış ise azaltmaktadır. Bu değişkenlerle birlikte analiz edilmesi, kredi kartı etkisinin kredi kartı ile fazla harcama davranışı üzerindeki etkisinin daha net görülmesini sağlamaktadır.

Banker ve arkadaşlarının (2021) araştırma bulguları, beyindeki nörolojik ödül ağının, kredi kartlarıyla satın alma deneyimleri tarafından kronik olarak duyarlı hale getirildiğini göstermiştir. Kredi kartı ipuçları, kredi kartının ödeme yapmanın acısını hafifletmekten ziyade, ürünlerle ödüllendirilme arayışını etkinleştirmektedir. Onlara göre, kredi kartı ile satın almalarda deneyimlenen haz, daha sonra bir referans noktası olarak hizmet eden beklentiler oluşturmakta ve satın almama durumunda kayıp olarak algılanmaktadır. Daha önce bağımlılık davranışını açıklayan bu model, kredi kartlarının harcamayı teşvik etmesini

de açıklamaktadır (Banker vd., 2021, s.7). Mutluluk arayışı ile maddi şeylere sahip olma arzusunun ve kompülsif satın alma eğiliminin kredi kartı etkisi üzerindeki güçlü etkilerine ilişkin bulgularımız Banker ve arkadaşlarının görüşlerini desteklemektedir.

2. DÜZENLEYİCİ OTORİTE VE FİNANSAL KURUMLARA ÖNERİLER

Kredi kartı pazarı finansal kurumlara yüksek karlar elde etme imkânı sunmaktadır. Yeterli finansal bilgi, beceri ve özdenetime sahip olmayan bazı tüketiciler için ise kredi kartı ile fazla harcama davranışının etkileri yıkıcı olabilmektedir. Tüketiciyi koruma politikasının bir parçası olarak, bu konudaki düzenlemelerin bireysel farklılıkların dikkate alınarak daha incelikli yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Günümüzde, krediye erişimin kolaylaşması ve kredi kullanmaya karşı olumlu tutumdaki artışın, fazla harcama ve tüketici borçluluğunun yüksek düzeylere ulaşmasının başlıca nedenleri olduğu genel kabul görmektedir. Kredi kartları genel olarak, krediye erişimin en hızlı, en kolay, ancak en yüksek maliyetli yoludur. Gross ve Souleles (2001) kredi kartı limitlerindeki artışların, kredi kartı borçlarında hızlı ve önemli artışlara yol açtığını tespit etmişlerdir. Bu sonuç, kredi kartı limitlerindeki artışın bazı tüketiciler tarafından satın alma gücünde bir artış gibi algılandığını düşündürmektedir. Bu nedenle, fazla harcamanın önüne geçebilmek için kredi kartı limitlerinin tüketiciyi korumaya yönelik bir politika aracı olarak dikkatle belirlenmesi önem arz etmektedir.

Psikolojik, duygusal ve bilişsel yapılarıdaki bireysel farklılıkların davranışlar üzerinde önemli sonuçları bulunduğundan finansal kurumlar tarafından tahsis edilen kart limitlerinin tüketicinin gelirin, geri ödeme ve kredi kullanma davranışına endeksli olarak belirlenmesinin yeterli olmadığı görüşünderiz. Kredi kartı limitlerinin belirlenmesinde, bireylerin tüketim ve finansal kararlarını ve davranışlarını etkileyen psikolojik, duygusal ve bilişsel farklılıklarının da dikkate alınması, tüketicilerin kredi kartı ile fazla harcama ve borçlanma sorunlarının önlenmesine/çözümüne katkı sağlayabilir.

Ayrıca düzenleyici otorite tarafından, finansal kurumlara müşterilerine anlık bildirimler yapma yükümlülüğü getirilmesi, tüketicilerin harcamaları ile ilgili dikkatlerini ve farkındalıklarını artırarak, harcamaları üzerinde özdenetim sağlamalarına yardımcı olabilir. Finansal kurumlar tarafından tüketicilere kredi kartlarıyla yaptıkları işlemlerde harcama

tutarı, toplam borç miktarı, son ödeme tarihi ve varsa ödeyecekleri faiz miktarı gibi bilgiler kısa mesaj veya mobil uygulamalar aracılığıyla anlık bildirimler olarak gönderilebilir. .

3. FİNANSAL BİLGİLENDİRME VE EĞİTİM İÇİN ÖNERİLER

Araştırmalar finansal bilginin finansal uygulamaları iyileştirdiğini göstermektedir (Hilgert vd., 2003; Robb, 2011). Tüketicilerin sıklıkla karşılaştıkları finansal sorunlara yönelik kitlesel bilgilendirmeler, medya üzerinden farkındalık kampanyaları ve internet siteleri aracılığı ile yapılabilir. Televizyon yayınlarında tüketiciler, bireysel mali sorunların görünürlüğünü artıran ve önlenmesi için pratik bilgiler sağlayan kamu spotları, yayınlar ve eğitim programları ile bilişsel yönden desteklenebilir. Bu tür yayınların finansmanı finansal kurumların vergilerinden karşılanabilir.

Tüketicilerin ihtiyacı olan finansal bilgilerin hangi kaynaklardan edinilebileceğinin bilinmesi, güvenilir olması ve her zaman erişilebilir olması önemlidir. Tüketicilere yönelik finansal bilgilerin, finansal kurumlar ve düzenleyici otoritelerin katılımı ile ortak bir platformda sağlanması, bilginin güvenilirliği, güncelliği ve erişilebilirliğini garanti ederek bilgilendirme işlevini etkin biçimde gerçekleştirebilir.

Kredi kartı borçlarından dolayı sorun yaşayan tüketiciler için uzaktan erişimi olan eğitim programları geliştirilebilir. Bu eğitim programlarının içeriğinde özellikle bütçe yapmanın ve uzun vadeli finansal hedefler belirlemenin, kredi kartı ekstrelerini incelemenin, ödemeleri zamanında yapmanın önemi işlenmeli, bütçe yönetimi uygulamaları, ihtiyaç duyulduğunda uygun finansman yönteminin ne olduğu ve kredi kartı ile diğer tüketici kredilerinin faiz oranları ve faiz işletim yöntemi hakkında bilgiler içerilmelidir.

Eğitim programlarının içeriğinde, fazla harcamanın olası psikolojik ve duygusal nedenleri, tüketim ve satın alma biçimleri (dürtüsel ve kompulsif satın alma, hazcı alışveriş, statü tüketimi gibi), materyal değerlerin ve krediye ilişkin tutumların harcama ve borçlanma davranışı üzerindeki etkileri, tüketicilerin ortak bilişsel yanılgıları, reklamlar ve medyanın tüketim ve harcama davranışını yönlendirici ve teşvik edici etkileri ile bunlarla başa çıkma yöntemleri hakkında bilgilere yer verilmesi tüketicilerin farkındalıklarını ve eğitimlerin etkinliğini artıracaktır.

Sağlıklı finansal davranışı geliştirmek için bütçe yönetimi, harcama, borçlanma ve tasarruf gibi temel finansal yönetim becerilerinin aileden başlayıp, örgün eğitimin ilk aşamasından itibaren erken yaşlarda kazandırılması önemlidir. Örgün eğitimin her aşamasında bireysel finansal yönetim becerileri geliştirme eğitiminin tekrarlar ile verilmesi pekiştirici olacaktır.

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme eğilimi, bulgularımıza göre temel finansal yönetim becerilerinin önemli bir öncülüdür. Eylemlerin gelecekteki sonuçlarını önemseme, bilişsel bir zihniyet yapısı olarak nitelendirilmektedir (Orbell vd., 2004). Bilişsel bir yapı eğitim ile geliştirilebilir. Webley ve Nyhus (2006), çocukların gelecekteki sonuçları önemsemesi ile ebeveynlerindeki arasında ilişki bulmuşlardır. Bu nedenle, bu konudaki eğitimin mümkün olduğunca erken yaşlarda verilmesinin daha etkili olacağı düşünülmektedir. Geleceği tasavvur etmeyi, önemsemeyi, bir eylemin gelecekte yaratacağı olası sonuçları tahmin etmeyi ve eylemde bulunmaya karar verirken bu sonuçları dikkate almayı öğreten ve geliştiren eğitim programlarının finansal eğitimin başarısını ve finansal yönetim becerilerini artıracacağı kanaatindeyiz.

Benzer şekilde, örgün eğitimde bireysel yetkinlik ve yeterliklerin artırılarak yaşam üzerinde hâkimiyet duygusunun geliştirilmesini amaçlayan eğitim programları tüketicilerin, kredi kartıyla harcama ve borçlanmaları konusunda sorumluluk duygularını ve sağlıklı karar alma kapasitelerini artırarak tüketici refahına katkıda bulunabilir. Bireylerin karşılaştıkları finansal sorunlar tüm yaşam alanlarını olumsuz etkileme potansiyeline sahip olduğundan, bu eğitimler, öğrencilere iyi yaşam becerileri kazandırma amacı çerçevesinde planlanabilir.

Topluma sürekli medya ve reklamlar aracılığı ile mutluluğun satın alınabileceğini aktaran mesajlar yayılmaktadır. Özellikle, tüketim tecrübesi düşük ve bu tür mesajlara duyarlılığı daha yüksek olan gençlerin medya mesajlarını sorgulamayı öğrenmelerine yardımcı olabilecek medya okuryazarlığının (Richins, 2011) da finansal yönetim becerileri eğitimleri kapsamına dâhil edilmesi, eğitimin etkinliğini artıracaktır.

4. TÜKETİCİLERE ÖNERİLER

- Tüketicilere kredi kartı ile fazla harcama davranışından kaçınabilmeleri için öncelikle, giderlerini gelirlerine göre planlayarak bütçe yapmalarını, harcamalarında zorunlu ihtiyaçlarına öncelik vermelerini, ceza ve faiz ödememek

için ödemelerini zamanında yapmalarını, kredi kartı ekstrelerini ve hesaplarını takip etmelerini öneriyoruz. Bütçe yapmak özdenetimi artırmaktadır. Harcamaları takip etmek önceki harcamaları göz önünde tutmayı ve sonraki harcamaları karşılayabilmek için geriye kalan kaynakların farkında olmayı sağlamaktadır. Bu, kredi kartı kullanmanın harcamaların unutulmasını kolaylaştırma dezavantajını azaltabilir. Kredi kartı ekstrelerinin incelenmesi harcamalarla ilgili farkındalığı artırır, gereksiz harcamaların tespitini kolaylaştırır ve sonraki harcamaların planlaması için bilgi sağlar. Günümüzde bireysel bütçe yönetimi için geliştirilmiş mobil telefon uygulamaları bulunmaktadır. Tüketiciler bu uygulamalardan yararlanabilirler.

- Tüketicinin kredi kartlarına sağlanan avantajlar konusunda dikkatli olması gerekir. Bu avantajların (bonuslar, indirimler, faizsiz taksitlendirmeler) harcama davranışını teşvik etmek amacıyla tasarlandığı göz önünde bulundurulmalıdır. Tüketici, kısa vadeli avantajlardan çok, kart ücreti, kredi kartına uygulanan faiz oranları gibi uzun vadeli görünürlüğü daha az olan avantajları dikkate almalıdır.
- Sahip olunan kredi kartı sayısını sınırlamak harcamaların takibini kolaylaştırarak, sonraki harcamalar üzerinde sınırlayıcı etkide bulunabilir. Farklı avantajlara sahip birden fazla kredi kartı tutmak tüketicinin fazla harcama yapmasını teşvik edici olabileceği gibi harcamalarının takibini de güçleştirir. Bu araştırmanın bulguları da dahil, araştırmalar çok sayıda kredi kartı tutmanın harcamaları artırdığını göstermektedir.
- Tüketicilere kredi kartı limitlerini mümkün olduğunca düşük tutulmalarını, bankaların otomatik limit artışları konusunda dikkatli olmalarını öneriyoruz. Araştırmalar, limit artışlarını harcamalarda artışların takip ettiğini göstermektedir.
- Tüketicilerin olumsuz ruh halinde iken (kaygı, üzüntü, stres, can sıkıntısı, hayal kırıklığı vb.), alışveriş yapmamasını öneriyoruz. Olumsuz ruh hali dürtüselliği artırıp, özdenetimi zayıflatarak tüketicinin harcamalarını kontrol etmesini zorlaştırır. Bir şeyler satın almaktan duyulan haz kısa vadede iyi hissettirebilmesine karşın olumsuz ruh halinin ilacı değildir.

- Tüketici kredi kartı kullanırken özdenetim sorunu yaşıyor ise, kredi kartını rutin ve planlı harcamalarında kullanıp diğer alışverişleri için nakit veya banka kartı kullanmayı tercih etmesi yararlı olacaktır. Kredi kartı kullanmanın harcamaları artırıcı etkisi, rutin ihtiyaçlar nedeniyle yapılması gereken harcamalardan ziyade, anlık kararlarla yapılan dürtüsel veya plansız alışverişte ortaya çıkmaktadır (Dunfield ve Prelec 2017).
- Kompulsif satın alma eğilimine sahip tüketicilerin kredi kartı limitlerini gelirleri ile sınırlamaları veya kredi kartı yerine nakit veya banka kartı kullanmaları uygun olur.
- Uzun vadeli finansal hedefler koymak ve harcama yaparken bu hedefleri göz önünde bulundurmamak gereksiz harcamalar üzerinde kısıtlayıcı olabilir.
- Tüketici yüksek faizden kaçınmak için kredi kartı borcunun tamamını vadesinde ödemeyi amaçlamalıdır. Krediye ihtiyacı olması halinde ise bunu, daha düşük faizli olabilecek tüketici kredileri ile karşılama yoluna gitmelidir.

5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE GELECEKTEKİ ARAŞTIRMALAR İÇİN ÖNERİLER

Bu çalışmada, erişim ve maliyet kısıtlılıkları nedeniyle katılımcılardan tek seferde uygulanan anket yoluyla toplanan kesitsel veri (cross-sectional data) kullanılmıştır. Sonraki araştırmalarda, değişkenler arası ilişkilerin boylamsal veri (longitudinal data) ile araştırılması, neden sonuç ilişkilerine ilişkin bulguların güvenilirliğini artırabilir.

Bireylerin finansal durumlarını doğrudan açıklamak istememeleri ve bankaların müşterilerinin verilerini, müşteri sırrı kapsamında olması nedeniyle paylaşmamaları nedeniyle kredi kartı ile fazla harcama davranışı, çok maddeli bir öz-bildirim ölçeği ile ölçülmüştür. Davranışsal değişkenleri sayısallaştırmakta kullanılan ölçeklerden elde edilen veri de aynı şekilde katılımcıların öz-bildirimine dayanmaktadır. Değişkenleri ölçmek için her ne kadar çok maddeli ölçekler kullanılmış olsa da ölçümler, öz-bildirim ölçümlerinin sınırlılıklarına sahiptir. Öz-bildirim yanıtları, katılımcıların tutarlı görünmek veya sosyal açıdan arzu edilen yanıtları vermek gibi eğilimlerine açıktır. Ortak yöntem yanığı test edilip, faktör skorlarının hesaplanmasında ortak örtük faktör dikkate alınmış olsa, da ölçüm

hatalarının ne kadar düzeltilebildiği konusunda belirsizlikler vardır. Sonuçların değerlendirilmesinde bu hususun dikkate alınması gerekir.

Veri kolayda örneklem yöntemiyle elde edilmiştir. Katılımcılarda çeşitlilik sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak, örneklemin nüfusun genelini temsil ettiği söylenemez.

Araştırma değişkenlerinin ölçümünde kullanılan ölçekler literatür incelemesi yapılarak seçilmiştir. Seçilen ölçeklerin çoğunluğu önceki araştırmalarda yaygın olarak kullanılan ölçeklerdir. Ölçeklerin büyük bölümünün Türkçe çevirisi bu çalışma kapsamında yapılmıştır. Ancak, geniş bir katılımcı kitlesinin hedeflenmesi sebebiyle dil ve kültür farklılıkları da dikkate alınarak maddelerin kolay anlaşılır olması, ölçeklerin kendi içinde uyum bütünlüğünün sağlanması için ölçek maddelerinde adaptasyon ve modifikasyonlar yapılmıştır. Ölçekleri içeren anketin ilk versiyonu, kredi kartı müşterilerine hizmet veren bankacılar ile akademisyen psikologlardan ölçek maddeleri ile ilgili görüş alınarak düzenlenmiştir. Anket öncelikle 20 katılımcıya uygulanarak sorular ve ölçek maddelerinin anlaşılabilirliği ile ilgili sınama yapılmıştır. Alınan sonuçlarla birlikte ölçek maddelerinin ve ifade biçimlerinin son değerlendirmeleri tez danışmanları ile birlikte yapılmıştır. Anketin toplanması aşamasında 200 katılımcıdan toplanan veri ile ölçeklerin geçerlik güvenirlik araştırması yapılmış, sonuçların olumlu olması üzerinde anketin dağıtımına devam edilmiştir. Toplanan verinin tamamı ile bireysel ölçekler bazında doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucunda, geçerlik ve güvenirliği sağlayan ölçek maddeleri ile yapısal eşitlik modellemesine geçilmiştir. Ancak, erişim ve maliyet kısıtlılıkları nedeniyle, örtük değişkenlerin tamamını içeren yapısal eşitlik modellemesi ölçüm modeli ile yol analizinde kullanılan faktör skorlarının hesaplanmasında, ölçeklerin bireysel geçerlik güvenirlik araştırmasında kullanılan aynı örneklem kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde bu hususun göz önünde bulundurulması gerekir.

Gelecekteki araştırmalarda, öz-bildirim ölçeklerini tüketicilerin kredi kartı harcamaları, kişisel borç tutarları, harcama sıklıkları ve kategorileri gibi somut veriler ile ilişkilendirmek, kredi kartı ile fazla harcama davranışı konusunda daha fazla bilgi ve kullanılan ölçeklerin geçerliliği için ek kanıtlar sağlayabilir. Bu tür araştırmalar finansal kurumlar tarafından müşterilerin finansal gizliliği kuralı ihlal edilmeden kurum içinde gerçekleştirilebilir.

Bu araştırmada analiz, genel nüfustan bir örneklem ile yapılmıştır. Finansal bilginin kredi kartı ile fazla harcama davranışı ve diğer değişkenler üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla, finans bilgisine sahip (finansal kurum çalışanlarından oluşan) bir örneklem ile analiz tekrarlanabilir.

Yaşam üzerinde hâkimiyet duygusu literatürde çok yönlü araştırılmalara konu edilmemiştir. Ancak bu yapının, insan davranışı üzerinde çok yönlü etkileri olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle, bu yapının hem kavramsal erevesi, hem de öncülleri ve sonuçları üzerinde araştırmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Tüketicilerin gelir yeterliği algısını belirleyen faktörlerin araştırılmasının, tüketicilerin harcamaları ve tasarrufları ile ilgili politikalar açısından verimli sonuçları olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, *49*, 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Adams, J., & Nettle, D. (2009). Time perspective, personality and smoking, body mass, and physical activity: An empirical study. *British Journal of Health Psychology*, *14*(1), 83–105. <https://doi.org/10.1348/135910708X299664>
- Ahuvia, A. C., & Wong, N. Y. (2002). Personality and Values Based Materialism: Their Relationship and Origins. *Journal of Consumer Psychology*, *12*(4), 389–402. <https://doi.org/10.1207/15327660260382414>
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. *Action-control: From Cognition to Behavior*, 11-39.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*, 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Altan, M., & Göktürk, İ. E. (2007). Türkiye’de Memurların Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi*, 110–127.
- Amos, C., Holmes, G. R., & Keneson, W. C. (2013). A meta-analysis of consumer impulse buying. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.11.004i>
- Armin, F., Becker, A., Dohmen, T. J., Enke, B., Huffman, D., & Sunde, U. (2015). The Nature and Predictive Power of Preferences: Global Evidence. *SSRN Electronic Journal*, *9504*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2691910>
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, *20*, 644–656.
- Banker, S., Dunfield, D., Huang, A., & Prelec, D. (2021). Neural mechanisms of credit card spending. *Scientific Reports*, *11*(1), 1–11. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-83488-3>
- Batra, R., & Ahtola, O. T. (1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letters*, *2*(2), 159–170. <https://doi.org/10.1007/BF00436035>
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, *28*(4), 670–676. <https://doi.org/10.1086/338209>
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). *Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, Happiness, or healthier lifestyles?* *Psychological Science In The Public Interest*, *4*(1)
- Beatty, S. E., & Elizabeth Ferrell, M. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, *74*(2), 169–191. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X)

- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265. <https://doi.org/10.1086/208515>
- Bernheim, B. D., Garrett, D. M., & Maki, D. M. (1997). *Education and Saving: The Long-Term Effects of High School Financial Curriculum Mandates*. NBER Working Paper Series, (Working Paper 6085).
- Bevan-Dye, A., Garnett, A., & Klerk, N. de. (2012). Materialism, status consumption and consumer ethnocentrism amongst black generation Y students in South Africa. *African Journal of Business Management*, 6(16), 5578–5586. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1803>
- Black, D. W. (1996). Compulsive buying: A review. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 57(Suppl 8), 50–55.
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry: Official Journal of the World Psychiatric Association (WPA)*, 6(1), 14–18.
- Black, D. W., Repertinger, S., Gaffney, G. R., & Gabel, J. (1998). Family History and Psychiatric Comorbidity in Persons With Compulsive Buying: Preliminary Findings. *American Journal of Psychiatry*, 155(7), 960–963. <https://doi.org/10.1176/ajp.155.7.960>
- Bonin, H., Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., & Sunde, U. (2007). Cross-sectional earnings risk and occupational sorting: The role of risk attitudes. *Labour Economics*, 14(6), 926–937. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2007.06.007>
- Borghans, L., Duckworth, A. L., Heckman, J. J., & Weel, B. ter. (2008). The Economics and Psychology of Personality Traits. *Journal of Human Resources*, 43(4), 972–1059. <https://doi.org/10.3368/jhr.43.4.972>
- Boussiala, M. N. (2020). *Cook's Distance, Cook Distance in Stata*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18888.55049>
- Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(6), 1191–1205. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.47.6.1191>
- Brougham, R. R., Jacobs-Lawson, J. M., Hershey, D. A., & Trujillo, K. M. (2011). Who pays your debt? An important question for understanding compulsive buying among American college students. *International Journal of Consumer Studies*, 35(1), 79–85. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00923.x>
- Bruderer Enzler, H. (2015). Consideration of Future Consequences as a Predictor of Environmentally Responsible Behavior: Evidence From a General Population Study. In *Environment and Behavior* (Vol. 47, Issue 6). <https://doi.org/10.1177/0013916513512204>
- Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348–370. <https://doi.org/10.1086/344429>
- Ceylan, O. (2006). *Türkiye’de Yıllara Göre Kredi Kartı Kullanım Durumu ve Batık Kredi Kart Borç Sahiplerinin Profili*. [Yüksek Lisans Tezi], T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chien, Y., & Devaney, S. A. (2001). The Effects of Credit Attitude and Socioeconomic Factors on Credit Card and Installment Debt. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 162–179.

- Clench-Aas, J., Nes, R. B., & Aarø, L. E. (2017). The perceived constraints subscale of the Sense of Mastery Scale: dimensionality and measurement invariance. *Quality of Life Research, 26*(1), 127–138. <https://doi.org/10.1007/s11136-016-1359-6>
- Corral-Verdugo, V., Caso-Niebla, J., Tapia-Fonllem, C., & Frías-Armenta, M. (2017). Consideration of Immediate and Future Consequences in Accepting and Responding to Anthropogenic Climate Change. *Psychology, 08*(10), 1519–1531. <https://doi.org/10.4236/psych.2017.810101>
- Christenson, G. A., Faber, R. J., de Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., Mackenzie, T. B., Crosby, R. D., Crow, S. J., & Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of Clinical Psychiatry, 55*(1), 5–11.
- Christopher, A. N., Marek, P., & Carroll, S. M. (2004). Materialism and attitudes toward money: An exploratory investigation. *Individual Differences Research, 2*, 109–117.
- Christopher, A. N., Saliba, L., & Deadmarsh, E. J. (2009). Materialism and well-being: The mediating effect of locus of control. *Personality and Individual Differences, 46*(7), 682–686. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.01.003>
- Curran, P. J., West, S. G., & Finch, J. F. (1996). The Robustness of Test Statistics to Nonnormality and Specification Error in Confirmatory Factor Analysis. *Psychological Methods, 1*(1), 16–29. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.1.16>
- Çuhadaroğlu, F. (1986). *Adolesanlarda benlik saygısı*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi, Psikiyatri ABD, Ankara.
- D. Williams, A. (2012). Evaluation of the mood repair hypothesis of compulsive buying. *Open Journal of Psychiatry, 02*(02), 83–90. <https://doi.org/10.4236/ojpsych.2012.22012>
- Daly, M., Delaney, L., & McManus, S. (2010). *Risk Attitudes as an Independent Predictor of Debt*. UCD Gear Institute Discussion Paper Series (WP2010/49).
- d'Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. *Journal of Consumer Policy, 13*, 15-31.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry, 11*, 227-268. *Chinese Science Bulletin, 50*(22), 227–268.
- De Graaf, J., Wann, D., & Naylor, T. H. (2005). *Affluenza: The All-Consuming Epidemic*. Berrett-Koehler Publishers.
- DeHart, W. B., Friedel, J. E., Lown, J. M., & Odum, A. L. (2016). The effects of financial education on impulsive decision making. *PLoS one, 11*(7).
- Desarbo, W., & Edwards, E. (1996). Typologies of Compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach. *Journal of Consumer Psychology, 5*(3), 231–262. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0503_02
- Devrimağ, & Balıkçioğlu. (2019). Boşanmanın Genç Yetişkinlerin Öz-Saygı, Materyalizm ve Kompulsif Satın Alma Eğilimleri Üzerindeki Etkisi. *Tüketici ve Tüketici Araştırmaları Dergisi, August, 43–81*.

- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation Citation/Publisher Attribution. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dwyer, R. E., McCloud, L., & Hodson, R. (2011). Youth debt, mastery, and self-esteem: Class-stratified effects of indebtedness on self-concept. *Social Science Research*, 40(3), 727-741.
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. Sage.
- Dittmar, H. (2004). Understanding and Diagnosing Compulsive Buying. In R. H. Coombs (Ed.), *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment* (pp. 411–450). John Wiley & Sons, Inc..
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying - A growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 96(4), 467–491. <https://doi.org/10.1348/000712605X53533>
- Dittmar, H. (2007). I shop therefore I am? Compulsive buying and identity seeking. In *Consumer culture, identity and well-being* 113-138. Psychology Press.
- Ditzfeld, C. P., & Showers, C. J. (2013). Self-Esteem. In V. Zeigler-Hill (Ed.), *Self-Esteem* (Issue November). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203587874>
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., Sunde, U., Schupp, J., & Wagner, G. G. (2009). Individual Risk Attitudes: Measurement, Determinants and Behavioral Consequences. *Journal of the European Economic Association*, 9(3), 522–550.
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., Sunde, U., Schupp, J., & Wagner, G. G. (2005). Individual Risk Attitudes: New Evidence from a Large, Representative, Experimentally-Validated Survey. *SSRN Electronic Journal*, 1730. <https://doi.org/10.2139/ssrn.807408>
- Donnelly, G., Iyer, R., & Howell, R. T. (2012). The Big Five personality traits, material values, and financial well-being of self-described money managers. *Journal of Economic Psychology*, 33(6), 1129–1142. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.08.001>
- Donnelly, G., Ksendzova, M., & Howell, R. T. (2013). Sadness, identity, and plastic in over-shopping: The interplay of materialism, poor credit management, and emotional buying motives in predicting compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 39(February), 113–125. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.006>
- Donnelly, G. E., Ksendzova, M., Howell, R. T., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2016). Buying to Blunt Negative Feelings: Materialistic Escape from the Self. *Review of General Psychology*, 20(3), 272–316. <https://doi.org/10.1037/gpr0000078>
- Dunfield, D., & Prelec, D. (2017). Committing to Plastic: The Effect of Credit Cards on Purchase Intention. *SSRN Electronic Journal*, 1–41. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3034558>
- Eastman, J. K., & Eastman, K. L. (2011). Perceptions Of Status Consumption And The Economy. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 9(7), 9. <https://doi.org/10.19030/jber.v9i7.4677>

- Eastman, J. K., Goldsmith, R. E., & Flynn, L. R. (1999). Status consumption in consumer behavior: Scale development and validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 41–52. <https://doi.org/10.1080/10696679.1999.11501839>
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 4(313), 67–85.
- Faber, R. J. (2004). Self-control and compulsive buying. In T. Kasser & A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world* (pp.169–187). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10658-010>
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A Clinical Screener for Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459. <https://doi.org/10.1086/209315>
- Falk, A., Becker, A., Dohmen, T., Huffman, D., & Sunde, U. (2016). An experimentally-validated survey module of economic preferences. In *IZA Discussion Paper No. 9674, University of Bonn, Bonn, Germany*.
- Feinberg, R. A. (1986). Credit cards as spending facilitating stimuli: A conditioning interpretation. *Journal of Consumer Research*, 13(3), 348. <https://doi.org/10.1086/209074>
- Finney, S. ., & DiStefano, C. (2006). Non-normal and Categorical data in structural equation modeling. In G. r. Hancock & R. O. Mueller (Hrsg.). *Structural Equation Modeling: A Second Course*, 269–314.
- Fitzmaurice, J. and Comegys, C. (2006), "Materialism and social consumption", *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 14 No. 4, pp. 287-299
- Flynn, L. R., Goldsmith, R. E., & Pollitte, W. (2016). Materialism, Status Consumption, and Market Involved Consumers. *Psychology & Marketing*, 33(9), 761–776. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'donoghue, T. (2002). Time Discounting and Time Preference: A Critical Review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351–401. <https://doi.org/10.1257/002205102320161311>
- Frost, R. O., Kyrios, M., McCarthy, K. D., & Matthews, Y. (2007). Self-ambivalence and attachment to possessions. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 21(3), 232-242.
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501–509. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(84\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0191-8869(84)90025-4)
- Furnham, A., & Cheng, H. (2000). Perceived parental behaviour, self-esteem and happiness. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 35(10), 463-470.
- Gardarsdóttir, R. B., & Dittmar, H. (2012). The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 471–481. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.008>
- Garner, T., Stinson, L., & Shipp, S. (1996). Affordability, Income Adequacy, and Subjective Assessments of Economic Well-Being: Preliminary Findings. *Association for Consumer Research Conference, October 2014*, 34. <http://www.bls.gov/ore/pdf/st960110.pdf>

- Gaskin, J. (2021), "Confirmatory Factor Analysis, Common Method Bias", Gaskination's StatWiki. <http://statwiki.gaskination.com>
- George, D., & Mallery, P. (2016). Credits. In *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step* (pp. 389-390). Routledge.
- Goel, D., & Deshpande, A. (2020). Social identity and perceived income adequacy. *Review of Development Economics*, 24(2), 339–361. <https://doi.org/10.1111/rode.12646>
- Grable, J., & Joo, S. (1997). Determinants of Risk Preference: Implications For Family And Consumer Science Professionals. In *Family Economics and Resource Management Biennial* (pp. 19–24).
- Gross, D. B., & Souleles, N. S. (2001). Consumer Response to Changes in Credit Supply: Evidence from Credit Card Data. *Center for Financial Institutions Working Papers*, 01–10. http://geocities.ws/zeitgeist21c_kr/Database/micro3.pdf
- Grouzet, F. M., Kasser, T., Ahuvia, A., Dols, J. M., Kim, Y., Lau, S., Ryan, R. M., Saunders, S., Schmuck, P., & Sheldon, K. M. (2005). The structure of goals across 15 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 800–816.
- Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family Financial Socialization: Theory and Critical Review. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 644–667. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y>
- Gupta, S. (2013). A Literature Review of Compulsive Buying – A Marketing Perspective Shruti Gupta The Pennsylvania State University at Abington. *Journal of Applied Business and Economics*, 14(1), 43–48.
- Güzel, Y., İpek, G., & Yıldırım, T. (2018). *Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu*.
- Güzel, Y., İpek, G., Yıldırım, T., Şener, A., Buğday, E. B., Yücel, S., Şen, A., Bakar, Ç., Çataldal, G., & Zeytin, H. İ. (2020). *Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu Bakanlığı, T.C. Ticaret Bakanlığı*.
- Hafalir, E. I., & Loewenstein, G. F. (2011). The Impact of Credit Cards on Spending: A Field Experiment. *SSRN Electronic Journal*, December 2017. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1378502>
- Hair, J., Black, W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)*. NJ: Prentice-Hall Publication.
- Hamid, F. S., & Loke, Y. J. (2021). Financial literacy, money management skill and credit card repayments. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 235–247. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12614>
- Hartog, J., Ferrer-i-Carbonell, A., & Jonker, N. (2002). Linking Measured Risk Aversion to Individual Characteristics. *Kyklos*, 55(1), 3–26. <https://doi.org/10.1111/1467-6435.00175>
- Hayes, A. (2020, November 21). *Rational Behavior_ Definition and Example in Economics*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/r/rational-behavior.asp> adresinden 19 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.

- Hayhoe, C. R., Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 20(6), 643–656. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(99\)00028-8](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(99)00028-8)
- Hazelrigg, L. E., & Hardy, M. A. (1997). Perceived Income Adequacy among Older Adults. *Research on Aging*, 19(1), 69–107. <https://doi.org/10.1177/0164027597191004>
- Hermansson, C. (2015). *Relationships between bank customers ' risk attitudes and their balance sheets*. 1–28.
- Hernández-Mejía, S., García-Santillán, A., & Moreno-García, E. (2021). Financial literacy and the use of credit cards in Mexico. *Journal of International Studies*, 14(4), 97–112. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2021/14-4/7>
- Hilgert, M. a., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household financial management: The connection between knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 106(November 1991), 309–322.
- Hirschman, E. (1979). *Differences in Consumer Purchase Behavior of Credit Card Payment System*, *Journal of Consumer Research*, 6 (June), 58-66.
- Hirshman, E. C. (1992). The Consciousness of Addiction: Toward a General Theory of Compulsive Consumption. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 155. <https://doi.org/10.1086/209294>
- Hoch, S. J., & Loewenstein, G. F. (1991). Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 492. <https://doi.org/10.1086/208573>
- Holbrook Elizabeth C.; Hirschman, M. B. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *The Journal of Consumer Research*, 9 (2), 132–140.
- Howlett, E., Kees, J., & Kemp, E. (2008). *The Role of Self-Regulation, Future Orientation, and Financial Knowledge in Long-Term Financial Decisions*. 42(2), 223–242.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Jaeger, D. A., Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., Sunde, U., & Bonin, H. (2010). Direct Evidence on Risk Attitudes and Migration. *Review of Economics and Statistics*, 92(3), 684–689. https://doi.org/10.1162/REST_a_00020
- Joireman, J., Balliet, D., Sprott, D., Spangenberg, E., & Schultz, J. (2008). Consideration of future consequences, ego-depletion, and self-control: Support for distinguishing between CFC-Immediate and CFC-Future sub-scales. *Personality and Individual Differences*, 45(1), 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.02.011>
- Joireman, J., Kees, J., & Sprott, D. (2010). Concern with immediate consequences magnifies the impact of compulsive buying tendencies on college students' credit card debt. *Journal of Consumer Affairs*, 44(1), 155–178. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01161.x>

- Joireman, J., Shaffer, M. J., Balliet, D., & Strathman, A. (2012). Promotion Orientation Explains Why Future-Oriented People Exercise and Eat Healthy: Evidence From the Two-Factor Consideration of Future Consequences-14 Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(10), 1272–1287. <https://doi.org/10.1177/0146167212449362>
- Joireman, J., Sprott, D. E., & Spangenberg, E. R. (2005). Fiscal responsibility and the consideration of future consequences. *Personality and Individual Differences*, 39(6), 1159–1168. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.05.002>
- Joo, S., & Grable, J. E. (2004). An Exploratory Framework of the Determinants of Financial Satisfaction. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 25–50. <https://doi.org/10.1023/B:JEEI.0000016722.37994.9f>
- Karakaya, M. (2022). The Making of a Market: The Relational Aspects of Credit Card Installments in Turkey. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi / İstanbul University Journal of Sociology*. <https://doi.org/10.26650/sj.2021.41.2.0077>
- Kasser, T. (2016). Materialistic Values and Goals. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 489–514. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033344>
- Kaynak, E., & Harcar, T. (2001). Consumers' attitudes and intentions towards credit card usage in an advanced developing country. *Journal of Financial Services Marketing*, 6(1), 24–39. <https://doi.org/10.1057/palgrave.fsm.4770038>
- Kempson, E., Perotti, V., & Scott, K. (2013). *Measuring financial capability: a new instrument and results from low- and middle-income countries*. The World Bank. www.worldbank.org/0A%5Cnwww.finlitedu.or
- Kenny, D. A., & McCoach, D. B. (2003). Effect of the number of variables on measures of fit in structural equation modeling. *Structural equation modeling*, 10(3), 333-351.
- Kilborn, J. J. (2005). Behavioral Economics, Overindebtedness & Comparative Consumer Bankruptcy: Searching for Causes and Evaluating Solutions. *SSRN Electronic Journal*, 141. <https://doi.org/10.2139/ssrn.690826>
- Kim, H.-Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38(1), 52–54. <https://doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
- Kim, H., & DeVaney, S. A. (2001). The determinants of outstanding balances among credit card revolvers. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 12(1), 67–79.
- Kock, N. and, & Lynn, G. S. (2012). Lateral Collinearity and Misleading Results in Variance-Based SEM: An Illustration and Recommendations. *Journal of Association for Information Systems*, 13(7), 546–580. <https://doi.org/10.1002/ctpp.19740140604>
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806-1812.
- Lachman, M. E., & Weaver, S. L. (1998). The Sense of Control as a Moderator of Social Class Differences in Health and Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 763–773. <https://doi.org/10.7748/eldc.4.1.3.s1>

- Lea, S. E. G., Webley, P., & Walker, C. M. (1995). Psychological factors in consumer debt: Money management, economic socialization, and credit use. *Journal of Economic Psychology*, 16(4), 681–701. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(95\)00013-4](https://doi.org/10.1016/0167-4870(95)00013-4)
- Lejuez, C. W., Read, J. P., Kahler, C. W., Richards, J. B., Ramsey, S. E., Stuart, G. L., Strong, D. R., & Brown, R. A. (2002). Evaluation of a behavioral measure of risk taking: The Balloon Analogue Risk Task (BART). *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 8(2), 75–84. <https://doi.org/10.1037/1076-898X.8.2.75>
- Li, W., Wang, R., & Xu, X. (2014). The Affects of College Students' Attitude Change on the Using of Credit Card. *International Conference on Global Economy, Commerce and Service Science, Gecss*, 191–194. <https://doi.org/10.2991/gecss-14.2014.49>
- Liemerick, L., & Peltier, J. W. (2014). The Effects of Self-Control Failures on Risky Credit Card Usage. *Marketing Management Journal*, 24(2), 149–161.
- Lo, H. Y., & Harvey, N. (2011). Shopping without pain: Compulsive buying and the effects of credit card availability in Europe and the Far East. *Journal of Economic Psychology*, 32(1), 79–92.
- Loewenstein, G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 65(3), 272–292. <https://doi.org/10.1006/obhd.1996.0028>
- Mai, N. T. T., & Tambyah, S. K. (2011). Antecedents and Consequences of Status Consumption Among Urban Vietnamese Consumers. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 2(1), 75–98. <https://doi.org/10.15388/omee.2011.2.1.14291>
- Mansfield, P. M., Pinto M. B., & Robb, C. A. (2013). Consumers and credit cards: A review of the empirical literature. *Journal of Management & Marketing Research*, 1–26.
- Mata, R., Frey, R., Richter, D., Schupp, J., & Hertwig, R. (2018). Risk Preference: A View from Psychology. *Journal of Economic Perspectives*, 32(2), 155–172. <https://doi.org/10.1257/jep.32.2.155>
- Mazar, N., Plassmann, H., & Robitaille, N. (2017). Pain of Paying? A Metaphor Gone Literal: Evidence from Neural and Behavioral Science. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2901808>
- Meier, S., & Sprenger, C. (2010). Present-biased preferences and credit card borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), 193–210. <https://doi.org/10.1257/app.2.1.193>
- Meydan, C. M. & Şeşen, H. 2015. Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları. Ankara: Detay Yayıncılık, 2.Baskı.
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R., & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 34(1), 1–9. [https://doi.org/10.1016/S0005-7916\(03\)00002-8](https://doi.org/10.1016/S0005-7916(03)00002-8)
- Ming-Yen Teoh, W., Chong, S., & Mid Yong, S. (2013). Exploring the factors influencing credit card spending behavior among Malaysians. *International Journal of Bank Marketing*, 31(6), 481–500. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2013-0037>

- Ming, Y., Li, C., & Chen, J. (2021). Acquisition mode and credit card overspending behavior: An empirical analysis of the credit card industry. *Journal of Consumer Affairs*, 55(1), 232–253. <https://doi.org/10.1111/joca.12341>
- Moon, M. A., & Attiq, S. (2018). Compulsive buying behavior: Antecedents, consequences and prevalence in shopping mall consumers of an emerging economy. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science*, 12(2), 548–570.
- Moore, M., Dahlen, E.R. (2008). Forgiveness and consideration of future consequences in aggressive driving. *Accident Analysis and Prevention* 40, 1661–1666, doi:10.1016/j.aap.2008.05.007.
- Morrison, T. G., Morrison, M. A., & McCutcheon, J. M. (2017). Best Practice Recommendations for Using Structural Equation Modelling in Psychological Research. *Psychology*, 08(09), 1326–1341. <https://doi.org/10.4236/psych.2017.89086>
- Norvilitis, J. M., & MacLean, M. G. (2010). The role of parents in college students' financial behaviors and attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 31(1), 55–63. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2009.10.003>
- Norvilitis, J. M., & Santa Maria, P. (2002). Credit card debt on college campuses: Causes, consequences, and solutions. *College Student Journal*, 36(3), 356.
- Norvilitis, J. M., Szablicki, P. B., & Wilson, S. D. (2003). Factors influencing levels of credit-card debt in college students. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(5), 935–947. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01932.x>
- O' Cass, A., & Frost, H. (2002). Status brands: examining the effects of non-product-related brand associations on status and conspicuous consumption. *Journal of Product & Brand Management*, 11(2), 67–88. <https://doi.org/10.1108/10610420210423455>
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.1086/209204>
- O'Neill, B., Xiao, J. J., & Ensle, K. (2017). Positive Health and Financial Practices: Does Budgeting Make a Difference? *Journal of Family & Consumer Sciences*, 109(2), 27–36. <https://doi.org/10.14307/JFCS109.2.27>
- Oaten, M., & Cheng, K. (2007). Improvements in self-control from financial monitoring. *Journal of Economic Psychology*, 28(4), 487–501. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2006.11.003>
- Omar, N. A., Abdul Rahim, R., Che Wel, C. A., & Shah Alam, S. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 10(1), 52–74. <https://doi.org/10.3926/ic.446>
- Önder, K. (2018). The Effect of Credit Card Usage on Consumer Behavior. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 9(32), 1099–1120. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2015.3.002.x>
- Orbell, S., Perugini, M., & Rakow, T. (2004). Individual differences in sensitivity to health communications: Consideration of future consequences. *Health Psychology*, 23(4), 388–396. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.23.4.388>
- Park, W. C., & Lessig, P. V. (1977). Students and housewives: Differences in susceptibility to

- reference group influence. *Journal of Consumer Research*, 4(September), 102–110.
- Pearlin, L. I., & Schooler, C. (1978). The structure of coping. *Journal of Health and Social Behavior*, 19(1), 2–21. <https://doi.org/10.2307/2136319>
- Pereira, M. C., & Coelho, F. (2013). Untangling the Relationship Between Income and Subjective Well-Being: The Role of Perceived Income Adequacy and Borrowing Constraints. *Journal of Happiness Studies*, 14(3), 985–1005. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9365-z>
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? the role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299–313. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>
- Peters, B. R., Joireman, J., & Ridgway, R. L. (2005). Individual differences in the consideration of future consequences scale correlate with sleep habits, sleep quality, and GPA in university students. *Psychological Reports*, 96(3 1), 817–824. <https://doi.org/10.2466/PR0.96.3.817-824>
- Pettit, N. C., & Sivanathan, N. (2011). The plastic trap: Self-threat drives credit usage and status consumption. *Social Psychological and Personality Science*, 2(2), 146–153. <https://doi.org/10.1177/1948550610385138>
- Pham, T. H., Yap, K., & Dowling, N. A. (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.007>
- Piko, B. F., & Brassai, L. (2009). The role of individual and familial protective factors in adolescents' diet control. *Journal of Health Psychology*, 14(6), 810–819. <https://doi.org/10.1177/1359105309338971>
- Pinto MB, Parente D. H., Palmer T. S., (2000) Materialism and credit card use by college students. *Psychological Reports*. Apr;86(2):643-652. DOI: 10.2466/pr0.2000.86.2.643.
- Pinto, M. B., Mansfield, P. M., & Parente, D. H. (2004). Relationship of credit attitude and debt to self-esteem and locus of control in college-age consumers. *Psychological Reports*, 94(3,Pt2), 1405–1418. <https://doi.org/10.2466/PR0.94.3.1405-1418>
- Pinto, M. B., Parente, D. H., & Mansfield, P. M. (2005). Information learned from socialization agents: Its relationship to credit card use. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 33(4), 357–367. <https://doi.org/10.1177/1077727X04274113>
- Pirog, S. F., & Roberts, J. A. (2007). Personality and credit card misuse among college students: The mediating role of impulsiveness. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1), 65–77. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679150105>
- Ponchio, M. C., & Aranha, F. (2008). Materialism as a predictor variable of low income consumer behavior when entering into installment plan agreements. *Journal of Consumer Behaviour*, 7(1), 21–34. <https://doi.org/10.1002/cb.234>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt.

Marketing Science, 17(1), 4–28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>

- Prelec, D., & Simester, D. (2001). Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay. *Marketing Letters*, 12(1), 5–12. <https://doi.org/10.1023/A:1008196717017>
- Pudrovska, T., Schieman, S., Pearlin, L. I., & Nguyen, K. (2005). The sense of mastery as a mediator and moderator in the association between economic hardship and health in late life. *Journal of Aging and Health*, 17(5), 634–660. <https://doi.org/10.1177/0898264305279874>
- Raghubir, P., & Srivastava, J. (2008). Monopoly Money: The Effect of Payment Coupling and Form on Spending Behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 14(3), 213–225. <https://doi.org/10.1037/1076-898X.14.3.213>
- Rappange, D., Brouwer, W., & Van Exel, N. J. A. (2009). Back to the consideration of future consequences scale: Time to reconsider? *Journal of Social Psychology*, 149(5), 562–584. <https://doi.org/10.1080/00224540903232324>
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459–469. <https://doi.org/10.1086/209315>
- Richins, M. L. (1992). Media, Materialism and What Ought to Be: The Role of Social Comparison. *Meaning, Measure, and Morality of Materialism*, September, 188–198.
- Richins, M. L. (2004). The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209–219. <https://doi.org/10.1086/383436>
- Richins, M. L. (2011). Spending : Implications for Credit Use. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 141–156. <https://doi.org/10.2307/23209270>
- Richins, M. L. (2013). When Wanting Is Better than Having: Materialism, Transformation Expectations, and Product-Evoked Emotions in the Purchase Process. *Journal of Consumer Research*, 40(1), 1–18. <https://doi.org/10.1086/669256>
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622–639. <https://doi.org/10.1086/591108>
- Robb, C. A. (2011). Financial Knowledge and Credit Card Behavior of College Students. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 690–698. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9259-y>
- Roberts, J. (2000). Consuming in a Consumer Culture: College Students, Materialism, Status Consumption, and Compulsive Buying. *Marketing Management Journal*, 10(2), 76–91.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive Buying Among College Students: An Investigation of Its Antecedents, Consequences, and Implications for Public Policy. *Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 295–319. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1998.tb00411.x>
- Roberts, James A, & Jones, E. L. I. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive

Buying among American College Students--. *Journal of Consumer Affairs*, 35(2).

- Roberts, J. A., Manolis, C., & Tanner, J. F. J. (2003). Family structure, materialism, and compulsive buying: A reinquiry and extension. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(3), 300-311.
- Ron, P., & Rovner, M. (2014). The Relationship between Self-Esteem, Sense of Mastery and Humor as Personal Resources and Crisis-Coping Strategies in Three Generations. *Advances in Aging Research*, 03(02), 160–171. <https://doi.org/10.4236/aar.2014.32024>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Rook, D. W. (1987). The Impulse Buying. *The Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Ryu, E. (2011). Effects of skewness and kurtosis on normal-theory based maximum likelihood test statistic in multilevel structural equation modeling. *Behavior Research Methods*, 43(4), 1066–1074. <https://doi.org/10.3758/s13428-011-0115-7>
- Sahney, S. (t.y.). Module - 5 Consumer Behavior, Consumer Attitudes. In *Consumer Behavior*, Ders Notu Vinod Gupta School of Management (pp. 1–22). Retrieved from https://nptel.ac.in/content/storage2/courses/110105029/pdf_sahany/Module.5-12.pdf
- Santini, F. de O., Ladeira, W. J., Sampaio, C. H., & Araújo, C. F. (2017). Meta-analysis of the antecedent and consequent constructs of materialism. *Review of Business Management*, 19(66), 538–556. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v0i0.2931>
- Sarah Brown, Gaia Garino, P. S. and K. T. (2008). *Debt and Risk Preference: A Household Level Analysis*.
- Schindler, R. (1989). The excitement of getting a bargain: Some hypotheses concerning the origins and effects of smart-shopper feelings. In *Advances in consumer research* (Vol. 16, Issue 2, pp. 447–453).
- Schlosser, S., Black, D. W., Repertinger, S., & Freet, D. (1994). Compulsive buying: Demography, phenomenology, and comorbidity in 46 subjects. *General Hospital Psychiatry*, 16(3), 205–212. [https://doi.org/10.1016/0163-8343\(94\)90103-1](https://doi.org/10.1016/0163-8343(94)90103-1)
- Segev, S., Shoham, A., & Gavish, Y. (2015). A closer look into the materialism construct: the antecedents and consequences of materialism and its three facets. *Journal of Consumer Marketing*, 32(2), 85–98. <https://doi.org/10.1108/JCM-07-2014-1082>
- Sharma, P., Sivakumaran, B., & Marshall, R. (2010). Impulse buying and variety seeking: A trait-correlates perspective. *Journal of Business Research*, 63(3), 276–283. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.03.013>
- Shehzadi, K., Ahmad-ur-Rehman, M., Mehmood Cheema, A., & Ahkam, A. (2016). Impact of

- Personality Traits on Compulsive Buying Behavior: Mediating Role of Impulsive Buying. *Journal of Service Science and Management*, 09(05), 416–432. <https://doi.org/10.4236/jssm.2016.95046>
- Soman, D. (2001). Effects of payment mechanism on spending behavior: The role of rehearsal and immediacy of payments. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 460–474. <https://doi.org/10.1086/319621>
- Soman, D. (2003). The effect of payment transparency on consumption: Quasi-experiments from the field. *Marketing Letters*, 14(3), 173–183. <https://doi.org/10.1023/A:1027444717586>
- Sotiropoulos, Veneta & d'Astous, Alain. (2013). Attitudinal, Self-Efficacy, and Social Norms Determinants of Young Consumers' Propensity to Overspend on Credit Cards. *Journal of Consumer Policy*. 36 (2), 179-196. [https://doi: 10.1007/s10603-013-9223-3](https://doi:10.1007/s10603-013-9223-3)
- Souiden, N., M'Saad, B., & Pons, F. (2011). A Cross-Cultural Analysis of Consumers' Conspicuous Consumption of Branded Fashion Accessories. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(5), 329–343. <https://doi.org/10.1080/08961530.2011.602951>
- Spinella, M., Yang, B., & Lester, D. (2004). Prefrontal Cortex Dysfunction and Income: A Study in Neuroeconomics. *Journal of Interdisciplinary Economics*, 15(2), 217–223. <https://doi.org/10.1177/02601079X04001500207>
- Sposito, V. A., Hand, M. L., and Skarpness B., (1983), On the efficiency of using the sample kurtosis in selecting optimal estimators, *Communications in Statistics-Simulation and Computation*, 12(3):265–272.
- Strathman, A., Gleicher, F., Boninger, D. S., & Edwards, C. S. (1994). The Consideration of Future Consequences: Weighing Immediate and Distant Outcomes of Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(4), 742–752. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.4.742>
- Sumarwan, U., & Hira, T. K. (1993). The effects of perceived locus of control and perceived income adequacy on satisfaction with financial status of rural households. *Journal of Family and Economic Issues*, 14(4), 343–364. <https://doi.org/10.1007/BF01013984>
- Teoh, W. M. Y., Chong, S. C., & Yong, S. M. (2013). Exploring the factors influencing credit card spending behavior among Malaysians. *International Journal of Bank Marketing*, 31(6), 481–500. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2013-0037>
- Thaler, R. H. (1999). Journal of Behavioral Decision Making J. Behav. Dec. Making, 12: 183–206 (1999). *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(September 1998), 183–206.
- Toepoel, V. (2010). Is consideration of future consequences a changeable construct? *Personality and Individual Differences*, 48(8), 951–956. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.02.029>
- Tokgoz, E. (2020). Impact of Materialistic Values on Impulsive and Compulsive Consumption via Status Consumption: A Research on Young Consumers. *Business and Economics Research Journal*, 11(1), 261–278. <https://doi.org/10.20409/berj.2020.249>
- Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., & Robins, R. W. (2013). Development of self-esteem. In V. Zeigler-Hill (Ed.), *Self-esteem* 60–79. New York: Psychology Press.
- Türk, B., & Ercis, A. (2017). Materialism and Its Associated Concepts. *International Journal of*

- Organizational Leadership*, 6(4), 444–455. <https://doi.org/10.33844/ijol.2017.60212>
- Türkmen, İ., & Erten, Ş. (2020). Materyalizmin Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 615–639. <https://doi.org/10.11616/basbed.v20i56819.748166>
- Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419-433.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15, 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Vieira, A. L. (2011). Preparation of the Analysis. In *Interactive LISREL in Practice, SpringerBriefs in Statistics* (pp. 9–25). https://doi.org/10.1007/978-3-642-18044-6_2
- Wang, J., & Xiao, J. J. (2009). Buying behavior, social support and credit card indebtedness of college students. *International Journal of Consumer Studies*, 33(1), 2–10. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00719.x>
- Wang, L., Lv, W., & Jiang, L. (2011). The impact of attitude variables on the credit debt behavior. *Nankai Business Review International*, 2(2), 120.
- Wang, R., Liu, H., Jiang, J., & Song, Y. (2017). Will materialism lead to happiness? A longitudinal analysis of the mediating role of psychological needs satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 105(April), 312–317. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.10.014>
- Watson, J. J. (2003). The relationship of materialism to spending tendencies, saving, and debt. *Journal of Economic Psychology*, 24(6), 723–739. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.06.001>
- Watson, S. (2009). Credit card misuse, money attitudes, and compulsive buying behaviors: a comparison of internal and external Locus Of Control (LOC) consumers. *College Student Journal*, 43(2), 268.
- Webley, P., & Nyhus, E. K. (2006). Parents' influence on children's future orientation and saving. *Journal of Economic Psychology*, 27(1), 140–164. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2005.06.016>
- Webley, P., & Nyhus, E. K. (2013). Economic socialization, saving and assets in European young adults. *Economics of Education Review*, 33(April), 19–30. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2012.09.001>
- Weston, R., & Gore, P. A. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 719–751. <https://doi.org/10.1177/0011000006286345>
- Weun, S., Jones, M. A., & Beatty, S. E. (1997). A parsimonious scale to measure impulse buying tendency. In *AMA Educators' Proceedings* 8, 8-26.
- Workman, L., & Paper, D. (2010). Compulsive buying: a theoretical framework. *The Journal of Business Inquiry*, 9(1), 89-126. <http://www.uvu.edu/woodbury/jbi/volume9>
- Workman, L. (2010). The essential structure of compulsive buying: A phenomenological inquiry. Utah State University, *ProQuest Dissertations and Theses*.
- Wu, L. (2007). Excessive buying: The construct and a causal model. In *ProQuest Dissertations and*

Theses (Issue August). <http://search.proquest.com/docview/304877361?accountid=25704> LA - English

- Xiao, J. J., Noring, F. E., & Anderson, J. G. (1995). College students' attitudes towards credit cards. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 19(2), 155–174. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.1995.tb00540.x>
- Xiao, Jing Jian, & O'Neill, B. (2018). Mental accounting and behavioural hierarchy: Understanding consumer budgeting behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 42(4), 448–459. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12445>
- Yang, B., James, S., & Lester, D. (2005). Reliability and validity of a short credit card attitude scale in British and American subjects. *International Journal of Consumer Studies*, 29(1), 41–46. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00372.x>
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurchisin, J., & Johnson, K. K. P. (2004). Compulsive Buying Behavior and Its Relationship to Perceived Social Status Associated with Buying, Materialism, Self-Esteem, and Apparel-Product Involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(3), 291–314. <https://doi.org/10.1177/1077727X03261178>

EKLER

EK 1: MODEL UYUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİNDE KULLANILAN UYUM İNDEKSLERİ

Model uyum istatistikleri, gözlemlenen kovaryans matrisi ile tahmin edilen kovaryans matrisi (teori) arasındaki benzerliği kıyaslayarak teori ile gerçek durumu karşılaştırır. Uyum istatistikleri matrisler arasında ne kadar fark olduğunu matematiksel olarak gösterir. Fark ne kadar az ise uyum o kadar iyidir.

Uyum indeksleri üç gruba ayrılır. Mutlak uyum indeksleri (absolute fit indices), teorinin örneklem veri ile ne kadar uyumlu olduğunun en temel ölçümünü sağlar (Kenny ve McCoach, 2003). Ki-kare uyum indeksi, RMSEA ve SRMR bu gruba dahildir. Diğer bir indeks grubu, tahmin edilen modelin bazı alternatif temel modellere uygunluğunu değerlendirmek için kullanılan artan uyum indeksleri (incremental fit indices) olarak bilinir. Bu gruba Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) ve Tucker-Lewis İndeksi (TLI) dahildir. PNFI ve ki-kare/serbestlik derecesi gibi tutumluluk uyum indeksleri olarak bilinen üçüncü grup indeks seti, modelin karmaşıklığına göre rakip modeller arasında hangi modelin daha iyi uyum gösterdiği hakkında bilgi sağlar (Hair vd., 2010).

Modellerin uyumunun incelenmesinde aşağıda açıklamaları verilen uyum indeksleri kullanılmıştır.

Ki-kare Uyum Testi:

Gözlemlenen ve tahmin edilen kovaryans matrisleri arasındaki fark yapısal eşitlik modellemelerinde uyum iyiliğini değerlendirmekte anahtar öneme sahiptir. Yapısal eşitlik modellemesinde hipotez şudur: H_0 : Gözlemlenen örneklem ve yapısal eşitlik modellemesinin kovaryans matrisleri arasında fark yoktur, yani model ideal uyum göstermektedir (Hair vd., 2010, s.577).

Ki-kare değeri, iki matris arasında fark (kalıntı) bulunduğunda artar. Ki-kare testinde, gözlemlenen örneklem matrisi ve yapısal eşitlik modellemesi ile tahmin edilen kovaryans matrisinin popülasyonda gerçekten eşit olup olmadığına ilişkin istatistiksel olasılık test edilir.

Bu olasılık, parametrik istatistik testlerin p-değeridir. Yapısal eşitlik modellemesinde görece küçük bir ki-kare değeri ile buna karşılık gelen yüksek bir p-değeri aranır. Bu, iki matris arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını gösterir ve ileri sürülen teorinin gerçeğe uyumlu olduğu görüşünü destekler (Hair vd., 2010, s.578).

Ancak, ki-kare istatistiğinin uyum iyiliği ölçüsü olarak kullanılmasında sorun yaratan iki matematiksel özelliği bulunmaktadır. Birincisi örneklem büyüdükçe, İkincisi gösterge değişken sayısı arttıkça ki-kare değerinin büyümesidir. Diğer şeyler aynı kaldığında modele gösterge değişken eklemek ki-kare değerini artırır ve model uyumunu güçleştirir. Özetle, örneklem büyüklüğü ve gösterge değişken sayısı arttıkça ki-kare istatistik testi (p-değeri) daha az anlam ifade eder. Uyum iyiliğini değerlendirmek üzere ki-kare ile birlikte, büyük örneklem ve karmaşık modellerin sebep olduğu yanılgıları düzeltmek için geliştirilmiş olan alternatif ölçümler de kullanılır. (Hair vd., 2010, s. 578-579)

RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü: Root Mean Square Error of Approximation), hem model karmaşıklığını hem de örneklem büyüklüğünü hesaplamaya dahil ederek her ikisinin sebep olduğu yanılgıyı düzeltmek için kullanılır. Düşük RMSEA değerleri modelin daha iyi uyum sağladığını gösterir (Hair vd., 2010, s. 579).

SRMR (Standartlaştırılmış Kalıntıların Ortalama Karekökü - Standardized Root Mean Square Residual): Her kovaryans teriminin tahminindeki hata bir kalıntı oluşturur. Gösterge değişkenlerin ölçeklerinden (ölçüm biçimlerinden) etkilenen kalıntıların birbiriyle kıyaslanabilir olması için standartlaştırılması gerekir. SRMR standartlaştırılmış kalıntıların ortalaması olarak hesaplanır ve modelin bütünsel uyumunu değerlendirmek için kullanılır. (Hair vd., 2010, s. 579).

CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi: Comparative Fit Index); 0 ile 1 arasında değer alır ve 0.90'ın üzerindeki değerler modelin uyumunun iyi olduğunu gösterir. Modelin karmaşıklığına duyarlı değildir (Hair vd., 2010, s. 580).

PNFI (Parsimony Normed Fit Index); Farklı modellerin uyumlarının karşılaştırılmasında kullanılır. Yüksek PNFI değeri ilgili modelin (bu indeksin kriterlerine göre) daha fazla desteklenmiş olduğu anlamına gelir. Daha yüksek uyuma sahip daha basit modelin PNFI değeri daha yüksektir (Hair vd., 2010, s. 581).

Hair ve arkadaşları (2010) tarafından önerilen ve bu araştırmanın örneklem büyüklüğü ve değişken sayısı ile uyumlu, eşik değerler şöyledir:

- p-değerinin yüksek olması model uyumunun iyi olduğunu göstermekle birlikte, örneklemin büyük olması ve değişken sayısının fazla olması durumunda p-değerinin küçük olması beklenir $p < 0.05$ (Örnekleme büyüklüğü 250'yi aştığında ve gösterge değişken sayısı 30 ve üzerinde olduğunda ki-kare için istatistiksel olarak anlamlı p-değeri beklenir).
- CFI > 0.90,
- SRMR ≤ 0.08 (CFI > 0.92 ile birlikte) ve
- RMSEA < 0.07 (CFI ≥ 0.90 ile birlikte)

Araştırmanın örneklem büyüklüğü, karmaşıklığı, gösterge değişken sayısı, değişkenler arasındaki korelasyonların düzeyi ve verinin normallik dağılımı genel olarak uyum indekslerini etkilemektedir. Hangi uyum indekslerinin raporlanacağı ve bunların eşik değerleri konusunda literatürde bir fikir birliği bulunmamaktadır. Ancak, birden fazla uyum indeksinin raporlanması tavsiye edilmektedir. Tüm değişkenleri içeren ölçüm modelinde ve yapısal eşitlik modelinde veri ile model uyumunun değerlendirilmesinde, Hu ve Bentler (1999) tarafından benimsenen eşik değerler esas alınmıştır.

Tablo 37: Model Uyum İndeksleri Eşik Değerleri*

İndeks	Uyumsuz	Kabul edilir	İdeal uyum
CMIN/DF:Ki-kare/sd	> 5	3 ile 5 arasında	< 3
CFI	<0.90	0.90 ile 0.95 arasında	>0.95
SRMR	>0.10	0.08 ile 0.10 arasında	<0.08
RMSEA	>0.08	0.06 ile 0.08 arasında	<0.06
PClose**	<0.01	0.01 ile 0.05 arasında	>0.05

*Hu and Bentler (1999), "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives"

**PClose; "iyi uyum" hipotezi altında (popülasyonda RMSEA 0.05'den büyük değildir hipotezi altında), hesaplanan RMSEA değerine kadar, bir örneklem RMSEA değeri elde etme olasılığını gösterir.

EK 2: ÖLÇEK BAZINDA DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Örtük değişkenleri ölçmekte kullanılan ölçeklerin amaçladıkları teorik yapıları ölçmekte ne kadar başarılı olduklarını belirlemek üzere, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. DFA, örtük değişkenin (kurgulanan/teorik yapının) veri ile test edilerek ölçümün geçerliğinin ve güvenilirliğinin istatistiksel olarak doğrulanmasını sağlar. Bu aşamada, yapısal eşitlik modellemesi ölçüm modeline dahil edilebilecek yapılar ve bunları temsil eden ölçek maddelerini belirlemek üzere, her bir örtük değişken için IBM SPSS Statistics AMOS (versiyon:23) programında “Maksimum Olabilirlik” (Maximum Likelihood-ML) yöntemi ile doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçeklerin geçerlik/güvenilirlikleri araştırılmıştır.

Güvenilirlik, örtük yapının göstergelerinin (örtük yapıyı temsil eden ölçek maddelerinin) birbirleriyle ne kadar ilişkili olduğuna bağlı olarak, yapının içsel tutarlılık derecesini gösteren bir ölçüdür. Başka bir deyişle, yapıyı temsil eden göstergelerin aynı yapıyı ne ölçüde ölçtüğünü gösterir. Genel olarak, güvenilirlik, ölçüm hatasıyla ters orantılıdır. Yapı ile göstergeler arasındaki ilişkiler arttıkça güvenilirlik de artar; diğer bir deyişle yapı, her bir göstergedeki varyansın daha büyük bir bölümünü açıklar (Hair vd. s.548).

Geçerlik ve güvenilirlik ölçümleri için Hair ve arkadaşları (2010) tarafından benimsenen eşik değerler esas alınmıştır. Buna göre güvenilirlik (composite reliability:bileşik güvenilirlik) için eşik değer 0.7'dir. Geçerlik için ise, yakınsak geçerlik (convergent validity) ve ayırt edici geçerliğin (discriminant validity) birlikte sağlanması gerekir. Yakınsak geçerlik, elde edilen ortalama varyans (AVE: Average Variance Extracted)- ile ölçülür ve eşik değeri 0.5'dir. Yakınsak geçerlik, tek bir faktör içindeki değişkenlerin yüksek oranda korelasyona sahip olduğu anlamına gelmektedir. Faktör yüklerinin yüksek olması yakınsak geçerliğin varlığını gösterir. Faktör yükleri için eşik değer 0.5'dir. AVE her bir gösterge değişkene ait faktör yüklerinin karelerinin ortalaması olarak hesaplanır. Gösterge değişkenler temsil ettikleri yapı içinde birbirleri ile yeterince yüksek korelasyona sahip değilse yakınsak geçerlik sağlanamaz. Ayırt edici geçerliğin sağlanabilmesi için ise iki koşul bulunmaktadır. 1) Maksimum paylaşılan varyans (MSV:Maximum Shared Variance), elde edilen ortalama varyansdan küçük olmalı ($MSV < AVE$) ve 2) Elde edilen ortalama varyansın kare kökü yapılar arası korelasyondan büyük olmalıdır. Gösterge değişkenler temsil ettikleri yapı dışındaki değişkenlerle daha fazla korelasyona sahip ise, yani örtük yapı başka bazı örtük

yapı altındaki gösterge değişkenlerle daha iyi açıklanıyor ise ayırt edici geçerlik sağlanamaz (Hair vd., 2010). Malhotra ve Dash'a (2011) göre ise, elde edilen ortalama varyansın (AVE) %50'den büyük olmasının aranması katı bir ölçüdür. Varyansın %50'sinden fazlası hatadan kaynaklanıyor olsa bile, yalnızca güvenilirliğin (CR) sağlanması, yakınsak geçerliğin bulunduğu sonucuna varmak için yeterlidir (s.702).

Uyum istatistikleri için Hu ve Bentler (1999) tarafından belirlenen eşik değerler referans alınmıştır. Bu değerler Tablo 38'de gösterilmiştir. Buna göre uyum istatistiklerinin kabul edilebilir olması için; ki-kare/sd 5'den küçük, CFI 0.90'dan büyük, SRMR 0.10'dan küçük, RMSEA 0.08'den küçük ve PClose 0.01'den büyük olmalıdır. Ki-kare/sd'nin 3'den küçük olması, CFI'in 0.95'den büyük, SRMR'ın 0.08'den küçük, RMSEA'nın 0.06'dan küçük ve PClose 0.05'den büyük olması ise, uyumun ideal olduğunu göstermektedir.

Tablo 38: Uyum İstatistikleri Eşik Değerleri*

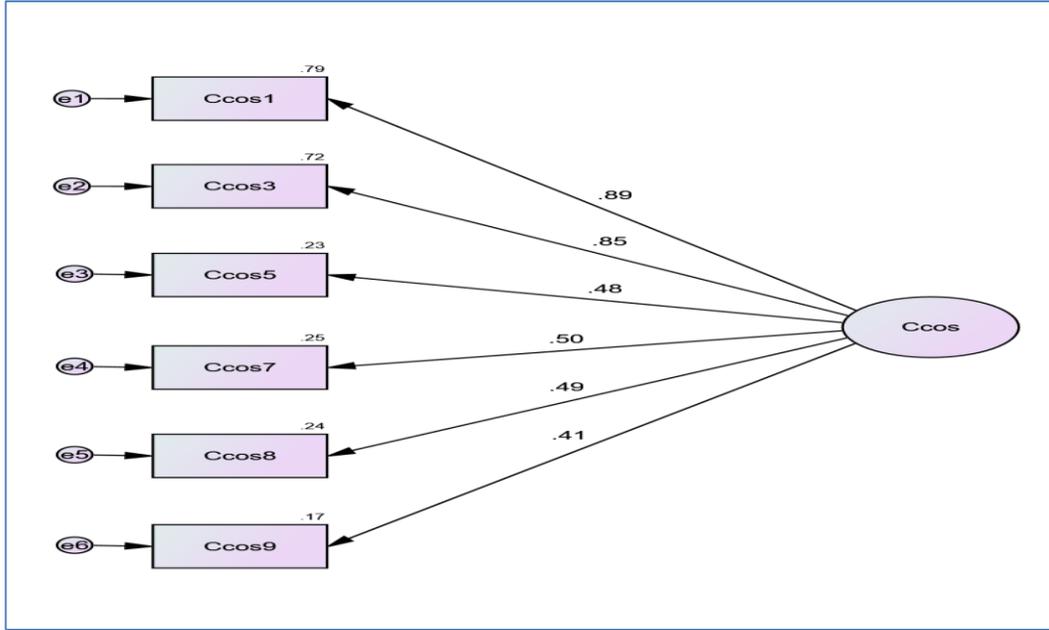
Ölçüm	Uyumsuz	Kabul Edilir Uyum	İdeal Uyum
CMIN/DF (Ki-kare/serbestlik derecesi)	> 5	> 3	> 1
CFI (Comparative Fit Index- Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	<0.90	<0.95	>0.95
SRMR (Standardized Root Mean Residual)	>0.10	>0.08	<0.08
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	>0.08	>0.06	<0.06
PClose (Under the hypothesis of "close fit" (i.e., that RMSEA is no greater than .05 in the population), the probability of getting a sample RMSEA ...)	<0.01	<0.05	>0.05

*Hu ve Bentler (1999), "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives"

1. KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Kredi kartı ile fazla harcama (KKFH) ölçeğinin üç maddesi (Ccos2, Ccos4 ve Cco6) normallik varsayımını karşılamamaları nedeniyle dışarıda bırakılmış, geriye kalan 6 madde ile tek faktörlü ölçüm modeli sınanmıştır (Şekil: 4).

Şekil 4: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I



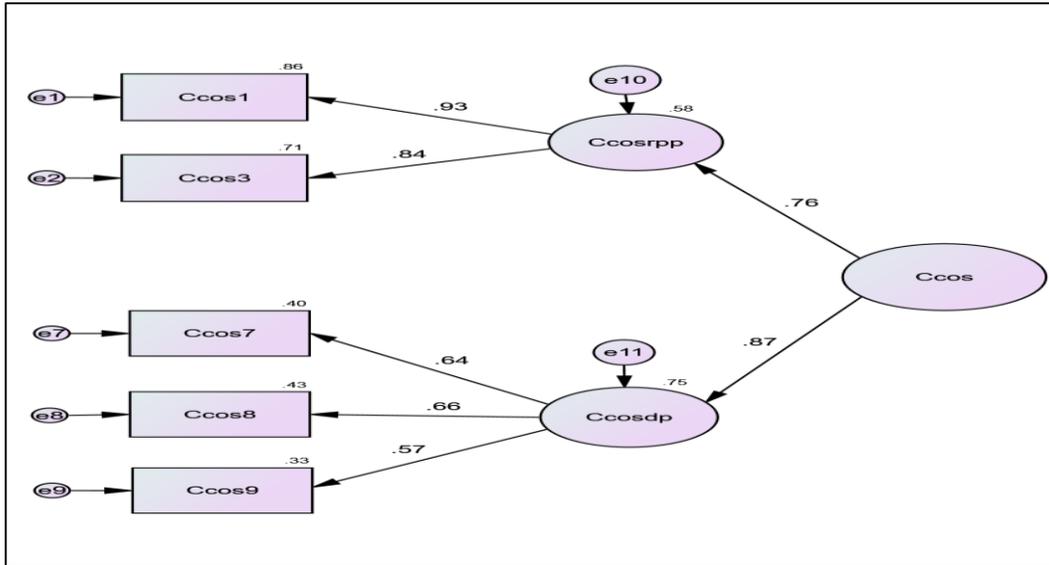
Bu ölçüm modeline ilişkin ki-kare/serbestlik derecesi (CMIN/DF: 6.561>5) eşik değerin üzerinde olduğundan modelin veriyle uyumu iyi değildir (Şekil: 4). Yapı güvenirliliği 0.78>0.7 eşik değerin üzerindedir fakat elde edilen ortalama varyans (AVE: 0,374<0.5) eşik değerin altında olduğundan geçerlilik sağlanamamıştır.

Tablo 39: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	284.687	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.000	>0.05	Uyumsuz
DF	9	--	--
CMIN/DF	31.632	<5	Uyumsuz
CFI	0.876	>0.95	Uyumsuz
SRMR	0.136	<0.08	Uyumsuz
RMSEA	0.164	<0.08	Uyumsuz
PClose	0.000	>0.01	Uyumsuz

Model uyum ve geçerlik kriterleri sağlanamadığından ölçüm modelinde değişikliğe gidilmiştir.

Şekil 5: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II



Kredi kartı ile fazla harcama davranışı ölçüm modeli, faktör yükü 0.7'nin altında olan değişkenlerden, Ccos5 değişkeni (harcama tutarının kredi kartı limitine ulaşma sıklığına ilişkin) dışarıda bırakılarak "Kredi kartı geri ödeme sorunları" (Ccosrp) ve "Kredi kartı borçlanma sorunları" (Ccosdp) olarak adlandırılan iki faktörlü model ile tekrar tanımlanmıştır.

Alternatif olarak tanımlanan 5 maddeli ve 2 faktörlü modelde uyum istatistiklerine ilişkin değerler; ki-kare/sd:1.868, CFI:0.998, SRMR:0.017 ve RMSEA:0.028 oldukça iyi düzeydedir. Modelin yapı güvenilirliği CR:0.8>0.7 ve yakınsak geçerliği AVE:0.667>0.5 yüksektir.

Tablo 40: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	7.471	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.256	>0.05	İyi uyum
DF	4	--	--
CMIN/DF	1.868	<3	İdeal uyum
CFI	0.998	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.017	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.028	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.875	>0.05	İdeal uyum

Modelde içerilen ölçek maddelerinin faktör yükleri Tablo 41’de gösterilmiştir. En düşük faktör yükü Ccos9 değişkenine aittir ve 0.572 ile eşik değerin (0.5) üzerindedir (Hair vd., 2010).

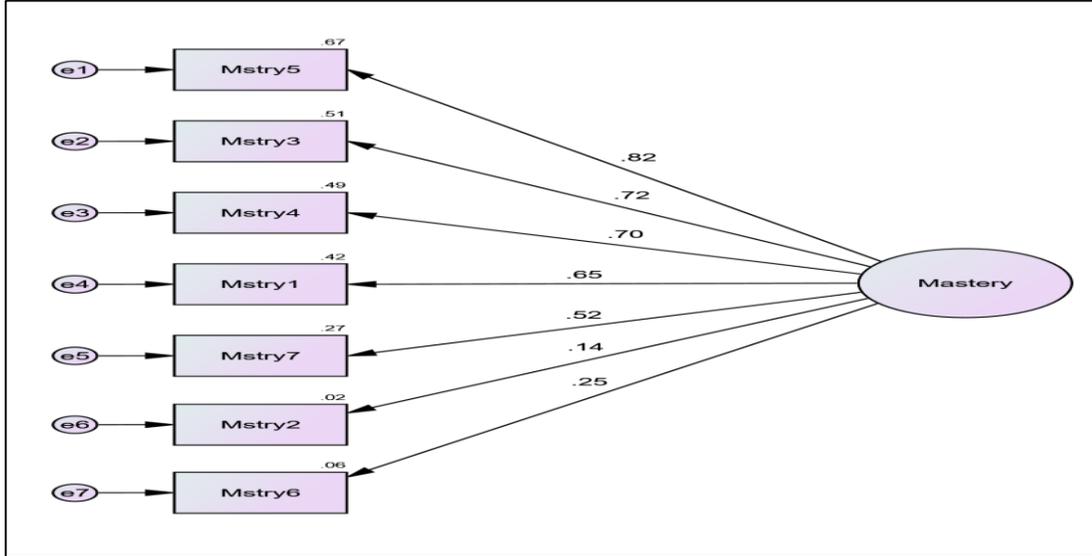
Tablo 41: Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Faktörler	Tahmin	P
Kredi Kartı ile Fazla Harcama Davranışı (KKFH: Ccos)	--->	Ccosrpp: Kredi kartı geri ödeme sorunları	0.764	0.001
	--->	Ccosdp: Kredi kartı borçlanma sorunları	0.866	0.001
Faktörler		Gösterge Değişkenler (Ölçek Maddeleri)		
Ccosrpp: Kredi kartı geri ödeme sorunları	--->	Ccos1: Son bir yılda kaç ay bütün kredi kartı borçlarınızı tam olarak ödediniz?	0.929	0.001
	--->	Ccos3: Son bir yılda kaç ay herhangi bir kredi kartınız için yalnızca asgari ödeme miktarında ödeme yaptınız?	0.841	0.001
Ccosdp: Kredi kartı borçlanma sorunları	--->	Ccos7: Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için yakınlarınızdan borç veya parasal destek aldınız mı?	0.635	0.001
	--->	Ccos8: Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için banka kredisi kullandınız mı?	0.657	0.001
	--->	Ccos9: Son 12 ayda kredi kartlarınızdan nakit para çektiniz mi?	0.572	0.001

1.1. YAŞAM ÜZERİNDE HÂKİMİYET DUYGUSU ÖLÇEĞİ (MASTERY SCALE) DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Yedi maddeli tek faktörlü Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu (YÜHD) Ölçeği doğrulayıcı faktör analizi sonucunda yapı güvenilirliği CR:0.759 iyi düzeyde ancak, yakınsak geçerlik AVE:0.349<0.5 eşik değerin altında bulunduğu için yapı geçerliği sağlanamamıştır. Model uyum istatistiklerine ilişkin ölçümler ki-kare/sd:12>5 ve RMSEA:0.098>0.08, verinin modelle uyumunun yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir (Tablo: 42). Bu nedenle, ölçüm modelinde değişiklik yapılmıştır.

Şekil 6: Yaşam Üzerinde Hakimiyet Duygusu Ölçüm Modeli I

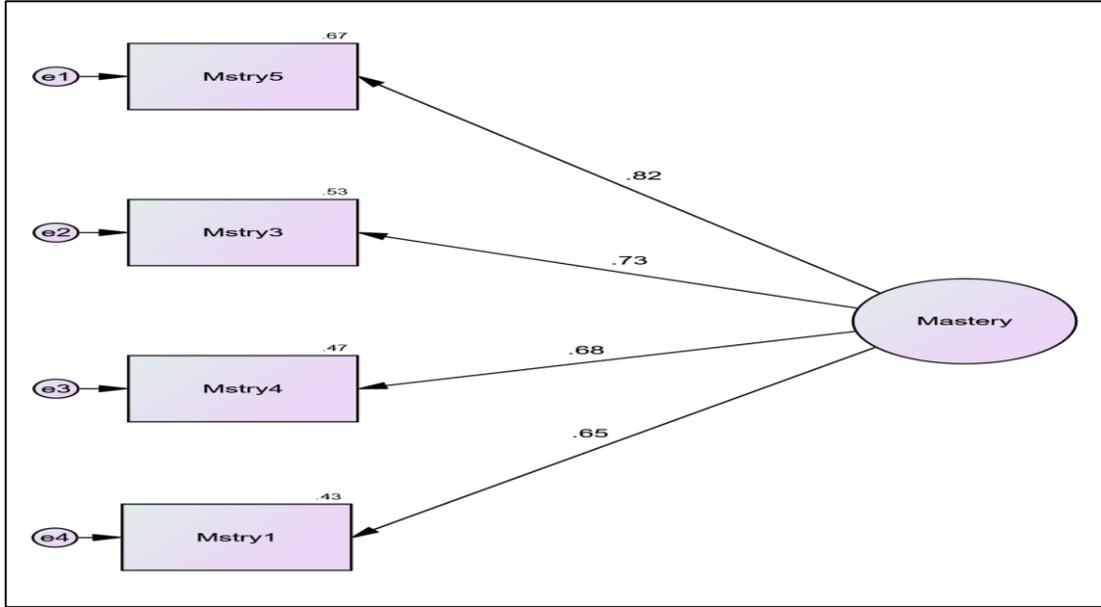


Tablo 42: Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	168.103	--	--
DF	14	--	--
CMIN/DF	12.007	<5	Uyumsuz
CFI	0.923	>0.90	Kabul edilir
SRMR	0.073	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.098	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Faktör yükleri düşük bulunan Mastry2, Mastry6 ve Mastry7 maddeleri dışarıda bırakılarak tanımlanan dört maddeli modelin yapı güvenilirliği CR:0.814 yüksek ve yakınsak geçerliği AVE:0.524 yeterli düzeydedir.

Şekil 7: Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli II



Model uyum istatistikleri Tablo 43'de görüldüğü üzere oldukça iyi düzeydedir.

Tablo 43: Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	4.415	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.263	>0.05	İyi uyum
DF	2	--	--
CMIN/DF	2.207	<3	İdeal uyum
CFI	0.998	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.012	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.032	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.699	>0.05	İdeal uyum

Modelde içeren maddelerin faktör yükleri Tablo 44'de gösterilmiştir.

Tablo 44: Yaşam Üzerinde Hâkimiyet Duygusu Model II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Gösterge değişkenler (Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Yaşam Üzerinde Hakimiyet Duygusu (YÜHD:Mastery)	--->	Mstry5: Hayattaki problemler ile başa çıkabilmek konusunda, kendimi sık sık çaresiz hissediyorum. (R)	0.817	0.001
	--->	Mstry3: Bazen hayatın içinde savrulduğumu hissediyorum. (R)	0.731	0.001
	--->	Mstry4: Hayatımdaki önemli şeylerin birçoğunu değiştirmek için yapabileceğim fazla bir şey yok. (R)	0.684	0.001
	--->	Mstry1: Bazı sorunlarımı çözebilmemin gerçekten bir yolu yok. (R)	0.652	0.001

R: Ters ifade edilmiş madde, ters kodlama yapılmıştır. Ölçekten yüksek puan alınması bireyin yaşamı üzerindeki hakimiyet duygusunun yüksek olduğunu gösterir.

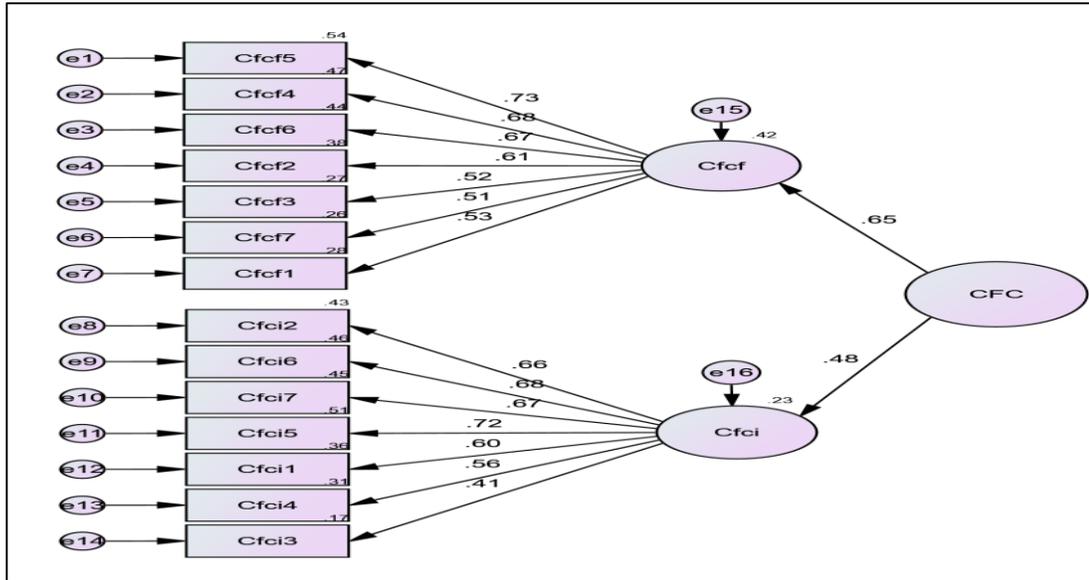
1.2. EYLEMLERİNİN GELECEKTEKİ SONUÇLARINI ÖNEMSEME ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme (EGSÖ) ölçeği 14 madde ve Joireman ve arkadaşları (2012) tarafından ileri sürüldüğü üzere anlık ve gelecekteki sonuçları önemseme olarak adlandırılan iki faktör ile modellendiğinde elde edilen yapı güvenilirliği $CR:0.49 < 0.7$, yakınsak geçerlik $AVE:0.33 < 0.5$ ve uyum istatistikleri $ki-kare/sd:7.485 > 5$, $CFI:0.89 < 0.90$ yeterli düzeyde bulunmamıştır.

Tablo 45: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme (CFC) Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	568.895	--	--
DF	76	--	--
CMIN/DF	7.485	<5	Uyumsuz
CFI	0.89	>0.90	Uyumsuz
SRMR	0.061	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.075	<0.08	Kabul edilir
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Şekil 8: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme (CFC) Ölçüm Modeli



Modelde yapıyı temsil ettiği varsayılan iki boyutun, faktör yükleri (faktörler arasındaki korelasyon) düşük olduğundan, bu iki faktörün aynı yapıyı temsil etmedikleri sonucuna varılmıştır. Bu nedenle, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme ve eylemlerinin anlık sonuçlarını önemseme ayrı yapılar olarak değerlendirilmiş ve iki ayrı yapı olarak doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur.

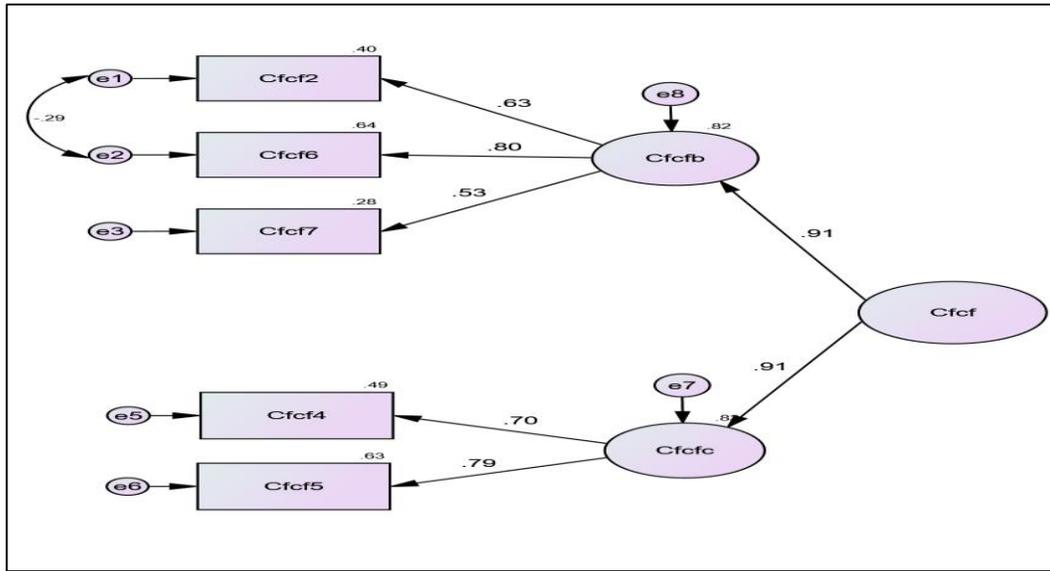
Eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme (Cfcf) yapısı, Cfcf1 ve Cfcf3 maddeleri dışarıda bırakılarak, beş maddeli ve davranışsal ve bilişsel olmak üzere iki faktörlü bir ölçüm modeli ile tanımlandığında yapı güvenilirliği CR:0.904 ve yakınsak geçerlik AVE:0.824 oldukça yüksek bulunmuştur. Modelin uyum istatistikleri ki-kare/sd:1.238 ve diğer uyum istatistikleri Tablo 46'da görüldüğü üzere oldukça iyi düzeydedir.

Tablo 46: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme (Cfcf) Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	3.715	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	.541	>0.05	İyi uyum
DF	3	--	--
CMIN/DF	1.238	<5	İdeal uyum
CFI	0.999	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.011	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.014	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.924	>0.05	İdeal uyum

Cfcf2, Cfcf6 ve Cfcf7 maddeleri yapının davranışsal (Cfcfb) boyutunu, cfcf4 ve Cfcf5 maddeleri ise yapının bilişsel (Cfcfc) boyutunu temsil etmektedir.

Şekil 9: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme (Cfcf) Ölçüm Modeli



Yapıyı temsil eden maddelerin faktör yükleri Tablo 47'de gösterilmiştir.

Tablo 47: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme (Cfcf) Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı	Faktörler	Tahmin	P
Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme (EGSÖ:Cfcf)	---> Cfcfb: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme-Bilişsel	0.906	0.001
	---> Cfcfc: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme-Davranışsal	0.909	0.001
Faktörler	Gösterge değişkenler(Ölçek Maddeleri)		
Cfcfc: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme-Davranışsal	---> Cfcf2: Karşılığını ancak yıllar sonra alabileceğim şeyler için de çoğunlukla uğraş veririm.	0.632	0.001
	---> Cfcf6: Genellikle davranışlarımın gelecekte yol açabileceği sonuçları düşünerek hareket ederim.	0.798	0.001
	---> Cfcf7: Bana göre, ileride önemli sonuçlar doğuracak bir davranışta bulunmak, hemen fakat daha az önemli sonuçlar doğuracak bir davranışta bulunmaktan daha önemlidir.	0.526	0.001
Cfcfb: Eylemlerinin Gelecekteki Sonuçlarını Önemseme-Bilişsel	---> Cfcf5: Bir karar verdiğimde, bu kararımın beni gelecekte nasıl etkileyebileceğini düşünürüm.	0.792	0.002
	---> Cfcf4: Olumsuz sonuçlar yıllarca ortaya çıkmasa bile, onlar hakkındaki uyarıları, ciddiye almak gerektiğini düşünürüm.	0.699	0.001

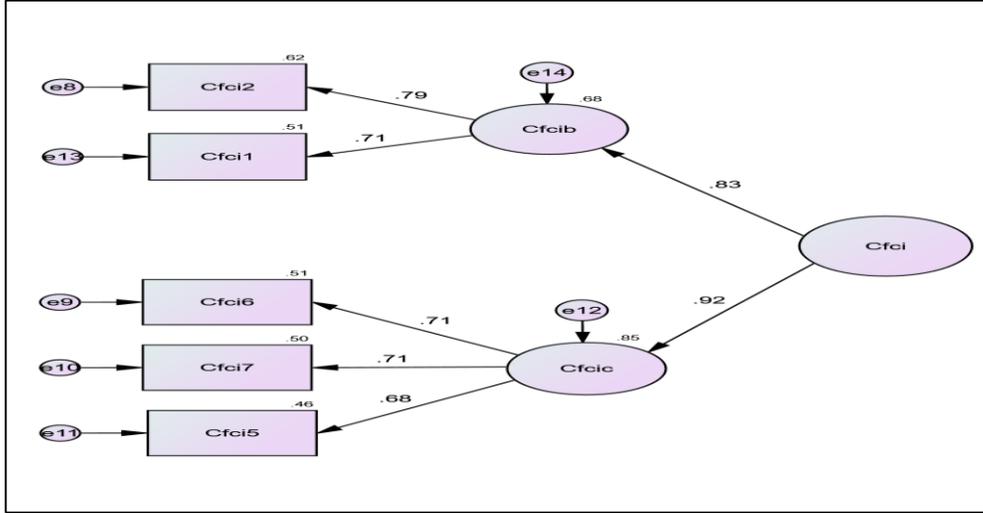
Eylemlerinin anlık sonuçlarını önemseme (Cfci) yapısı ölçüm modeli, faktör yükleri düşük bulunan Cfci3 ve Cfci4 maddeleri dışarıda bırakılarak beş madde ve davranışsal ve bilişsel olarak iki faktör ile tanımlandığında geçerlik ve güvenilirlik kriterlerini sağlamıştır. Yapı güvenilirliği CR:0.869 (>0.7) ve AVE:0.769 (>0.5) eşik değerlerin üzerindedir. Modelin uyum istatistikleri Tablo 48'da görüldüğü üzere oldukça iyi düzeydedir.

Tablo 48: Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemseme (Cfci) Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	7.51	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.337	>0.05	İyi uyum
DF	4	--	--
CMIN/DF	1.877	<3	İdeal uyum
CFI	0.998	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.013	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.028	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.874	>0.05	İdeal uyum

Cfci5, Cfci6, Cfci7 yapının bilişsel boyutunu, Cfci1 ve Cfci2 ise yapının davranışsal boyutunu temsil etmektedir.

Şekil 10: Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemseme (Cfci) Ölçüm Modeli



Yapıyı temsil eden maddelerin faktör yükleri aşağıdaki Tablo 49'da verilmiştir.

Tablo 49: Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemseme (Cfci) Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

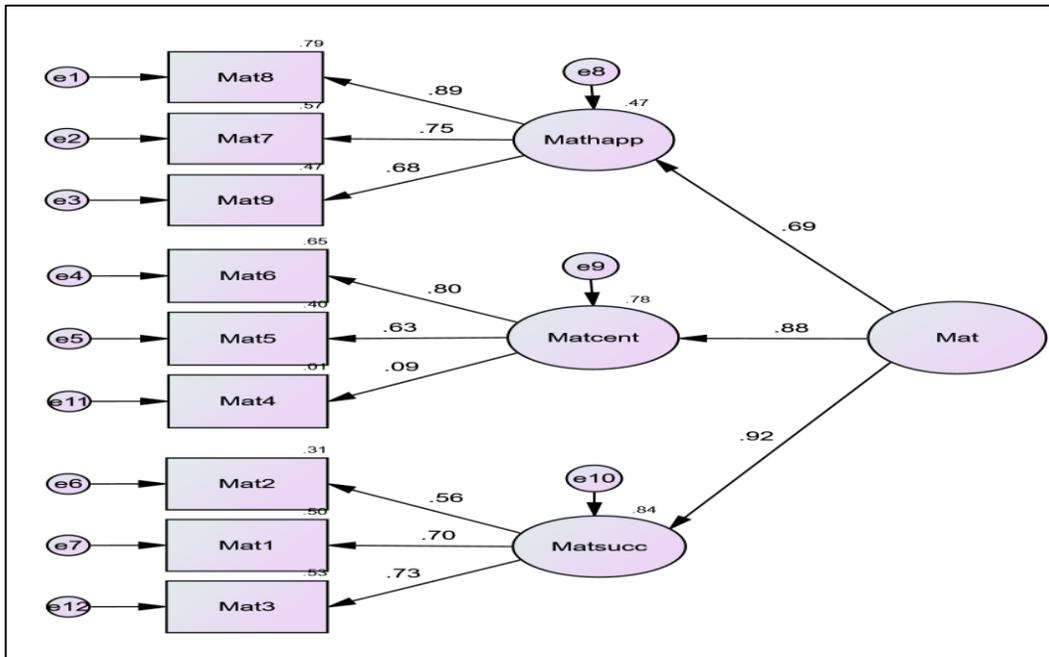
Yapı	Faktörler	Tahmin	P
Cfci: Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemseme	---> Cfci:Gelecekteki Sonuçları Düşünebilme Becerisi-Bugüne Odaklılık-Bilişsel	0.923	0.001
	---> CfciB:Gelecekteki Sonuçları Düşünebilme Becerisi-Bugüne Odaklılık-Davranışsal	0.828	0.001
Faktörler	Gösterge değişkenler (Ölçek Maddeleri)		
CfciC: Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemseme-Bilişsel Boyut	---> Cfci6: Günbegün sonuçlarını aldığım işler, benim için sonuçları uzun vadede ortaya çıkacak işlerden daha önemlidir.	0.712	0.001
	---> Cfci7: Bugün sadece hemen çözülmesi gereken sorunlarla ilgilenirim, gelecekte ortaya çıkabilecek sorunlarla daha sonra ilgilenirim diye düşünürüm.	0.709	0.001
	---> Cfci5: Gelecekte ortaya çıkacak sorunlarla o zaman ilgilenileceğini bu nedenle, şimdi fedakarlıkta bulunmanın gereksiz olduğunu düşünürüm.	0.682	0.001
CfciB: Eylemlerinin Anlık Sonuçlarını Önemseme-Davranışsal Boyut	---> Cfci2: Yalnızca kısa sürede, birkaç gün veya birkaç hafta içinde, sonuç alabileceğim şeyleri yaparım.	0.788	0.001
	---> Cfci1: Yalnızca bugün ile ilgilenir, acil işleri yapmak için harekete geçerim, çünkü geleceğin kendi çözümlerini getireceğini düşünürüm.	0.711	0.001

Yapısal eşitlik modellemesi yol analizinde, eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme yapısının model uyumunun ve açıklayıcılığının daha yüksek bulunması nedeniyle, yapısal modele eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını önemseme yapısının dahil edilmesi uygun görülmüş, eylemlerin anlık sonuçlarını önemseme yapısı model dışında bırakılmıştır.

1.3. MATERYAL DEĞERLER ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Materyalizm yapısı ölçüm modeli, Richins (2004) tarafından önerildiği üzere başarı boyutu, materyal değerleri merkeze alma boyutu ve mutluluk boyutu olmak üzere üç faktörlü tanımlanmıştır. Materyal değerler ölçeği ile toplanan verinin bu ölçüm modelinde uyum istatistiklerinden CFI: 0.963>0.95 ve RMSEA: 0.066<0.08 kabul edilir düzeylerdedir. Ancak, Pclose:0.005<0.01 eşik değerinin altında ve ki-kare/sd: 6>5 kabul edilir düzeyin üzerindedir. Bu nedenle, faktör yükü düşük olan Mat2 (Sahip olduğum şeyler, hayattaki başarımlarım hakkında çok şey ifade eder) ve Mat4 (Mal ve eşyalar söz konusu olduğunda hayatımı basit yaşamaya çalışırım) maddeleri dışarıda bırakılarak ölçüm modelinde değişikliğe gidilmiştir.

Şekil 11: Materyalizm Ölçüm Modeli I



Tablo 50: Materyalizm Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

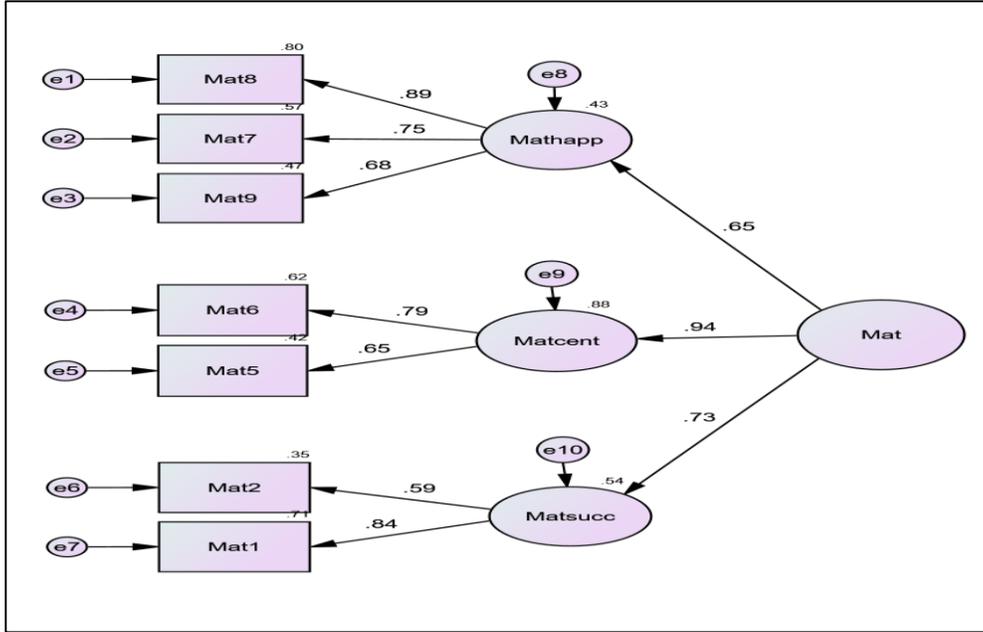
Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	144.069	--	--
DF	24	--	--
CMIN/DF	6.003	<5	Uyumsuz
CFI	0.963	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.04	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.066	<0.08	Kabul edilir
PClose	0.005	>0.01	Uyumsuz

Yedi maddeli üç faktörlü materyalizm yapısı ölçüm modelinin uyum istatistikleri ki-kare/sd:3,686 kabul edilir düzeyde, CFI:0.989, SRMR:0.026 ve RMSEA:0.048 oldukça iyi düzeydedir. Yapı güvenilirliği CR:0.823>0.7 ve yakınsak geçerlik AVE:0.614>0.5 yüksektir.

Tablo 51: Materyalizm Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	40.543	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.052	>0.05	İyi uyum
DF	11	--	--
CMIN/DF	3.686	< 5	Kabul edilir
CFI	0.989	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.026	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.048	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.532	>0.05	İdeal uyum

Şekil 12: Materyalizizm Ölçüm Modeli II



Ölçek maddelerinin faktör yükleri Tablo 52'de gösterilmiştir.

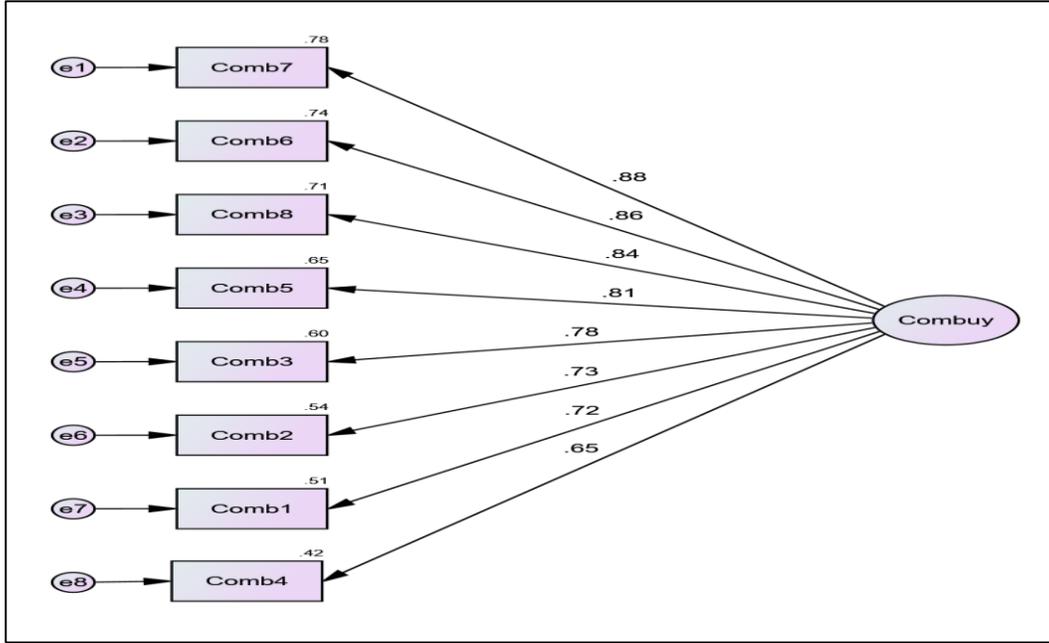
Tablo 52: Materyalizm Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı	Faktörler	Tahmin	P
Materyalizm	---> Mathapp: Materyalizmin mutluluk boyutu	0.654	0.001
	---> Matcent: Materyal değerleri yaşamın merkezine alma boyutu	0.936	0.001
	---> Matsucc: Materyalizmin başarı boyutu	0.733	0.001
Faktörler	Gösterge değişkenler (Ölçek Maddeleri)		
Mathapp: Materyalizmin mutluluk boyutu	---> Mat8: Daha fazla şey almaya gücüm yetseydi daha mutlu olurum.	0.892	0.001
	---> Mat7: Şu anda sahip olmadığım belirli şeylere sahip olursam hayatım daha iyi olacak.	0.753	0.001
	---> Mat9: Bazen istediğim her şeyi satın alamamak epey canımı sıkıyor.	0.682	0.001
Matcent: Materyali merkeze alma boyutu	---> Mat6: Kendi yaşamımda pek çok lüksten hoşlanırım.	0.786	0.001
	---> Mat5: Bir şeyler satın almaktan çok zevk alırım.	0.649	0.001
Matsucc: Materyalizmin başarı boyutu	---> Mat2: Sahip olduğum şeyler, hayattaki başarımla hakkında çok şey ifade eder.	0.590	0.001
	---> Mat1: İnsanları etkileyen şeylere sahip olmak hoşuma gider.	0.843	0.001

1.4. KOMPÜLSİF SATIN ALMA EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Kompulsif Satın Alma Eğilimi (KOMS) Ölçeğinde içerilen sekiz madde ile gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinde elde edilen model uyum istatistikleri ki-kare/sd: 33.038>5 ve RMSEA: 0.167>0.06 modelin bu haliyle veriyle uyumlu olmadığını göstermektedir.

Şekil 13: Kompulsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli I

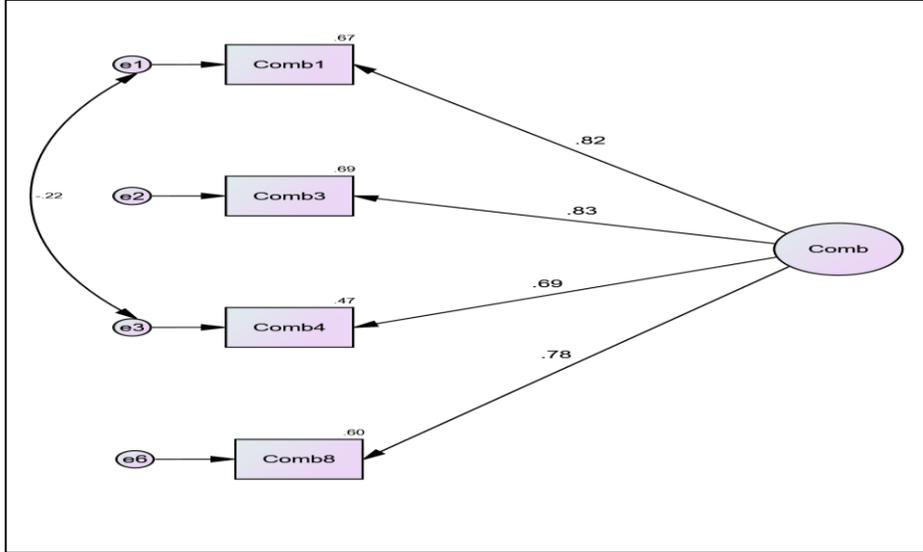


Tablo 53: Kompulsif Satın Alma Eğilim Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	660.766	--	--
DF	20	--	--
CMIN/DF	33.038	<5	Uyumsuz
CFI	0.905	>0.95	Kabul edilir
SRMR	0.062	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.167	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Comb1, Comb3, Comb4 ve Comb8 maddeleri ile tanımlanan modele ilişkin yapı güvenilirliği CR:0.85 ve AVE:0.588 modelin geçerlik ve güvenilirliğinin yüksek olduğunu, uyum istatistikleri modelin veriyle iyi uyuma sahip olduğunu göstermektedir.

Şekil 14: Kompulsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II



Tablo 54: Kompulsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	5.596	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.684	>0.05	İyi uyum
DF	2	--	--
CMIN/DF	2.798	<3	İdeal uyum
CFI	0.998	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.022	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.040	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.596	>0.05	İdeal uyum

Yapıyı temsil eden maddelerin faktör yükleri Tablo 55'de gösterilmiştir.

Tablo 55: Kompulsif Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Gösterge Değişkenler (Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Kompulsif Satın Alma Eğilimi (KOMS:Combuy)	--->	Comb1: Bazen çılgınca alışveriş yaparım.	0.819	0.001
	--->	Comb3: Harcama alışkanlıklarım konusunda ne kadar endişelensem de yine alışverişe gidip para harcıyorum.	0.828	0.001
	--->	Comb4: Düşüncesizce alışveriş yaptığım için sık, sık kendimi suçlu veya utanmış hissedirim.	0.686	0.001
	--->	Comb8: Bazen alışverişe gidip bir şeyler satın almak için karşı koyamayacağım kadar güçlü bir istek duyuyorum.	0.777	0.001

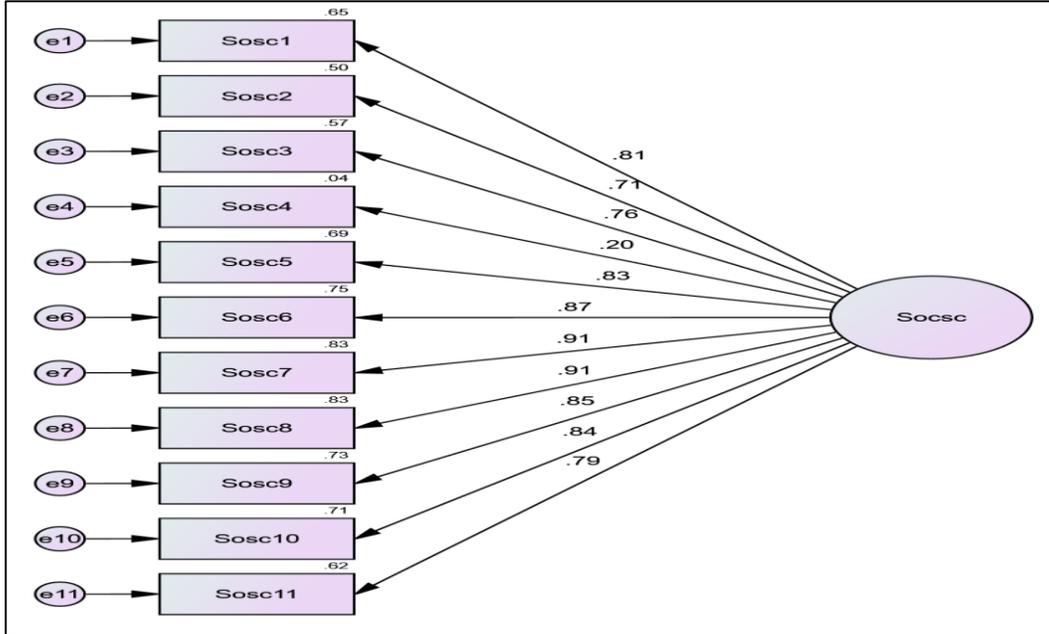
1.5. SOSYAL TÜKETİM; STATÜ, GÖSTERİŞ, İMAJ TÜKETİMİ ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Sosyal tüketim ölçeğinin (11 maddeli) yapı güvenilirliği CR:0.946 ve yakınsak geçerlik AVE:0.629 oldukça yüksektir. Ancak ki-kare/sd:24,657>5 ve RMSEA:0.147>0.08 eşik değerlerin çok üzerindedir. Model veriyle uyumlu bulunmamıştır.

Tablo 56: Sosyal Tüketim Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri

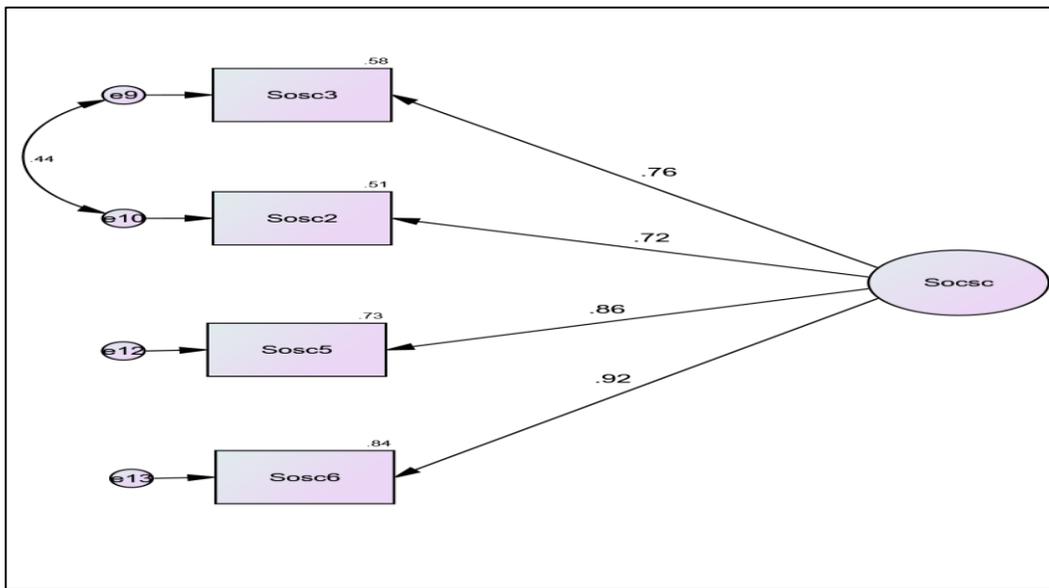
Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	1128.899	--	--
DF	44	--	--
CMIN/DF	24.657	<5	Uyumsuz
CFI	0.904	>0.90	Kabul edilir
SRMR	0.052	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.147	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Şekil 15: Sosyal Tüketim, Statü, Gösteriş, İmaj Tüketimi Ölçüm Modeli I



Sosyal statü tüketimi faktörü esas alınarak tanımlanan dört maddeli tek faktörlü modele ilişkin yapı güvenilirliği CR: 0.887 ve yakınsak geçerlik AVE: 0.665 oldukça yüksektir. Modelin veriyle uyumu, uyum istatistiklerini içeren Tablo 56'da görüldüğü üzere oldukça iyidir.

Şekil 16: Sosyal Statü Tüketimi Ölçüm Modeli II



Tablo 57: Sosyal Statü Tüketimi Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri II

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	0.853	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.474	>0.05	İyi uyum
DF	1	--	--
CMIN/DF	0.853	< 3	İdeal uyum
CFI	1.000	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.003	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.000	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.783	>0.05	İdeal uyum

Sosyal statü tüketimini temsil eden maddelerin faktör yükleri aşağıdaki Tablo 58'de gösterilmiştir.

Tablo 58. Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

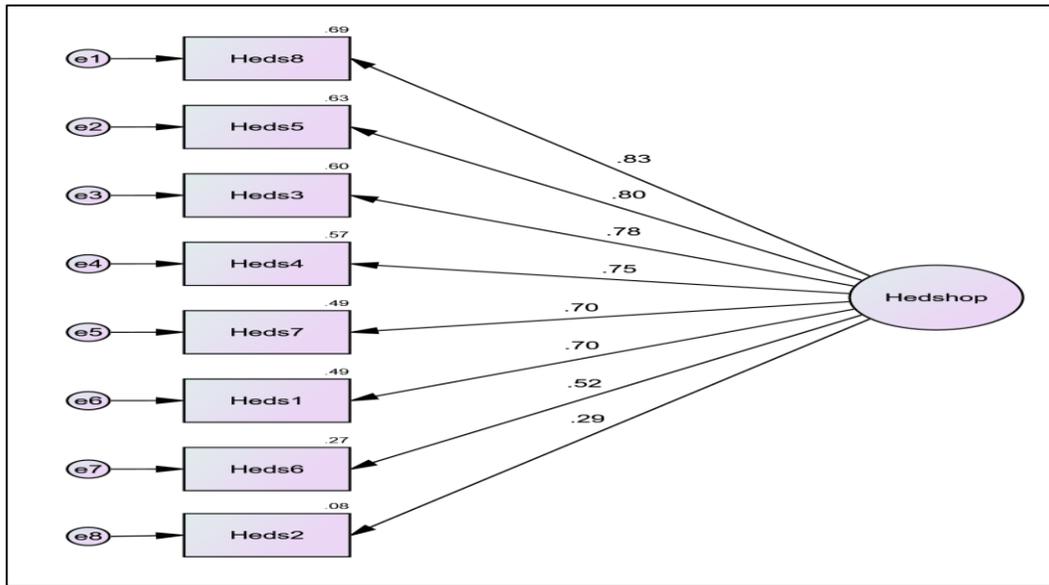
Yapı		Gösterge değişkenler(Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Sosyal Statü Tüketimi (SOST)	--->	Sosc2: Statüye sahip yeni ürünlerle ilgilenirim (yeni moda giysiler veya yeni cep telefonu modelleri gibi).	0.716	0.001
	--->	Sosc3: Statüye sahip bir ürün için daha fazla para ödeyebilirim.	0.759	0.001
	--->	Sosc5: Üst kesime ait olduğumu hissettiren ürünlere daha çok değer veririm.	0.856	0.001
	--->	Sosc6: Bana saygı/hayranlık kazandıran markalı/pahalı veya prestijli şeyler satın alırım.	0.917	0.001

1.6. HAZCI ALIŞVERİŞ ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Sekiz maddeli hazcı alışveriş (HAZA) ölçüm modelinin uyum istatistiklerinden ki-kare/sd =6.105 eşik değerinin üzerindedir. Modelinin veri ile uyumunun iyi değildir. Yapı güvenilirliği CR:0.873 yüksek olmasına rağmen, yakınsak geçerlik AVE:477<0.5 eşik değerinin altındadır.

Tablo 59: Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

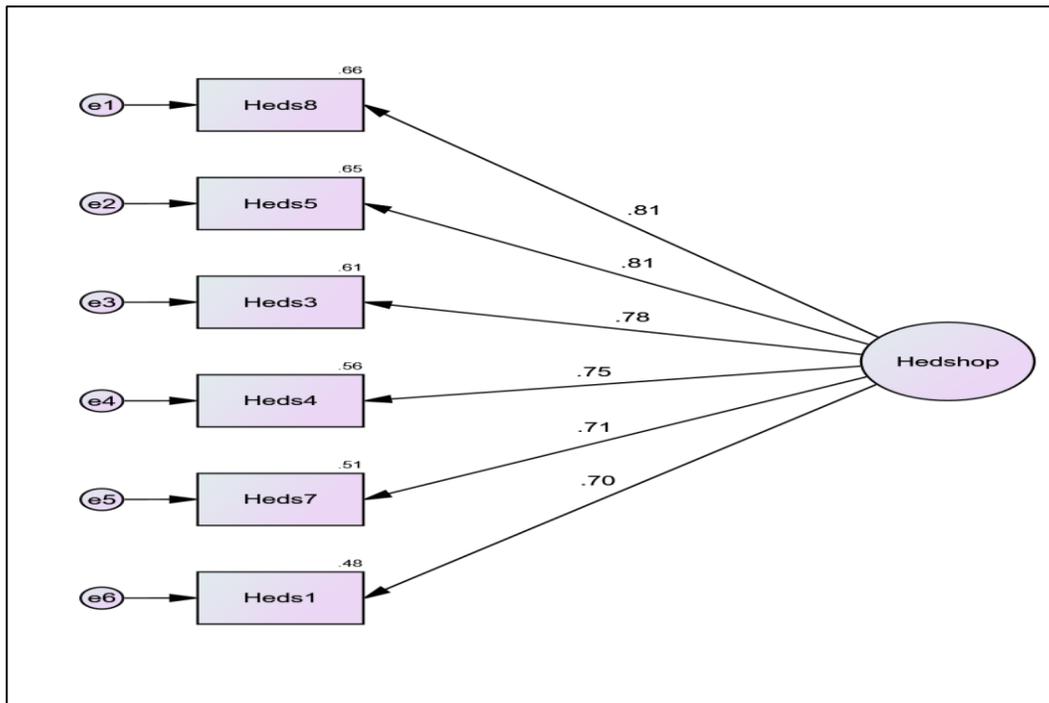
Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	122.103	--	--
DF	20	--	--
CMIN/DF	6.105	<5	Uyumsuz
CFI	0.974	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.033	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.067	<0.08	Kabul edilir
PClose	0.007	>0.05	Uyumsuz

Şekil 17: Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli I

Faktör yükü düşük olan Heds2 (Alışveriş zorunluluktan dolayı yaparım, hoşlandığım için değil) ve Heds6 (Alışverişte iyi bir ürün veya fiyat yakaladığımda heyecan duyarım) maddeleri dışarıda bırakılarak modelde değişikliğe gidilmiştir. 6 madde ile tanımlanan modelin yapı güvenirliliği CR=0.891 yüksek, yakınsak geçerlik AVE= 0.578 eşik değerinin üzerindedir. Modelin uyum istatistikleri uyum istatistikleri oldukça iyi düzeydedir.

Tablo 60: Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	118.974	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.240	>0.05	İyi uyum
DF	9	--	--
CMIN/DF	2.108	<5	İdeal uyum
CFI	0.997	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.014	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.031	<0.08	İdeal uyum
PClose	0.942	>0.05	İdeal uyum

Şekil 18: Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli II

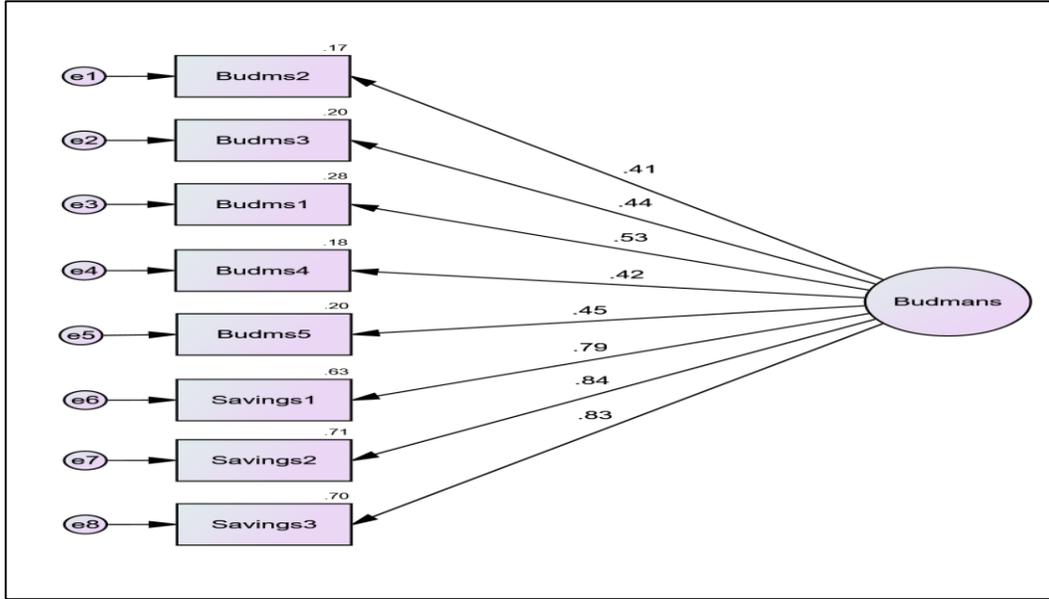
Tablo 61: Hazcı Alışveriş Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Gösterge Değişkenler (Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Hazcı Alışveriş (HAZA: Hedshop)	--->	Heds8: Alışverişe gitmekten gerçekten zevk duyuyorum.	0.814	0.002
	--->	Heds5: Alışverişi, aldığım şeylerin dışında, alışverişin kendisi için seviyorum	0.806	0.001
	--->	Heds3: Yapabileceğim diğer şeylerle karşılaştırıldığında alışverişte zaman geçirmeyi daha eğlenceli buluyorum.	0.780	0.001
	--->	Heds4: Heyecan verici yeni ürünler arasında olmaktan hoşlanıyorum.	0.747	0.001
	--->	Heds7: Alışverişe gitmeyi bir kaçış gibi hissediyorum.	0.712	0.001
	--->	Heds1: Alışveriş yaparken sorunlarımı unutuyorum	0.695	0.002

1.7. BÜTÇE YÖNETİMİ BECERİSİ ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Ölçeğin tüm maddeleri ile tek faktörlü olarak tanımlanan Bütçe Yönetimi Becerisi ölçüm modeli uyum indeksleri modelin veriyle uyumlu olmadığını göstermektedir.

Şekil 19: Bütçe Yönetimi ve Tasarruf Becerisi Ölçüm Modeli I



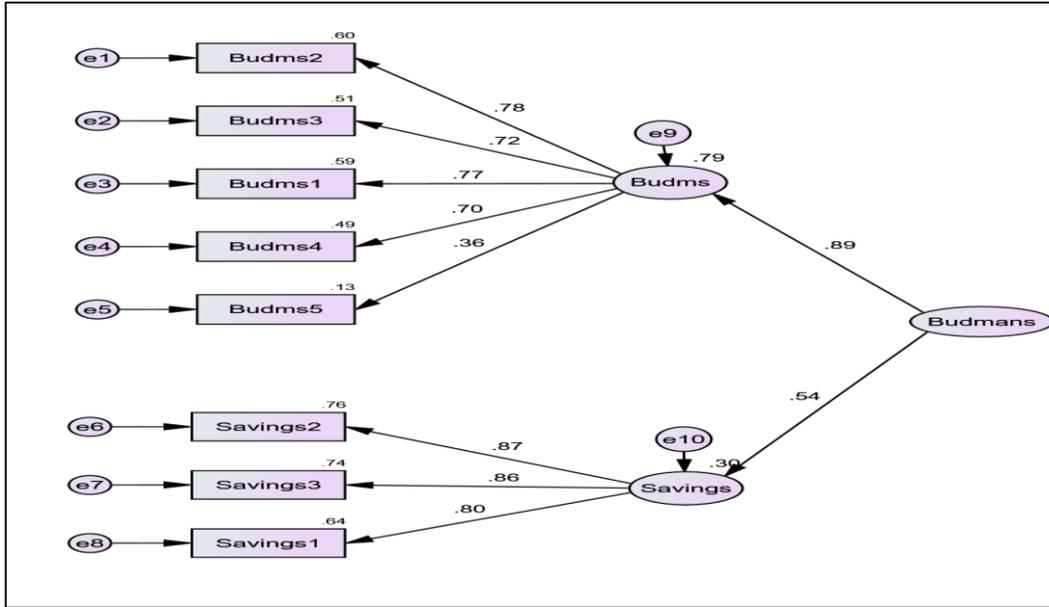
Tablo 62: Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri I

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	1283.507	--	--
DF	20	--	--
CMIN/DF	64.175	<5	Uyumsuz
CFI	0.684	>0.95	Uyumsuz
SRMR		<0.08	Uyumsuz
RMSEA	0.235	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Bütçe yönetimi ve tasarruf becerisi sekiz maddeli iki faktörlü ölçüm modeline ilişkin yakınsak geçerlik AVE:0.542>0.5 iyi fakat yapı güvenilirliği CR:0.691<0.7 eşik değerinin altındadır. Tablo 63'den görüleceği üzere ki-kare/sd:10.245> ve RMSEA>0.09 eşik değerinin üzerinde olup, veri modelle uyum sağlamamıştır. Faktör yükü düşük olan Budms5 (Bütçeme veya harcama planlarına uymakta zorlanıyorum) dışarıda bırakıldığında modelin güvenilirliği CR=0.667<0.7 eşik değerinin altında kalmaya devam etmiştir. Sonuçlar, bütçe yönetimi ve tasarruf becerisinin aynı yapıyı temsil etmediğini göstermektedir. Bu nedenle, bütçe

yönetimi becerisi ve tasarruf becerisi iki farklı yapı olarak değerlendirilmiş ve ayrı ölçüm modelleri olarak tanımlanmıştır.

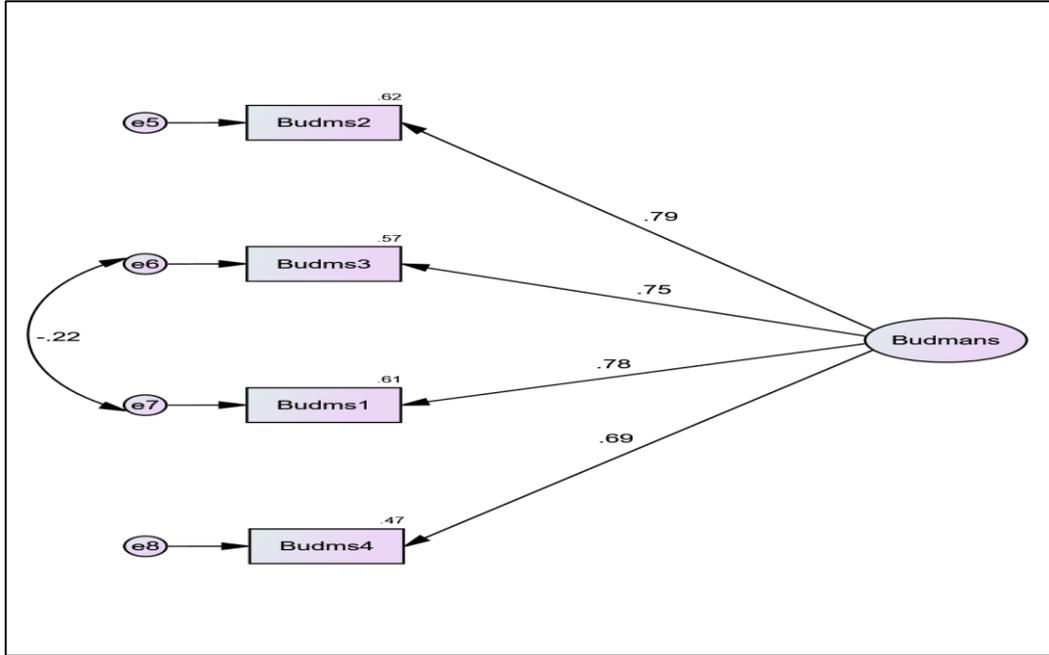
Şekil 20: Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli II



Tablo 63: Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri II

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	194.654	--	--
DF	19	--	--
CMIN/DF	10.245	<5	Uyumsuz
CFI	0.956	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.078	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.09	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Bütçe yönetimi ve tasarruf becerisi ölçüm modelinde Budms5 (Bütçeme veya harcama planlarıma uymakta zorlanıyorum) maddesinin faktör yükü düşük ($0.36 < 0.05$) bulunduğundan bu madde dışarıda bırakılarak dört madde ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Şekil 21: Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli III

Bütçe yönetimi becerisi ölçeğinin dört madde ve tek faktörlü ölçüm modeline ilişkin yapı güvenilirliği CR:0.839 ve yakınsak geçerliği AVE:0.566 oldukça iyi düzeydedir. Tablo 64’de görüldüğü üzere model uyum istatistikleri modelin veriyle uyumlu olduğunu göstermektedir.

Tablo 64: Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli III Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	1.06	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.495	>0.05	İyi uyum
DF	1	--	--
CMIN/DF	1.06	< 3	İdeal uyum
CFI	1	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.006	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.007	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.749	>0.05	İdeal uyum

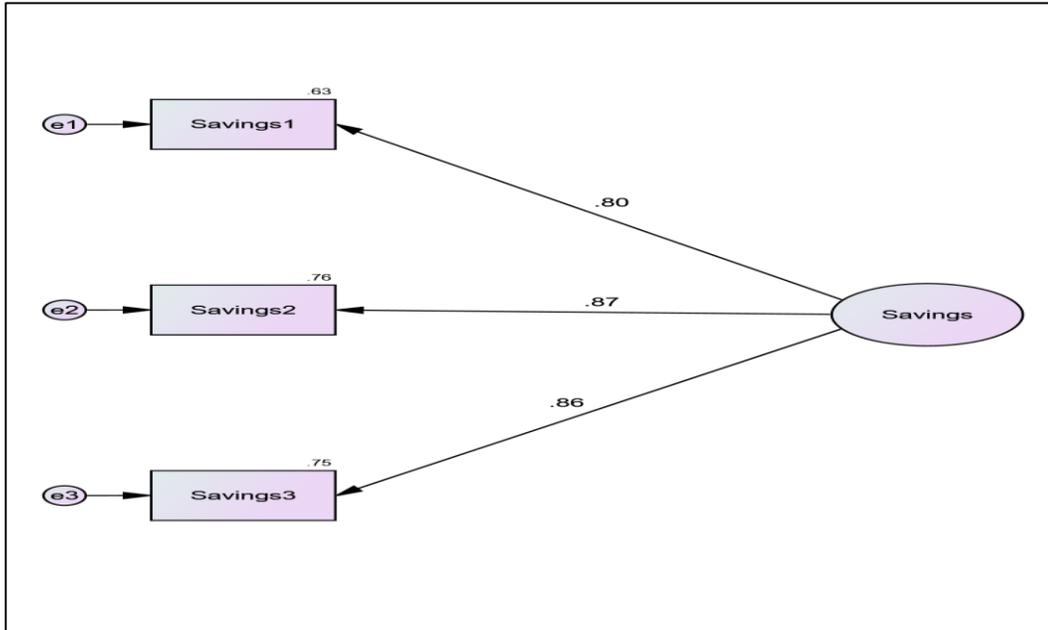
Bütçe yönetimi becerisini temsil eden maddelerin faktör yükleri Tablo 65’de gösterilmiştir.

Tablo 65: Bütçe Yönetimi Becerisi Ölçüm Modeli III Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Gösterge değişkenler(Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Bütçe Yönetimi Becerisi (BÜTY)	--->	Budms2: Harcamalarımda önceliği zorunlu ihtiyaçlarıma veririm.	0.787	0.001
	--->	Budms3: Fatura, borç, vergi, aidat, vb. ödemelerimi ceza veya faiz ödememek için zamanında yaparım.	0.754	0.001
	--->	Budms1: Giderlerimi gelirlerime göre planlayarak bütçe yaparım.	0.779	0.001
	--->	Budms4: Cebimde/cüzdanımda ve hesaplarımda ne kadar param olduğunu bilirim.	0.686	0.001

Tasarruf becerisi ölçeğin üç maddesi ile tek faktörlü olarak modellenmiştir. Bu modelin yapı güvenilirliği CR:0.882 ve yakınsak geçerliği AVE: 0.714 oldukça yüksektir. Modelin serbestlik derecesi sıfır olduğundan model uyum istatistikleri hesaplanamamıştır.

Şekil 22: Tasarruf Becerisi Ölçüm Modeli



Tasarruf becerisini temsil eden maddelerin faktör yükleri aşağıdaki Tablo 66'da görüleceği üzere oldukça yüksektir.

Tablo 66: Tasarruf Becerisi Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

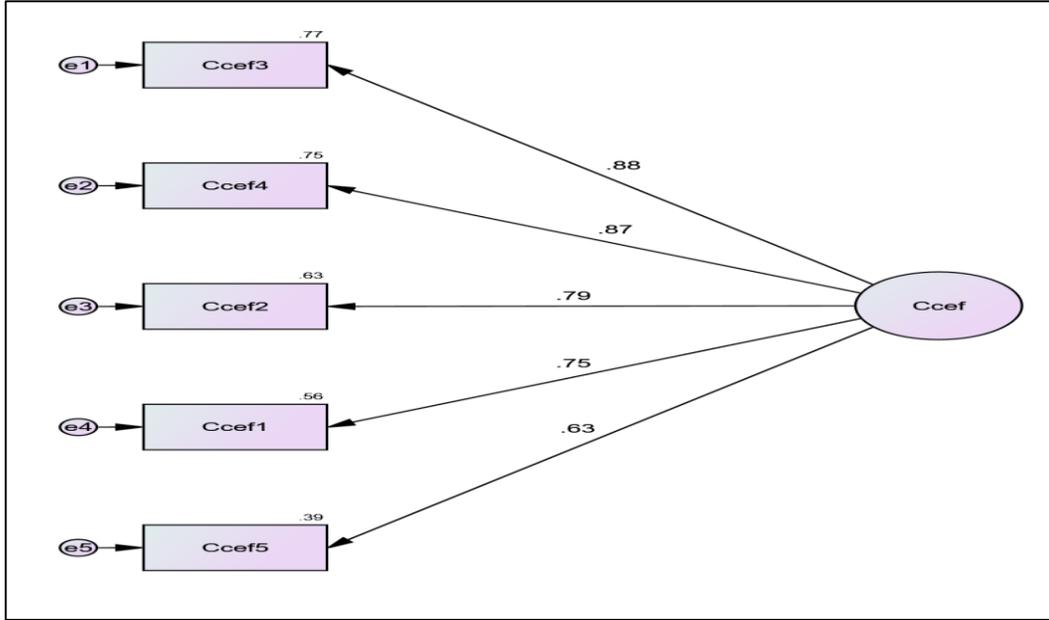
Yapı		Gösterge değişkenler(Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Tasarruf Becerisi	--->	Savings1: Az veya çok, gelirim bir kısmını düzenli olarak tasarruf ederim.	0.796	0.001
	--->	Savings2: Acil veya beklenmedik durumlar için (hastalık, işsizlik, ekonomik kriz gibi) birkaç aylık giderlerimi karşılayacak tasarrufum vardır.	0.872	0.002
	--->	Savings3: Araba, ev, eğitim gibi uzun vadeli amaçlarım için tasarruf yaparım.	0.864	0.002

1.8. KREDİ KARTI ETKİSİ ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Harcamalarda kredi kartı etkisi ölçeğinin 5 maddeli modelle ölçümünde yapı güvenilirliği CR: 0.891 ve yakınsak geçerlik AVE: 0.623 oldukça yüksek olmasına rağmen, uyum istatistiklerinden ki-kare/sd:9.55>5 ve RMSEA: 0,086>0.08 (PClose: 0.003<0.005) model uyumunun iyi olmadığını göstermektedir.

Tablo 67: Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri I

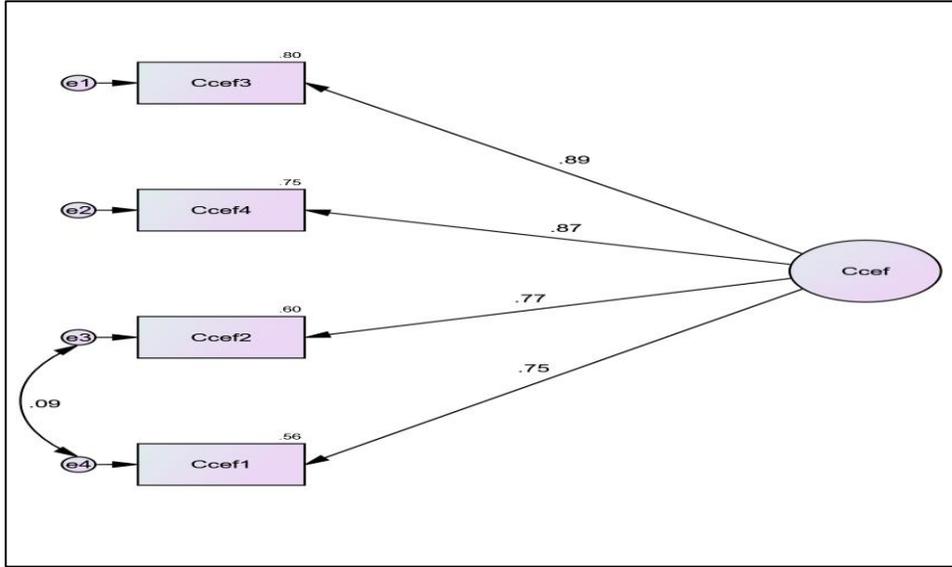
Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	47.751	--	--
DF	5	--	--
CMIN/DF	9.55	<5	Uyumsuz
CFI	0.987	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.028	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.086	<0.08	Uyumsuz
PClose	0.003	>0.05	Uyumsuz

Şekil 23: Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli I

Model Ccef5 (Ccef5: Kredi kartı ile harcama yaparken gelirim hesabı katmıyorum) değişkeni dışarıda bırakılarak dört değişkenle sınıdığında yapı güvenilirliği CR:0.892 ve yakınsak geçerlik AVE:0.675 oldukça iyi düzeyde bulunmuştur. Model uyum istatistikleri CFI: 0.999 SRMR: 0.008 RMSEA: 0.056 oldukça iyi düzeyde, ki-kare/sd:4.613<5 kabul edilir düzeyde bulunmuştur.

Tablo 68: Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri II

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	4.613		
Bollen-Stine bootstrap p	0.178	>0.05	İyi uyum
DF	1		
CMIN/DF	4.613	<5	Kabul edilir
CFI	0.999	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.008	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.056	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.324	>0.05	İdeal uyum

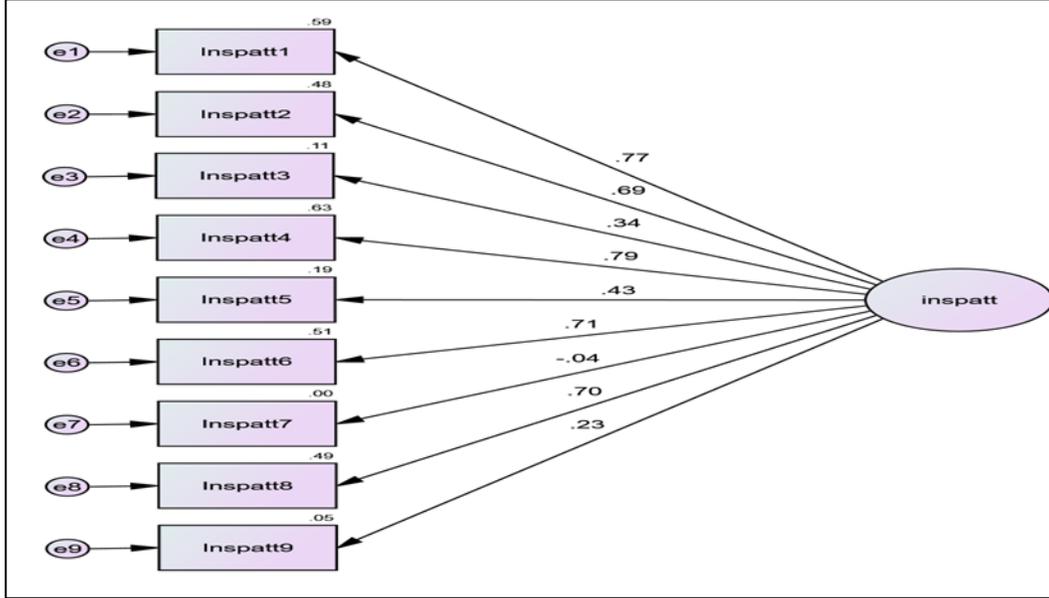
Şekil 24: Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli II**Tablo 69:** Kredi Kartı Etkisi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Gösterge Değişkenler (Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Harcamalarda Kredi Kartı Etkisi (KKET)	<---	Ccef3: Kredi kartı kullandığım alışverişlerde daha fazla harcıyorum.	0.892	0.001
	<---	Ccef4: Ödemeyi kredi kartı ile yapacaksam, bir şeyleri satın almaya daha çabuk karar veriyorum.	0.866	0.001
	<---	Ccef2: Kredi kartı kullanırken bir ürünün fiyatını daha az dikkate alıyorum.	0.772	0.001
	<---	Ccef1: Ödemeyi kredi kartı ile yapacaksam, bir şeyleri satın alma olasılığım artıyor.	0.746	0.002

1.9. KREDİ KARTI İLE TAKSİTLİ ÖDEME TUTUMU ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Kredi kartı ile taksitli ödeme tutumu (KKTT) dokuz maddeli ölçüm modeline ilişkin uyum indekslerinin tamamı tabloda görüleceği üzere veri ile model uyumunun bulunmadığını göstermiştir.

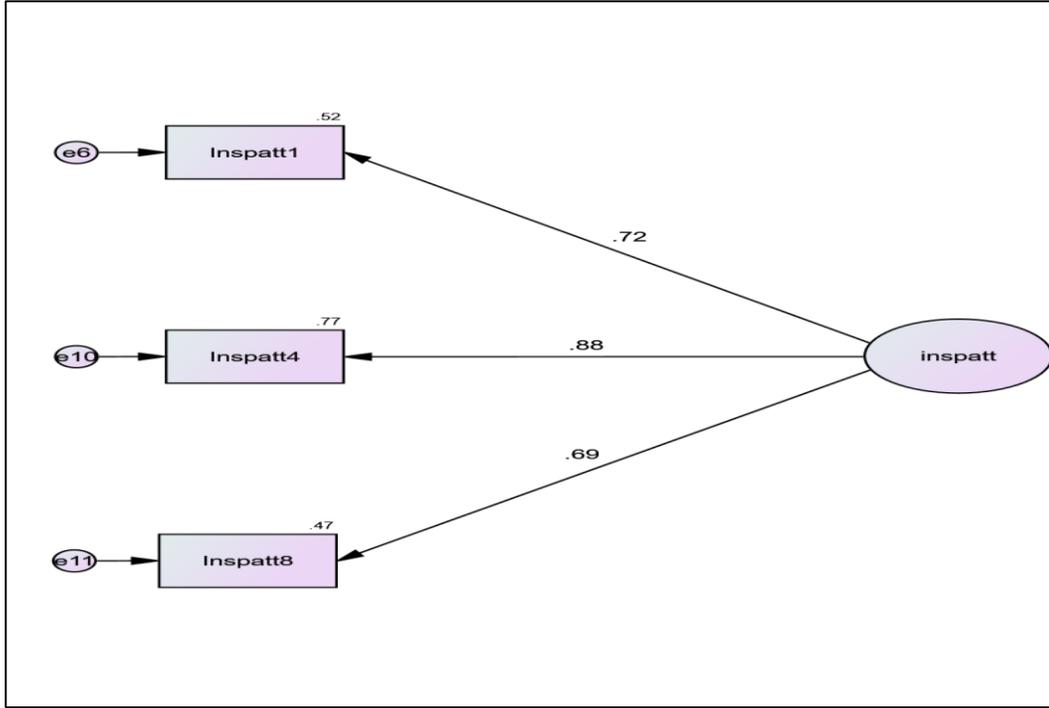
Şekil 25: Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli I



Tablo 70: Kredi Kartı İle Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri I

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	557.008		
Bollen-Stine bootstrap p	0	>0.05	Uyumsuz
DF	27		
CMIN/DF	20.630	<5	Uyumsuz
CFI	0.832	>0.95	Uyumsuz
SRMR	0.100	<0.08	Uyumsuz
RMSEA	0.131	<0.06	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Kredi kartı ile taksitli alışveriş tutumu ölçeği tutumun bilişsel, duygusal ve davranışsal yönünü temsil eden üç madde ile modellendiğinde elde edilen yapı güvenilirliği CR:0.808 ve yakınsak geçerlik AVE:0.587 yüksektir. Modelin serbestlik derecesi sıfır olduğundan model uyum istatistikleri elde edilememiştir.

Şekil 26: Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli II

Yapıyı temsil eden maddelerin faktör yükleri aşağıdaki Tablo 71’de gösterilmiştir.

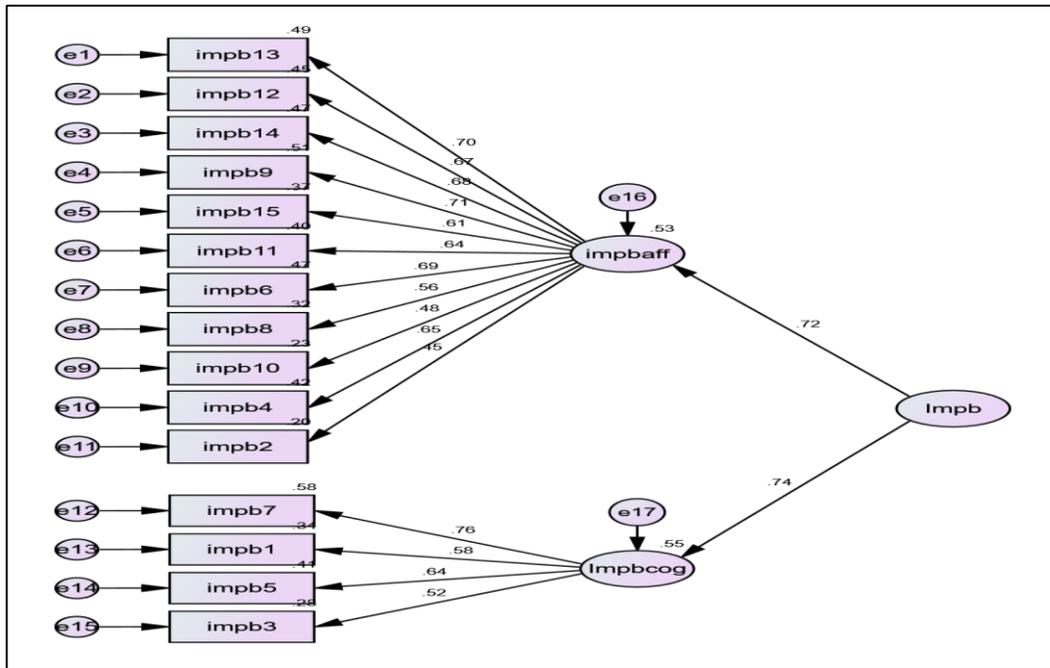
Tablo 71: Kredi Kartı Taksitli Ödeme Tutumu Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Gösterge değişkenler(Ölçek Maddeleri)	Tahmin	P
Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme Tutumu (KKT)	--->	Inspatt1: Kredi kartı ile yaptığım alışverişlerde taksit imkânı varsa yararlanırım.	0.720	0.001
	--->	Inspatt4: Kredi kartına taksit uygulamasını seviyorum.	0.878	0.002
	--->	Inspatt8: Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmayı, ödemeleri vadeye yaydığı için, mantıklı buluyorum.	0.686	0.001

1.10. DÜRTÜSEL SATIN ALMA EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Dürtüsel satın alma eğilimi (DÜRS) ölçeğinin 15 maddeli, duygusal ve bilişsel olmak üzere iki faktörlü model ile ölçümünden elde edilen güvenilirlik düzeyi CR:0.701 sınırda ve yakınsak geçerlik AVE:0.540 eşik değerini üzerindedir. Uyum istatistikleri CFI:0.907 ve RMSEA:0.071 kabul edilir düzeylerde, ancak ki-kare/sd:6.843>5 kabul edilir düzeyin üzerindedir (Tablo 72). Bu nedenle, model revize edilmiştir.

Şekil 27: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli I

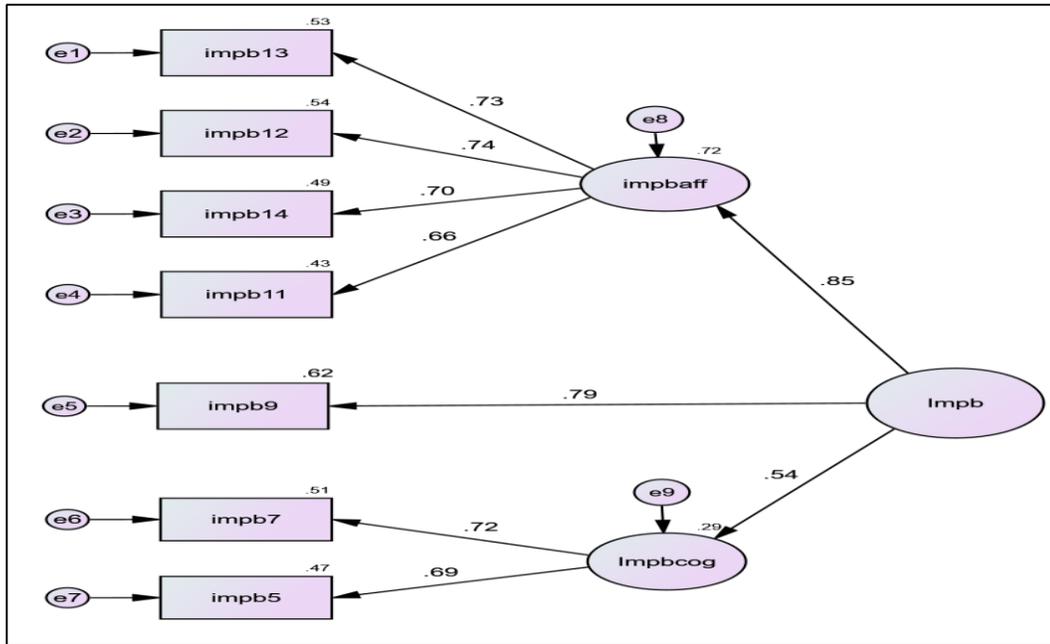


Tablo 72: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli Uyum İstatistikleri I

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	609.04	--	--
DF	89	--	--
CMIN/DF	6.843	<5	Uyumsuz
CFI	0.907	>0.95	Kabul edilir
SRMR	0.056	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.071	<0.08	Kabul edilir
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Dürtüsel satın alma eğilimi ölçeğinin 7 madde ve üç faktörle revize edilen ölçüm modeline ilişkin uyum istatistikleri ki-kare/sd:2.619, CFI:0.992, SRMR:0.020 RMSEA:0.038 oldukça iyi düzeydedir. (Tablo: 73). Modelin yapı güvenilirliği CR:0.777>0.70 ve yakınsak geçerliği AVE:0.545>0.5 iyi düzeydedir.

Şekil 28: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II



Tablo 73: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	31.429	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.028	>0.05	Zayıf
DF	12	--	--
CMIN/DF	2.619	<3	İdeal uyum
CFI	0.992	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.020	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.038	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.888	>0.05	İdeal uyum

Impb12, impb13, impb14 maddeleri dürtüsel satın alma eğiliminin duygusal yönünü temsil etmektedir. Impb5 ve impb7 maddeleri ise satın alma sürecinde düşünme ve değerlendirmenin olmaması durumunu gösterdiğinden dürtüsel satın alma eğiliminin bilişsel yönünü temsil etmektedir. Impb9. madde ise dürtüsel satın alma sürecinde dürtünün kontrol edilememesi durumunu temsil ettiğinden modelde ayrı bir faktör olarak yer almıştır. Ölçek maddelerinin faktör yükleri Tablo 74'de gösterilmiştir.

Tablo 74: Dürtüsel Satın Alma Eğilimi Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

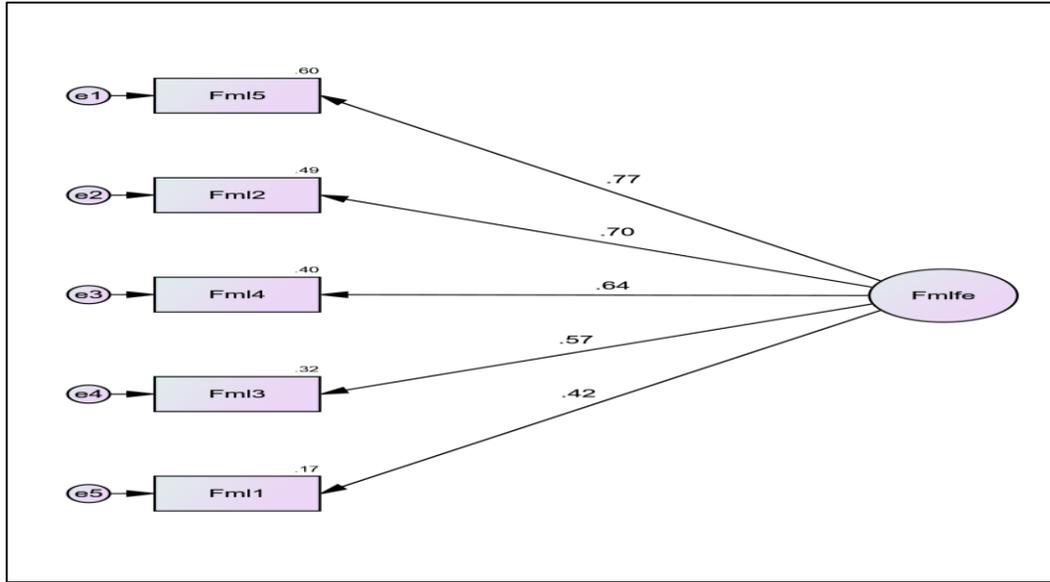
Parametre		Tahmin	P	
Dürtüsel Satın Alma Eğilimi (DÜRS:Impbuy)	--->	impbaff: Dürtüsel satın alma-duygusal	0.848	0.001
	--->	Impbcog: Dürtüsel satın alma-bilişsel	0.543	0.001
	--->	impb9: Bazen, içimden gelen satın alma isteğini bastıramam.	0.788	0.002
Impbaff: Dürtüsel satın alma eğilimi-Duygusal	--->	impb12: İçimden geldiği anda bir şeyler satın almanın heyecanını severim.	0.738	0.001
	--->	impb13: Yeni bir şey gördüğümde, onu satın almak isterim.	0.749	0.001
	--->	impb14: Bir şey çok hoşuma gitmişse, onu kaybetmemek için hemen satın alırım.	0.698	0.001
		Impb11: O anda ne hissettiğime göre satın alırım.	0.659	0.001
Impbcog: Dürtüsel satın alma eğilimi-Bilişsel	--->	impb5: Sadece, gerçekten ihtiyacım olan şeyleri satın alırım. (R)	0.687	0.002
	--->	impb7: Bir şey satın almam gerektiğinde acele etmem, etrafıca düşünürüm. (R)	0.717	0.001

1.11. AİLEDE FİNANSAL SOSYALLEŞME/EĞİTİM ÖLÇEĞİ (FMLFE) DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Bu örtük değişkeni temsil etmekte kullanılan 5 madde ile ölçülen gösterge değişkenlerle yapılan doğrulayıcı faktör analizinde elde edilen uyum istatistikleri ki-kare/sd: 37.096>5, CFI: 0.876<0.90 kabul edilir düzeyde bulunmamıştır. Bileşik geçerlik CR:0.760>0.7, ancak yakınsak geçerlik (AVE: 0.399<0.5) eşik değerinin altındadır. Bu nedenle, faktör yükü düşük

olan Fml1 (0.41) ve Fml3 (0.57) gösterge değişkenleri dışarıda bırakılarak analiz tekrarlanmıştır.

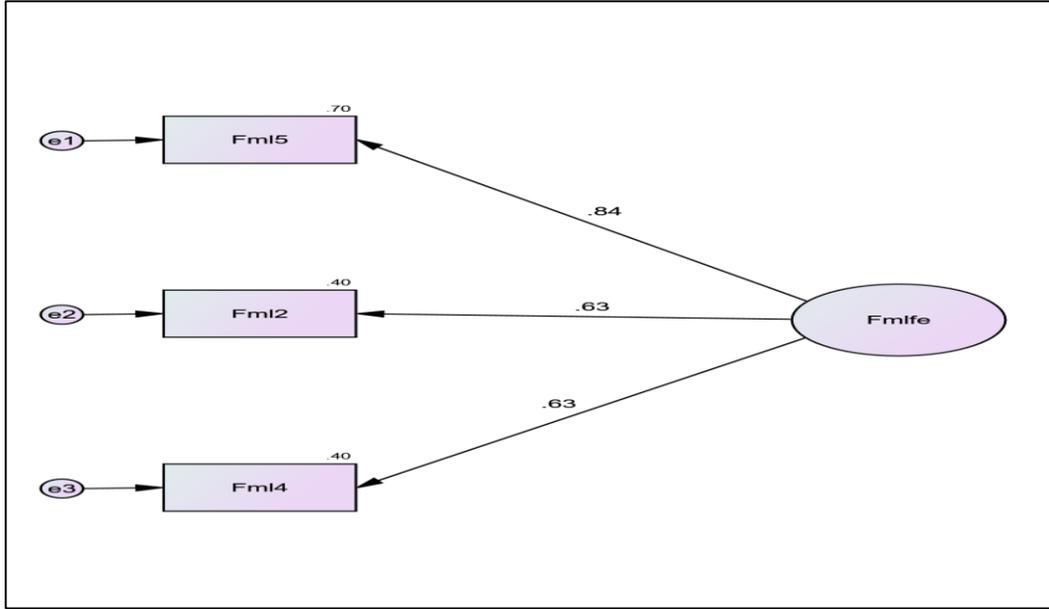
şekil 29: Ailede Finansal Eğitim Ölçüm Modeli I



Tablo 75: Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	185.48	--	--
DF	5	--	--
CMIN/DF	37.096	<5	Uyumsuz
CFI	0.876	>0.95	Uyumsuz
SRMR	0.084	<0.08	Kabul edilir
RMSEA	0.178	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Ailede finansal sosyalleşme/eğitim yapısının üç maddeli ölçüm modelinde yapı güvenirliliği CR:0.745>0.7 iyi ve elde edilen ortalama varyans AVE:0.498>0.5 eşik değerin altındadır. Modelin serbestlik derecesi 1'in altına düştüğünden model uyum istatistikleri elde edilememiştir. Elde edilen ortalama varyans eşik değerin altında kaldığından ailede finansal sosyalleşme/eğitim yapısı yapısal eşitlik modellemesine dahil edilmemiştir.

Şekil 30: Ailede Finansal Sosyalleşme/Eğitim Ölçüm Modeli II

Ölçek maddelerinin standartlaştırılmış regresyon ağırlıkları Tablo 76'da gösterilmiştir.

Tablo 76: Ailede Finansal Eğitim Ölçüm Modeli Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Parametre		Tahmin	P
Ailede Finansal Eğitim (Fmlfe)	---> Fml5: Çocukluğumda ailem harçlıklarımı biriktirmem için beni teşvik ederlerdi.	0.836	0.001
	---> Fml2: Çocukluğumda ailem paramı nasıl harcamam gerektiği konusunda bana yol gösterirlerdi.	0.632	0.001
	---> Fml4: Çocukluğumda ailem (gelir-giderleri, tasarrufları, borçları ve yatırımları gibi) ekonomik kararları hakkında benimle konuşurlardı.	0.630	0.001

1.12. ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

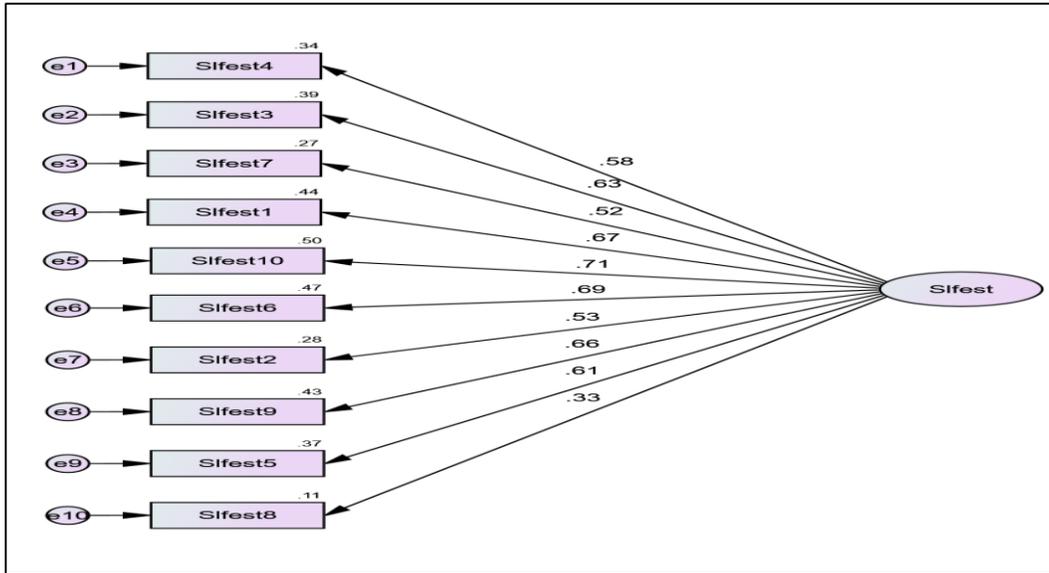
Benlik saygısı ölçeği on madde ve tek faktör ile doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulduğunda yapı güvenilirliği CR: 0.845>0.7 yüksek ancak yakınsak geçerlik AVE:0.36<0.5 eşik değer in oldukça altındadır. Tablo 77'de görüldüğü üzere model uyum

istatistikleri ki-kare/sd, CFI ve RMSEA modelin veri ile uyumunun iyi olmadığını göstermektedir.

Tablo 77: Benlik Saygısı Ölçüm Modeli I Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	539.211	--	--
DF	35	--	--
CMIN/DF	15.406	<5	Uyumsuz
CFI	0.857	>0.90	Uyumsuz
SRMR	0.073	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.112	<0.08	Uyumsuz
PClose	0	>0.05	Uyumsuz

Şekil 31: Benlik Saygısı Ölçüm Modeli I



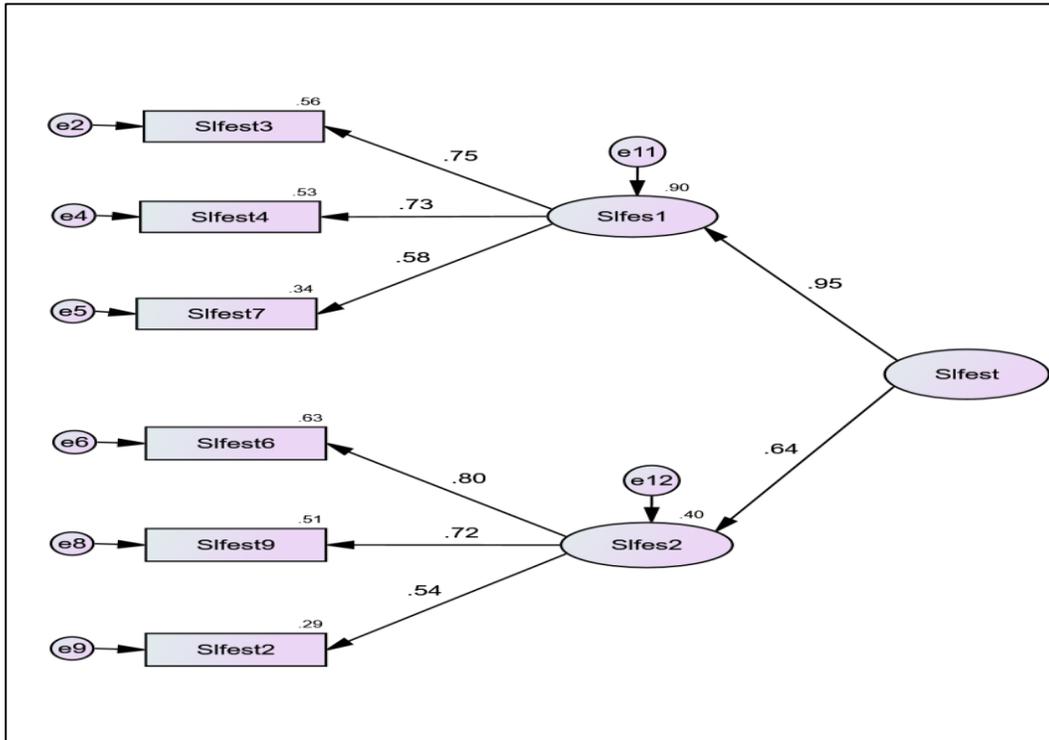
İki faktörlü benlik saygısı ölçüm modelinde Sifest1 (Genel olarak kendimden memnunum), Sifest5 (Kendimde gurur duyacak fayla bir şey bulamıyorum), Sifest8 (Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim) ve Sifest10. (kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim) maddeleri düşük faktör yükleri nedeniyle dışarıda bırakılarak altı maddeli model ile doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulduğunda yapı güvenilirliği CR:0.781 ve yakınsak

geçerlik AVE:0.65 iyi düzeyde bulunmuştur. Ters ifade edilen maddeler (R: reverse items) ayrı faktör altında toplanmıştır. Model uyum istatistikleri ki-kare/sd:1.458, CFI: 0.998, SRMR:0.019, RMSEA:0.02 oldukça iyi düzeydedir. İki faktörlü model veri ile uyumludur.

Tablo 78: Benlik Saygısı Ölçüm Modeli II Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik	Yorum
CMIN	11.661	--	--
Bollen-Stine bootstrap p	0.480	>0.05	İyi uyum
DF	8	--	--
CMIN/DF	1.458	< 3	İdeal uyum
CFI	0.998	>0.95	İdeal uyum
SRMR	0.019	<0.08	İdeal uyum
RMSEA	0.02	<0.06	İdeal uyum
PClose	0.987	>0.05	İdeal uyum

Şekil 32: Benlik Saygısı Ölçüm Modeli II



İki faktörlü 6 maddeli modelde içeren maddelerin faktör yükleri Tablo 79'da gösterilmiştir.

Tablo 79: Benlik Saygısı Ölçüm Modeli II Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları (Faktör Yükleri)

Yapı		Faktör	Tahmin	P
Benlik Saygısı (BENS:Slfest)	--->	Slfes1	0.947	0.001
	--->	Slfes2	0.635	0.001
Faktör		Gösterge Değişkenler (Ölçek Maddeleri)		
Slfes1:Benlik Saygısı-pozitif	--->	Slfest3: Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.	0.745	0.001
	--->	Slfest4: Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.	0.728	0.001
	--->	Slfest7: Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.	0.584	0.001
Slfes2:Benlik Saygısı-negatif	--->	Slfest6: Bazen kendimin kesinlikle bir işe yaramadığımı düşünüyorum. (R)	0.797	0.001
	--->	Slfest9: Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim. (R)	0.717	0.001
	--->	Slfest2: Bazen hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum. (R)	0.536	0.001

EK 3: KAYIP VERİ İSTATİSTİKLERİ (I)

Değişkenler	Kayıp Veri		Geçerli Sayı	Ortalama	Standart Sapma
	Sayı	Yüzde			
Ccos9	62	5.4%	1083	0.61	1.028
Age	32	2.8%	1113	38.49	10.888
Riskpref	29	2.5%	1116	5.15	2.431
Slfest8	16	1.4%	1129	2.85	1.716
Mat4	14	1.2%	1131	2.08	1.343
Budms5	13	1.1%	1132	2.90	1.539
Incsuffass	13	1.1%	1132	2.36	0.804
Inspatt6	12	1.0%	1133	2.61	1.420
Socc5	10	0.9%	1135	1.39	1.323
impb11	10	0.9%	1135	2.12	1.438
Mat6	9	0.8%	1136	1.84	1.359
Mat5	9	0.8%	1136	2.32	1.321
Cfci6	8	0.7%	1137	2.35	1.215
Cfcf7	8	0.7%	1137	3.38	1.065
Cfcf1	8	0.7%	1137	3.18	1.144
Mstry2	8	0.7%	1137	3.34	1.260
Slfest5	8	0.7%	1137	3.68	1.272
Socc4	8	0.7%	1137	2.28	1.620
impb4	8	0.7%	1137	1.56	1.392
Inspatt5	7	0.6%	1138	2.73	1.420
Slfest9	7	0.6%	1138	3.91	1.249
Slfest4	7	0.6%	1138	4.04	0.913
Slfest3	7	0.6%	1138	4.00	0.876
Slfest2	7	0.6%	1138	3.56	1.337
Mat3	7	0.6%	1138	1.39	1.333
impb9	7	0.6%	1138	1.84	1.487
impb6	7	0.6%	1138	1.49	1.343
impb5	7	0.6%	1138	1.70	1.294
Cfci2	6	0.5%	1139	2.11	1.264
Comb8	6	0.5%	1139	1.14	1.237
Mat2	6	0.5%	1139	2.72	1.467
Cfci5	5	0.4%	1140	1.77	1.309
Mstry4	5	0.4%	1140	2.91	1.334
Slfest10	5	0.4%	1140	4.01	1.011

EK 3. KAYIP VERİ İSTATİSTİKLERİ (II)

Değişkenler	Kayıp Veri		Geçerli Sayı	Ortalama	Standart Sapma
	Sayı	Yüzde			
Ccos8	5	0.4%	1140	0.57	1.233
Heds5	5	0.4%	1140	1.66	1.313
Mat8	5	0.4%	1140	2.63	1.600
Mat7	5	0.4%	1140	2.81	1.576
impb12	5	0.4%	1140	2.29	1.529
impb10	5	0.4%	1140	1.63	1.352
impb8	5	0.4%	1140	2.10	1.506
impb7	5	0.4%	1140	1.61	1.287
impb2	5	0.4%	1140	2.52	1.404
Cfci4	4	0.3%	1141	1.83	1.234
Cfcf4	4	0.3%	1141	3.56	0.977
Mstry3	4	0.3%	1141	2.81	1.357
Inspatt3	4	0.3%	1141	1.46	1.282
Sifest7	4	0.3%	1141	4.09	1.127
Socc11	4	0.3%	1141	1.56	1.390
Socc10	4	0.3%	1141	1.52	1.485
Socc3	4	0.3%	1141	1.43	1.339
Ccos5	4	0.3%	1141	1.07	1.464
Heds4	4	0.3%	1141	2.14	1.362
Mat1	4	0.3%	1141	2.54	1.458
Fml3	4	0.3%	1141	3.35	1.546
impb3	4	0.3%	1141	1.33	1.256
Nrofcc	4	0.3%	1141	1.97	1.076
Cfci7	3	0.3%	1142	2.33	1.298
Cfcf6	3	0.3%	1142	3.60	1.032
Cfcf5	3	0.3%	1142	3.78	0.942
Mstry5	3	0.3%	1142	3.29	1.307
Comb3	3	0.3%	1142	1.40	1.282
Comb1	3	0.3%	1142	1.33	1.340
Inspatt9	3	0.3%	1142	1.61	1.447
Inspatt8	3	0.3%	1142	3.40	1.246
Socc7	3	0.3%	1142	1.16	1.235
Ccos3	3	0.3%	1142	1.30	1.558
Ccef5	3	0.3%	1142	1.70	1.471

EK 3. KAYIP VERİ İSTATİSTİKLERİ (III)

Değişkenler	Kayıp Veri		Geçerli Sayı	Ortalama	Standart Sapma
	Sayı	Yüzde			
Ccef3	3	0.3%	1142	2.56	1.525
Heds8	3	0.3%	1142	2.06	1.442
Heds6	3	0.3%	1142	2.83	1.352
Mat9	3	0.3%	1142	1.96	1.483
Fml1	3	0.3%	1142	4.02	1.164
impb14	3	0.3%	1142	2.03	1.480
impb13	3	0.3%	1142	1.85	1.435
Cfcf3	2	0.2%	1143	3.17	1.198
Mstry7	2	0.2%	1143	3.02	1.277
Mstry6	2	0.2%	1143	3.33	1.174
Comb7	2	0.2%	1143	1.06	1.176
Comb6	2	0.2%	1143	1.07	1.198
Comb5	2	0.2%	1143	1.05	1.230
Inspatt7	2	0.2%	1143	1.33	1.379
Inspatt2	2	0.2%	1143	2.86	1.446
Slfest6	2	0.2%	1143	4.02	1.229
Budms2	2	0.2%	1143	4.21	0.891
Socc8	2	0.2%	1143	1.14	1.207
Ccos7	2	0.2%	1143	0.61	1.073
Ccos4	2	0.2%	1143	0.36	0.796
Ccef4	2	0.2%	1143	2.44	1.494
Ccef1	2	0.2%	1143	2.85	1.459
Heds2	2	0.2%	1143	2.24	1.423
Heds1	2	0.2%	1143	1.72	1.371
Fml2	2	0.2%	1143	3.54	1.418
Cfci3	1	0.1%	1144	2.65	1.383
Cfci1	1	0.1%	1144	2.26	1.289
Comb4	1	0.1%	1144	1.31	1.333
Comb2	1	0.1%	1144	1.35	1.291
Inspatt4	1	0.1%	1144	3.47	1.336
Inspatt1	1	0.1%	1144	3.43	1.314
Slfest1	1	0.1%	1144	3.95	0.953
Savings3	1	0.1%	1144	2.63	1.667
Savings1	1	0.1%	1144	2.67	1.578

EK 3. KAYIP VERİ İSTATİSTİKLERİ (IV)

Değişkenler	Kayıp(Missing)		Geçerli Sayı	Ortalama	Standart Sapma
	Sayı	Yüzde			
Socc6	1	0.1%	1144	1.40	1.296
Socc2	1	0.1%	1144	1.55	1.356
Ccos6	1	0.1%	1144	0.29	0.780
Ccos1	1	0.1%	1144	1.37	1.696
Ccef2	1	0.1%	1144	2.05	1.485
Heds3	1	0.1%	1144	1.86	1.281
Fml5	1	0.1%	1144	2.95	1.596
Fml4	1	0.1%	1144	2.15	1.647
impb15	1	0.1%	1144	1.90	1.491
Cfcf2	0	0.0%	1145	3.41	1.083
Mstry1	0	0.0%	1145	3.39	1.359
Savings2	0	0.0%	1145	2.61	1.682
Budms4	0	0.0%	1145	4.26	0.985
Budms3	0	0.0%	1145	4.38	0.896
Budms1	0	0.0%	1145	3.88	1.169
Socc9	0	0.0%	1145	1.21	1.285
Socc1	0	0.0%	1145	1.18	1.283
Ccos2	0	0.0%	1145	0.34	0.790
Heds7	0	0.0%	1145	1.45	1.288
impb1	0	0.0%	1145	1.46	1.216
Edu	0	0.0%	1145	13.92	3.349
Matext	0	0.0%	1145		
PMI	0	0.0%	1145		
Gender	0	0.0%	1145		

EK 4. VERİNİN NORMALLİK DAĞILIMI VE TANIMSAL İSTATİSTİKLER (I)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Age	1145	19	73	38.47	10.796	0.629	0.072	-0.259	0.144
Edu	1145	3	24	13.92	3.349	-0.655	0.072	0.680	0.144
PMI	1145	1	6	3.33	1.216	0.008	0.072	-0.552	0.144
Incsuffass	1145	1	5	2.36	0.802	-0.126	0.072	-0.482	0.144
Riskpref	1145	0	10	5.15	2.410	-0.117	0.072	-0.357	0.144
Nrofcc	1145	0	6	1.97	1.075	1.336	0.072	2.149	0.144
impb1	1145	0	5	1.46	1.216	0.891	0.072	0.485	0.144
impb2	1145	0	5	2.52	1.403	-0.252	0.072	-0.759	0.144
impb3	1145	0	5	1.33	1.255	1.061	0.072	0.743	0.144
impb4	1145	0	5	1.57	1.389	0.603	0.072	-0.525	0.144
impb5	1145	0	5	1.70	1.291	0.548	0.072	-0.322	0.144
impb6	1145	0	5	1.49	1.341	0.655	0.072	-0.360	0.144
impb7	1145	0	5	1.61	1.285	0.660	0.072	-0.102	0.144
impb8	1145	0	5	2.09	1.504	0.264	0.072	-0.856	0.144
impb9	1145	0	5	1.84	1.485	0.402	0.072	-0.853	0.144
impb10	1145	0	5	1.63	1.349	0.589	0.072	-0.451	0.144
impb11	1145	0	5	2.12	1.434	0.115	0.072	-0.932	0.144
impb12	1145	0	5	2.29	1.526	0.011	0.072	-1.047	0.144
impb13	1145	0	5	1.85	1.434	0.306	0.072	-0.876	0.144
impb14	1145	0	5	2.03	1.478	0.196	0.072	-0.964	0.144
impb15	1145	0	5	1.90	1.491	0.288	0.072	-0.991	0.144
Fml1	1145	0	5	4.02	1.163	-1.705	0.072	2.938	0.144
Fml2	1145	0	5	3.54	1.417	-1.036	0.072	0.351	0.144
Fml3	1145	0	5	3.35	1.543	-0.705	0.072	-0.590	0.144
Fml4	1145	0	5	2.15	1.647	0.144	0.072	-1.189	0.144
Fml5	1145	0	5	2.95	1.595	-0.485	0.072	-0.861	0.144
Mat1	1145	0	5	2.54	1.456	-0.205	0.072	-0.934	0.144
Mat2	1145	0	5	2.72	1.464	-0.318	0.072	-0.853	0.144
Mat3	1145	0	5	1.40	1.331	0.660	0.072	-0.439	0.144
Mat4	1145	0	5	2.08	1.335	0.479	0.072	-0.438	0.144
Mat5	1145	0	5	2.32	1.316	-0.042	0.072	-0.631	0.144
Mat6	1145	0	5	1.84	1.356	0.297	0.072	-0.761	0.144

EK 4. VERİNİN NORMALLİK DAĞILIMI VE TANIMSAL İSTATİSTİKLER (II)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Mat7	1145	0	5	2.81	1.573	-0.332	0.072	-1.014	0.144
Mat8	1145	0	5	2.63	1.597	-0.189	0.072	-1.112	0.144
Mat9	1145	0	5	1.96	1.482	0.363	0.072	-0.800	0.144
Heds1	1145	0	5	1.72	1.370	0.447	0.072	-0.602	0.144
Heds2	1145	0	5	2.24	1.422	0.273	0.072	-0.783	0.144
Heds3	1145	0	5	1.87	1.282	0.197	0.072	-0.724	0.144
Heds4	1145	0	5	2.14	1.361	0.003	0.072	-0.914	0.144
Heds5	1145	0	5	1.66	1.312	0.421	0.072	-0.679	0.144
Heds6	1145	0	5	2.83	1.351	-0.459	0.072	-0.534	0.144
Heds7	1145	0	5	1.45	1.288	0.686	0.072	-0.241	0.144
Heds8	1145	0	5	2.06	1.440	0.160	0.072	-0.899	0.144
Ccef1	1145	0	5	2.85	1.459	-0.446	0.072	-0.734	0.144
Ccef2	1145	0	5	2.05	1.485	0.232	0.072	-1.014	0.144
Ccef3	1145	0	5	2.56	1.523	-0.187	0.072	-1.064	0.144
Ccef4	1145	0	5	2.45	1.493	-0.105	0.072	-1.054	0.144
Ccef5	1145	0	5	1.70	1.470	0.617	0.072	-0.529	0.144
Ccos1	1145	0	5	1.37	1.695	1.016	0.072	-0.310	0.144
Ccos2	1145	0	5	0.34	0.790	3.107	0.072	11.562	0.144
Ccos3	1145	0	5	1.30	1.557	0.950	0.072	-0.329	0.144
Ccos4	1145	0	5	0.36	0.796	2.663	0.072	7.680	0.144
Ccos5	1145	0	5	1.07	1.462	1.155	0.072	0.047	0.144
Ccos6	1145	0	5	0.29	0.780	3.244	0.072	11.383	0.144
Ccos7	1145	0	5	0.61	1.074	1.895	0.072	3.123	0.144
Ccos8	1145	0	5	0.57	1.231	2.305	0.072	4.431	0.144
Ccos9	1145	0	5	0.62	1.013	2.169	0.072	5.202	0.144
Sosc1	1145	0	5	1.18	1.283	0.803	0.072	-0.409	0.144
Sosc2	1145	0	5	1.55	1.355	0.407	0.072	-0.944	0.144
Sosc3	1145	0	5	1.43	1.339	0.554	0.072	-0.776	0.144
Sosc4	1145	0	5	2.28	1.614	0.166	0.072	-1.179	0.144
Sosc5	1145	0	5	1.39	1.320	0.581	0.072	-0.725	0.144
Sosc6	1145	0	5	1.41	1.296	0.556	0.072	-0.694	0.144
Sosc7	1145	0	5	1.16	1.234	0.838	0.072	-0.195	0.144
Sosc8	1145	0	5	1.14	1.209	0.825	0.072	-0.233	0.144
Sosc9	1145	0	5	1.21	1.285	0.822	0.072	-0.314	0.144
Sosc10	1145	0	5	1.52	1.484	0.583	0.072	-0.877	0.144
Sosc11	1145	0	5	1.56	1.389	0.393	0.072	-1.002	0.144

EK 4. VERİNİN NORMALLİK DAĞILIMI VE TANIMSAL İSTATİSTİKLER (III)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Budms4	1145	0	5	4.26	0.985	-1.771	0.072	3.857	0.144
Budms5	1145	0	5	2.90	1.533	-0.197	0.072	-1.056	0.144
Savings1	1145	0	5	2.67	1.578	-0.180	0.072	-1.077	0.144
Savings2	1145	0	5	2.61	1.682	-0.182	0.072	-1.219	0.144
Savings3	1145	0	5	2.63	1.667	-0.167	0.072	-1.228	0.144
Slfest1	1145	0	5	3.95	0.953	-1.529	0.072	3.527	0.144
Slfest2	1145	0	5	3.56	1.335	-0.758	0.072	-0.293	0.144
Slfest3	1145	0	5	4.00	0.874	-1.327	0.072	2.982	0.144
Slfest4	1145	0	5	4.04	0.911	-1.481	0.072	3.439	0.144
Slfest5	1145	0	5	3.68	1.268	-0.852	0.072	-0.058	0.144
Slfest6	1145	0	5	4.01	1.230	-1.332	0.072	1.182	0.144
Slfest7	1145	0	5	4.09	1.126	-1.768	0.072	3.307	0.144
Slfest8	1145	0	5	2.85	1.705	-0.237	0.072	-1.304	0.144
Slfest9	1145	0	5	3.90	1.248	-1.148	0.072	0.648	0.144
Slfest10	1145	0	5	4.02	1.009	-1.331	0.072	2.025	0.144
Inspatt1	1145	0	5	3.43	1.314	-0.931	0.072	0.280	0.144
Inspatt2	1145	0	5	2.86	1.445	-0.507	0.072	-0.612	0.144
Inspatt3	1145	0	5	1.46	1.280	0.824	0.072	0.113	0.144
Inspatt4	1145	0	5	3.47	1.336	-1.045	0.072	0.589	0.144
Inspatt5	1145	0	5	2.73	1.417	-0.134	0.072	-0.822	0.144
Inspatt6	1145	0	5	2.61	1.414	-0.260	0.072	-0.774	0.144
Inspatt7	1145	0	5	1.33	1.378	1.039	0.072	0.300	0.144
Inspatt8	1145	0	5	3.40	1.245	-0.950	0.072	0.614	0.144
Inspatt9	1145	0	5	1.61	1.447	0.702	0.072	-0.411	0.144

EK 4. VERİNİN NORMALLİK DAĞILIMI VE TANIMSAL İSTATİSTİKLER (IV)

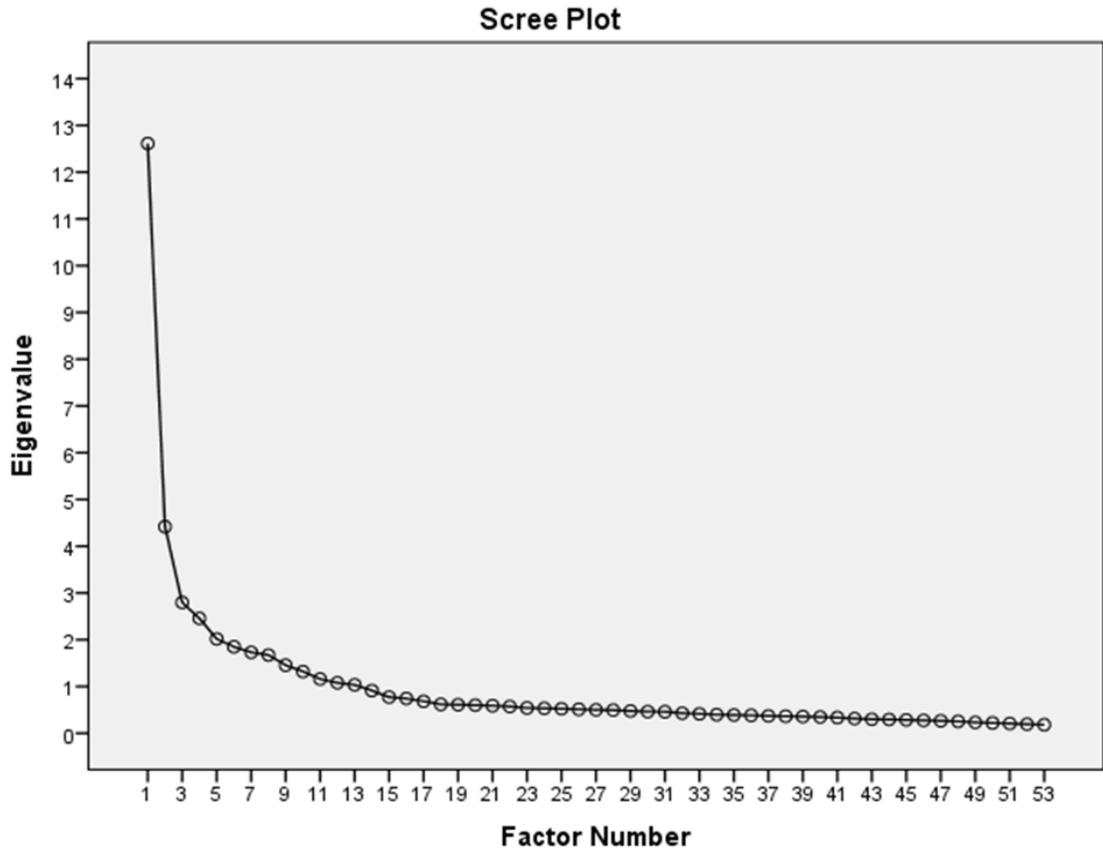
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Comb4	1145	0	5	1.31	1.333	0.911	0.072	0.064	0.144
Comb5	1145	0	5	1.05	1.229	1.049	0.072	0.229	0.144
Comb6	1145	0	5	1.07	1.197	0.987	0.072	0.194	0.144
Comb7	1145	0	5	1.06	1.175	0.984	0.072	0.302	0.144
Comb8	1145	0	5	1.13	1.235	0.902	0.072	0.003	0.144
Mstry1	1145	0	5	3.39	1.359	-0.650	0.072	-0.427	0.144
Mstry2	1145	0	5	3.34	1.256	-0.877	0.072	0.309	0.144
Mstry3	1145	0	5	2.81	1.355	-0.025	0.072	-0.852	0.144
Mstry4	1145	0	5	2.91	1.332	-0.210	0.072	-0.740	0.144
Mstry5	1145	0	5	3.29	1.306	-0.510	0.072	-0.476	0.144
Mstry6	1145	0	5	3.33	1.173	-0.641	0.072	0.178	0.144
Mstry7	1145	0	5	3.02	1.276	-0.274	0.072	-0.696	0.144
Cfcf1	1145	0	5	3.18	1.141	-0.782	0.072	0.433	0.144
Cfcf2	1145	0	5	3.41	1.083	-0.857	0.072	0.804	0.144
Cfcf3	1145	0	5	3.17	1.197	-0.684	0.072	0.164	0.144
Cfcf4	1145	0	5	3.56	0.977	-0.853	0.072	1.083	0.144
Cfcf5	1145	0	5	3.78	0.945	-1.003	0.072	1.491	0.144
Cfcf6	1145	0	5	3.60	1.031	-0.872	0.072	0.872	0.144
Cfcf7	1145	0	5	3.38	1.061	-0.618	0.072	0.414	0.144
Cfci1	1145	0	5	2.26	1.289	0.098	0.072	-0.639	0.144
Cfci2	1145	0	5	2.11	1.262	0.194	0.072	-0.587	0.144
Cfci3	1145	0	5	2.65	1.383	-0.187	0.072	-0.814	0.144
Cfci4	1145	0	5	1.83	1.232	0.430	0.072	-0.404	0.144
Cfci5	1145	0	5	1.77	1.307	0.492	0.072	-0.503	0.144
Cfci6	1145	0	5	2.35	1.213	-0.045	0.072	-0.504	0.144
Cfci7	1145	0	5	2.33	1.296	0.037	0.072	-0.674	0.144

EK 5: KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ KMO VE BARTLETT TESTİ VE ÖZDEĞER (EIGENVALUE) EĞİM GRAFİĞİ

Keşfedici Faktör Analizi KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.923
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	30509.070
	df	1378
	Sig.	0.000

ÖZDEĞER (EIGENVALUE) EĞİM GRAFİĞİ



EK 6. KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ KOMÜNALİTE TABLOSU

Communalities		
	Initial	Extraction
impb9	0.439	0.475
impb11	0.399	0.448
impb12	0.470	0.575
impb13	0.526	0.563
impb14	0.442	0.489
Mat7	0.521	0.541
Mat8	0.601	0.869
Mat9	0.458	0.474
Heds1	0.502	0.519
Heds3	0.574	0.615
Heds5	0.593	0.654
Heds4	0.566	0.597
Heds7	0.520	0.536
Heds8	0.615	0.692
Ccef1	0.570	0.602
Ccef2	0.589	0.625
Ccef3	0.697	0.800
Ccef4	0.672	0.741
Ccos1	0.668	0.827
Ccos3	0.645	0.745
Ccos7	0.356	0.317
Ccos8	0.366	0.315
Ccos9	0.297	0.203
Sosc2	0.632	0.617
Sosc3	0.659	0.665
Sosc5	0.677	0.722
Sosc6	0.706	0.788
Budms1	0.556	0.614
Budms2	0.561	0.697
Budms3	0.481	0.513
Budms4	0.452	0.482
Savings1	0.581	0.635
Savings2	0.669	0.774
Savings3	0.651	0.751
Slfest3	0.400	0.532
Slfest4	0.401	0.573
Slfest7	0.288	0.341
Inspatt1	0.466	0.549
Inspatt4	0.547	0.771
Inspatt8	0.430	0.489
Comb1	0.567	0.623
Comb3	0.619	0.712
Comb4	0.422	0.446
Comb8	0.549	0.594
Mstry1	0.397	0.441
Mstry3	0.470	0.556
Mstry4	0.431	0.487
Mstry5	0.562	0.672
Cfcf2	0.319	0.334
Cfcf4	0.395	0.480
Cfcf5	0.487	0.598
Cfcf6	0.421	0.485
Cfcf7	0.265	0.269

Extraction Method: Maximum Likelihood.

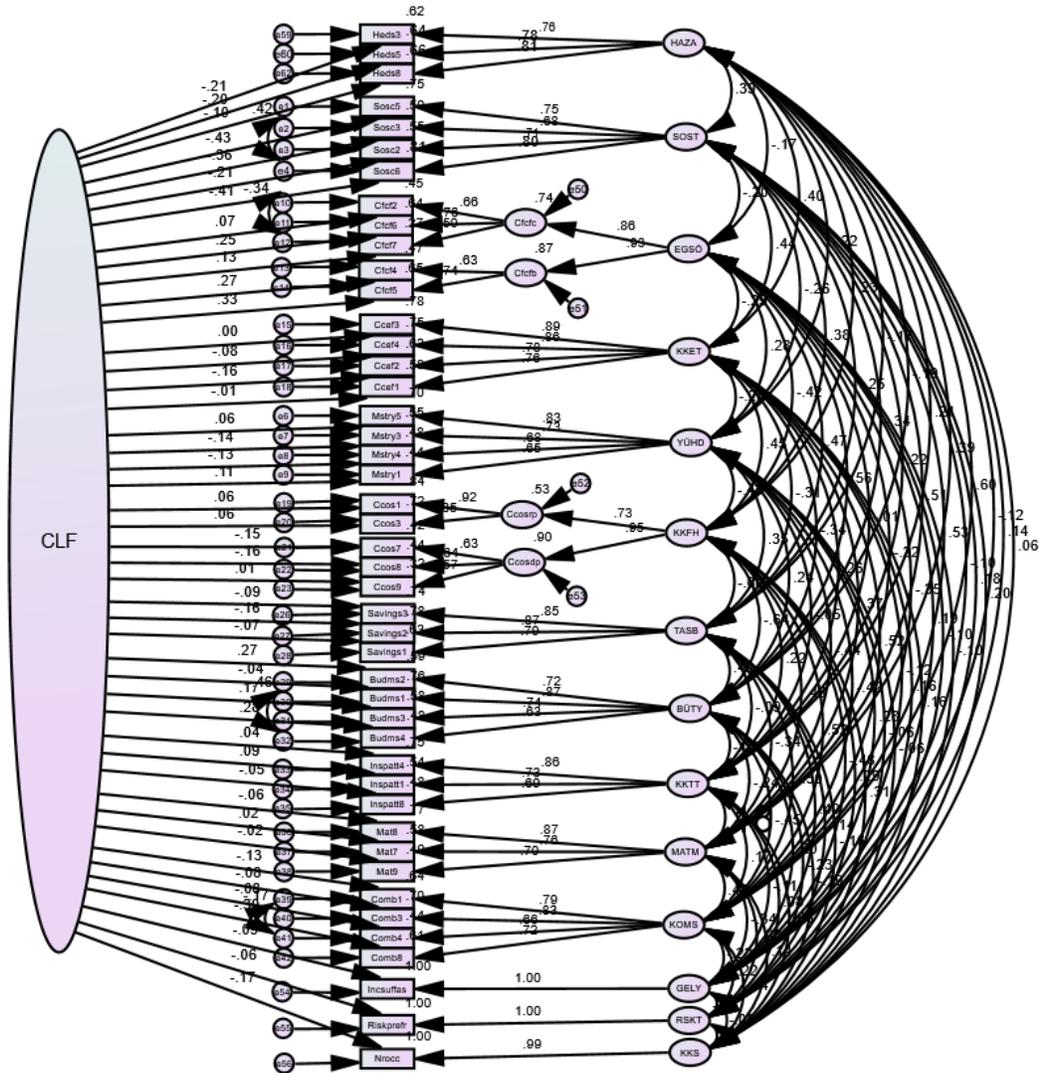
EK 7. KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ AÇIKLANAN TOPLAM VARYANS TABLOSU

Total Variance Explained							
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	12.611	23.795	23.795	12.078	22.788	22.788	7.625
2	4.417	8.333	32.128	3.835	7.236	30.025	7.197
3	2.797	5.277	37.405	2.311	4.361	34.386	6.773
4	2.457	4.635	42.040	1.776	3.350	37.736	7.354
5	2.017	3.806	45.846	1.872	3.533	41.269	5.118
6	1.849	3.489	49.334	1.481	2.793	44.062	4.736
7	1.731	3.267	52.601	1.232	2.325	46.387	4.910
8	1.673	3.157	55.758	1.468	2.770	49.157	6.144
9	1.455	2.746	58.504	1.131	2.133	51.291	5.360
10	1.320	2.490	60.995	0.978	1.846	53.136	2.631
11	1.159	2.187	63.182	0.818	1.543	54.679	5.639
12	1.078	2.034	65.216	0.733	1.384	56.063	8.771
13	1.034	1.952	67.168	0.717	1.352	57.415	3.590
14	0.912	1.721	68.889				
15	0.772	1.457	70.346				
16	0.743	1.401	71.747				
17	0.683	1.290	73.036				
18	0.617	1.164	74.201				
19	0.611	1.153	75.354				
20	0.599	1.131	76.484				
21	0.589	1.111	77.596				
22	0.570	1.076	78.672				
23	0.541	1.021	79.694				
24	0.533	1.006	80.699				
25	0.523	0.986	81.685				
26	0.512	0.965	82.650				
27	0.499	0.942	83.593				
28	0.494	0.932	84.524				
29	0.475	0.895	85.420				
30	0.463	0.874	86.294				
31	0.460	0.867	87.162				
32	0.429	0.810	87.971				
33	0.415	0.784	88.755				
34	0.396	0.748	89.503				
35	0.391	0.739	90.242				
36	0.383	0.723	90.965				
37	0.370	0.698	91.663				
38	0.363	0.686	92.348				
39	0.356	0.671	93.019				
40	0.348	0.656	93.675				
41	0.336	0.633	94.309				
42	0.313	0.590	94.898				
43	0.300	0.565	95.464				
44	0.295	0.557	96.020				
45	0.285	0.538	96.558				
46	0.274	0.517	97.075				
47	0.265	0.499	97.574				
48	0.253	0.478	98.052				
49	0.231	0.435	98.487				
50	0.220	0.414	98.902				
51	0.207	0.391	99.293				
52	0.194	0.365	99.658				
53	0.181	0.342	100.000				

Extraction Method: Maximum Likelihood.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

**EK 10. KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÖLÇÜM MODELİ II-
DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ ORTAK METOD YANILGISI TESTİ GÖRSEL
TANIMLAMA**



**EK 11. KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ORTAK ÖRTÜK FAKTÖR
İÇEREN ÖLÇÜM MODELİ II UYUM İSTATİSTİKLERİ VE GEÇERLİK GÜVENİRLİK
ÖLÇÜMLERİ**

Uyum İstatistikleri

Ölçüm	Tahmin	Eşik Değer	Yorum
CMIN	1406.96	--	--
DF	804	--	--
CMIN/DF	1.750	<3	Mükemmel
CFI	0.975	>0.95	Mükemmel
SRMR	0.029	<0.08	Mükemmel
RMSEA	0.026	<0.06	Mükemmel
PClose	1.000	>0.05	Mükemmel

Geçerlik Güvenirlik Ölçümleri

	CR	AVE	MSV	Korelasyonlar												
				SOST	EGSÖ	KKET	YÜHD	KKFH	TASB	BÜTY	KKTT	MATM	KOMS	HAZA	CLF	
SOST	0.827	0.545	0.285	0.738												
EGSÖ	0.89	0.802	0.317	-0.196***	0.896	-0.285***	0.281***			0.470***	0.563***	-0.009	-0.218***	-0.346***		
KKET	0.893	0.678	0.266	0.445***		0.823										
YÜHD	0.815	0.526	0.193	-0.262***		-0.282***	0.726									
KKFH	0.829	0.712	0.408	0.384***	-0.423***	0.445***	-0.426***	0.844	-0.602***	-0.639***	0.223***	0.459***	0.522***			
TASB	0.876	0.702	0.363	-0.247***		-0.307***	0.352***		0.838							
BÜTY	0.833	0.558	0.408	-0.337***		-0.341***	0.240***		0.490***	0.747						
KKTT	0.808	0.586	0.067	0.219***		0.259***	-0.05		-0.094**	-0.04	0.766					
MATM	0.823	0.61	0.257	0.507***		0.370***	-0.439***		-0.337***	-0.236***	0.176***	0.781				
KOMS	0.838	0.566	0.363	0.534***		0.516***	-0.417***		-0.302***	-0.447***	0.167***	0.418***	0.752			
HAZA	0.824	0.61	0.363	0.391***	-0.173***	0.400***	-0.216***	0.231***	-0.166***	-0.195***	0.215***	0.391***	0.602***	0.781		
CLF	0.078	0.032														0.178

CR: Bileşik Güvenirlik, AVE: Elde Edilen Ortalama Varyans, MSV: Maksimum Paylaşılan Varyans
Korelasyonların istatistiksel anlamlılık düzeyleri: * p < 0.050; ** p < 0.010; *** p < 0.001

EK 12. KREDİ KARTI İLE FAZLA HARCAMA DAVRANIŞI ÖLÇÜM MODELİ II ORTAK YÖNTEM YANILGISI TESTİ

Değişkenlerin Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları Farkı					
Örtük Değişkenler		Gözlemlenen Değişkenler	Faktör Yükü Tahminleri		Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları Farkı
			Ortak Örtük Faktör İçeren Model	Orijinal Model	
EGSÖ	---->	Cfcfc	0.859	0.861	-0.002
EGSÖ	---->	Cfcfb	0.931	0.937	-0.006
KKFH	---->	Ccosrp	0.726	0.708	0.018
KKFH	---->	Ccosdp	0.946	0.940	0.006
SOST	---->	Sosc5	0.754	0.863	-0.109
SOST	---->	Sosc3	0.682	0.770	-0.088
SOST	---->	Sosc2	0.713	0.730	-0.017
SOST	---->	Sosc6	0.800	0.902	-0.102
KKET	---->	Ccef3	0.886	0.879	0.007
KKET	---->	Ccef4	0.860	0.865	-0.005
KKET	---->	Ccef2	0.779	0.788	-0.009
KKET	---->	Ccef1	0.761	0.760	0.001
YÜHD	---->	Mstry5	0.833	0.832	0.001
YÜHD	---->	Mstry3	0.726	0.723	0.003
YÜHD	---->	Mstry4	0.677	0.676	0.001
YÜHD	---->	Mstry1	0.652	0.649	0.003
TASB	---->	Savings3	0.855	0.860	-0.005
TASB	---->	Savings2	0.867	0.878	-0.011
TASB	---->	Savings1	0.790	0.794	-0.004
BÜTY	---->	Budms2	0.720	0.769	-0.049
BÜTY	---->	Budms1	0.870	0.796	0.074
BÜTY	---->	Budms3	0.744	0.755	-0.011
BÜTY	---->	Budms4	0.634	0.692	-0.058
KKTT	---->	Inspatt4	0.865	0.867	-0.002
KKTT	---->	Inspatt1	0.728	0.729	-0.001
KKTT	---->	Inspatt8	0.694	0.690	0.004
MATM	---->	Mat8	0.873	0.879	-0.006
MATM	---->	Mat7	0.761	0.755	0.006
MATM	---->	Mat9	0.698	0.697	0.001
KOMS	---->	Comb1	0.786	0.797	-0.011
KOMS	---->	Comb3	0.832	0.826	0.006
KOMS	---->	Comb4	0.660	0.662	-0.002
KOMS	---->	Comb8	0.720	0.764	-0.044
Cfcfc	---->	Cfcf2	0.665	0.642	0.023
Cfcfc	---->	Cfcf6	0.759	0.812	-0.053
Cfcfc	---->	Cfcf7	0.500	0.518	-0.018
Cfcfb	---->	Cfcf4	0.629	0.684	-0.055
Cfcfb	---->	Cfcf5	0.739	0.809	-0.070
Ccosrp	---->	Ccos1	0.916	0.917	-0.001
Ccosrp	---->	Ccos3	0.849	0.851	-0.002
Ccosdp	---->	Ccos7	0.633	0.646	-0.013
Ccosdp	---->	Ccos8	0.641	0.654	-0.013
Ccosdp	---->	Ccos9	0.567	0.563	0.004
HAZA	---->	Heds3	0.758	0.786	-0.028
HAZA	---->	Heds5	0.778	0.804	-0.026
HAZA	---->	Heds8	0.807	0.804	0.003
GELY	---->	Incsuffass	0.996	1.000	-0.004
RSKT	---->	Riskpref	0.998	1.000	-0.002
KKS	---->	Nrofcc	0.985	1.000	-0.015

EK 13. YAPISAL MODEL I YOL ANALİZİ MODİFİKASYON İNDEKSLERİ VE STANDARTLAŞTIRILMIŞ KALINTI KOVARYANSLARI MATRİSİ

Yapısal Model I Yol Analizi Modifikasyon İndeksleri

Modification Indices				
Covariances				
			M.I.	Par Change
e3	<-->	RSKT	10.674	0.14
e3	<-->	EGSÖ	15.843	0.036
e4	<-->	RSKT	12.054	0.168
e7	<-->	e3	14.267	0.047
Variances				
			M.I.	Par Change
Regression Weights				
			M.I.	Par Change
SOST	<---	EGSÖ	12.46	0.119
KOMS	<---	RSKT	11.293	0.028

Yapısal Model I Yol Analizi Standartlaştırılmış Kalıntı Kovaryansları Matrisi

	YÜHD	YAŞ	EĞİTİM	GELİR	RSKT	EGSÖ	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	GELY	KKET	KKS	KKFH
YÜHD	0														
YAŞ	0	0													
EĞİTİM	0	0	0												
GELİR	0	0	0	0											
RSKT	0	0	0	0	0										
EGSÖ	0	0	0	0	0	0									
MATM	0	0	0	-1.187	1.59	-2.431	0								
BÜTY	0.337	1.749	0	0.115	-0.148	0.199	-1.713	0.237							
KKTT	1.732	1.021	-0.017	-0.225	0.297	1.046	0.184	0.35	0.05						
SOST	0.215	-0.188	1.252	-0.664	3.029	1.493	0.155	-1.037	-0.192	0.125					
KOMS	0.109	-0.364	-0.011	-1.107	3.553	0.431	0.599	-0.651	-0.693	0.092	0.085				
GELY	2.339	-1.221	2.017	0.305	-1.285	2.119	-0.594	0.524	-0.846	1.968	-1.089	0.241			
KKET	-0.012	0.19	1.616	-0.649	2.324	0.324	0.5	-1.163	-0.398	-0.203	-0.136	0.431	-0.15		
KKS	-0.156	1.398	-0.755	-0.213	0.284	0.09	0.117	-0.325	2.126	0.733	0.049	-2.689	1.198	0.031	
KKFH	-0.593	-0.112	-0.519	-0.464	1.108	-0.681	1.206	-0.615	0.183	0.264	0.885	-1.489	0.721	1.308	1.166

EK 14. YAPISAL MODEL II YOL ANALİZİ MODİFİKASYON İNDEKSLERİ VE STANDARTLAŞTIRILMIŞ KALINTI KOVARYANSLARI MATRİSİ

Yapısal Model II Yol Analizi Modifikasyon İndeksleri

Covariances: (Group number 1 - Default model)				
			M.I.	Par Change
e3	<-->	EGSÖ	14.418	0.034
e7	<-->	e3	14.127	0.047
e10	<-->	e4	35.11	0.108
Variances: (Group number 1 - Default model)				
			M.I.	Par Change
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)				
			M.I.	Par Change
SOST	<---	EGSÖ	10.306	0.108
TASB	<---	KOMS	15.495	0.107

Yapısal Model II Yol Analizi Standartlaştırılmış Kalıntı Kovaryansları Matrisi

	YAŞ	EĞİTİM	YÜHD	EGSÖ	GELİR	RSKT	MATM	BÜTY	KKTT	SOST	KOMS	KKS	GELY	KKET	KKFH	TASB
YAŞ	0															
EĞİTİM	0	0														
YÜHD	0	0	0													
EGSÖ	0	0	0	0												
GELİR	0	0	0	0	0											
RSKT	0	0	0	0	0	0										
MATM	0	0	0	-2.431	-1.187	1.59	0									
BÜTY	1.609	-0.135	0.285	0.192	-0.41	-0.143	-1.732	0.231								
KKTT	1.021	-0.017	1.732	1.046	-0.225	0.297	0.184	0.381	0.05							
SOST	-0.151	1.254	-0.627	1.217	-0.577	0.886	0.247	-1.122	-0.1	0.244						
KOMS	-0.296	-0.064	-0.163	0.319	-1.055	0.427	0.729	-0.654	-0.638	0.414	0.258					
KKS	1.417	-0.738	-0.149	0.091	-0.146	0.284	0.12	-0.483	2.124	0.451	-0.408	0.06				
GELY	-1.238	1.998	2.331	2.117	0.241	-1.283	-0.596	0.354	-0.841	1.962	-1.11	-2.687	0.21			
KKET	0.22	1.601	-0.251	0.24	-0.616	0.894	0.562	-1.219	-0.364	0.002	0.03	1.001	0.419	-0.057		
KKFH	-0.071	-0.442	-0.615	-0.737	-0.184	0.754	1.225	-0.565	0.178	0.022	0.627	1.338	-1.366	0.644	1.057	
TASB	-1.827	0.378	1.031	0.508	0.113	-0.492	-1.608	-0.029	1.472	-0.195	2.105	-0.573	1.232	0.251	-0.883	0.553

EK 15. YAPISAL MODEL İ ARACILIK ETKİLERİ TAHMİNLERİ VE İSTATİSTİKSEL ANLAMLILIK DÜZEYLERİ (I)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
YÜHDMATMKKTTTSOSTKOMSKKETKKFH	-0.000149	-0.00028	-0.00008	0
YÜHDMATMKKTTTSOSTKOMSKKFH	-0.000264	-0.00053	-0.000113	0
YÜHDMATMKKTTTSOSTKKETKKFH	-0.000202	-0.00039	-0.000094	0.001
YÜHDMATMKKTTTSOSTKKFH	0.000144	-0.00027	0.000563	0.476
YÜHDMATMKKTTKOMSKKFH	-0.000275	-0.00066	-0.000066	0.007
YÜHDMATMKKTTKOMSKKETKKFH	-0.000155	-0.00032	-0.000046	0.007
YÜHDMATMKKTTKKETKKFH	-0.001164	-0.00208	-0.000637	0.001
YÜHDMATMKKTTKKFH	-0.006116	-0.0089	-0.003753	0.001
YÜHDMATMSOSTKOMSKKETKKFH	-0.002313	-0.00356	-0.001466	0.001
YÜHDMATMSOSTKOMSKKFH	-0.004102	-0.00681	-0.001926	0.001
YÜHDMATMSOSTKKETKKFH	-0.003135	-0.0052	-0.001597	0.001
YÜHDMATMSOSTKKFH	0.002245	-0.00407	0.008511	0.5
YÜHDMATMKOMSKKFH	-0.000984	-0.00301	0.000282	0.115
YÜHDMATMKOMSKKETKKFH	-0.000555	-0.0014	0.000205	0.131
YÜHDMATMKKFH	-0.032197	-0.04465	-0.020546	0.001
YÜHDMATMGELYKKFH	-0.022407	-0.02898	-0.017243	0.001
YÜHDMATMKKETKKFH	-0.003747	-0.00671	-0.001266	0.005
YÜHDMATMBÜTYKKFH	-0.014051	-0.0215	-0.006424	0.001
YÜHDMATMBÜTYGELYKKFH	-0.001065	-0.00194	-0.00048	0.001
YÜHDMATMBÜTYSOSTKOMSKKETKKFH	-0.000092	-0.00018	-0.000042	0
YÜHDMATMBÜTYSOSTKOMSKKFH	-0.000164	-0.00036	-0.000061	0.001
YÜHDMATMBÜTYSOSTKKETKKFH	-0.000125	-0.00027	-0.000049	0.001
YÜHDMATMBÜTYSOSTKKFH	0.00009	-0.00014	0.000426	0.418
YÜHDMATMBÜTYKOMSKKETKKFH	-0.000256	-0.00048	-0.000116	0
YÜHDMATMBÜTYKOMSKKFH	-0.000454	-0.00095	-0.000158	0.001
YÜHDMATMBÜTYKSKKFH	-0.000736	-0.00146	-0.0003	0
YÜHDSOSTKKFH	0.000343	-0.00048	0.002764	0.343
YÜHDSOSTKKETKKFH	-0.000478	-0.00157	0.000198	0.148
YÜHDKOMSKKFH	-0.011634	-0.01874	-0.005734	0.001
YÜHDKOMSKKETKKFH	-0.006558	-0.01008	-0.004285	0
MATMKKTTTSOSTKOMSKKETKKFH	0.000238	0.000129	0.000442	0
MATMKKTTTSOSTKOMSKKFH	0.000422	0.000184	0.00083	0
MATMKKTTTSOSTKKETKKFH	0.000322	0.000156	0.000607	0.001
MATMKKTTTSOSTKKFH	-0.000231	-0.00089	0.000428	0.476
MATMKKTTKOMSKKFH	0.00044	0.000112	0.001052	0.006

EK 15. YAPISAL MODEL İ ARACILIK ETKİLERİ TAHMİNLERİ VE İSTATİSTİKSEL ANLAMLILIK DÜZEYLERİ (II)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
MATMKKTTKOMSKKETKKFH	0.000248	0.000071	0.000497	0.007
MATMKKTTKETKKFH	0.00186	0.001038	0.00325	0.001
MATMKKTTKKFH	0.009775	0.006121	0.013974	0.001
MATMSOSTKOMSKKETKKFH	0.003696	0.002385	0.005591	0.001
MATMSOSTKOMSKKFH	0.006557	0.003043	0.010796	0.001
MATMSOSTKKETKKFH	0.00501	0.002564	0.008109	0.001
MATMSOSTKKFH	-0.003589	-0.01356	0.006513	0.5
MATMKOMSKKFH	0.001572	-0.00044	0.004839	0.113
MATMKOMSKKETKKFH	0.000886	-0.00033	0.002241	0.129
MATMGELYKKFH	0.035814	0.027722	0.044317	0.001
MATMKKETKKFH	0.005989	0.002105	0.010679	0.005
MATMKSKKFH	0.015974	0.010231	0.021898	0.001
MATMBÜTYKKFH	0.022458	0.010523	0.034362	0.001
MATMBÜTYGELYKKFH	0.001702	0.000786	0.003109	0.001
MATMBÜTYKSKKFH	0.001176	0.000483	0.002417	0
MATMBÜTYSOSTKOMSKKETKKFH	0.000148	0.000068	0.000285	0
MATMBÜTYSOSTKOMSKKFH	0.000262	0.0001	0.000576	0
MATMBÜTYSOSTKKETKKFH	0.0002	0.000081	0.000425	0
MATMBÜTYSOSTKKFH	-0.000143	-0.00068	0.000228	0.409
MATMBÜTYKOMSKKETKKFH	0.000409	0.000184	0.000769	0
MATMBÜTYKOMSKKFH	0.000726	0.00026	0.001501	0.001
KKTTSOSTKOMSKKETKKFH	0.001558	0.00092	0.002525	0.001
KKTTSOSTKOMSKKFH	0.002763	0.001306	0.004896	0.001
KKTTSOSTKKETKKFH	0.002111	0.00106	0.003583	0.001
KKTTSOSTKKFH	-0.001512	-0.00577	0.002673	0.483
KKTTKOMSKKFH	0.002884	0.00076	0.006585	0.006
KKTTKOMSKKETKKFH	0.001626	0.00043	0.003023	0.01
KKTTKKETKKFH	0.012182	0.007602	0.018182	0.001
SOSTKOMSKKETKKFH	0.011743	0.007711	0.017433	0.001
SOSTKOMSKKFH	0.020831	0.009596	0.033157	0.001
SOSTKKETKKFH	0.015918	0.00823	0.025514	0.001
KOMSKKETKKFH	0.027132	0.018399	0.037384	0.001
BÜTYSOSTKOMSKKETKKFH	-0.00329	-0.00504	-0.002072	0.001
BÜTYSOSTKOMSKKFH	-0.005836	-0.00985	-0.002826	0.001
BÜTYSOSTKKETKKFH	-0.00446	-0.00761	-0.002301	0.001

EK 15. YAPISAL MODEL İ ARACILIK ETKİLERİ TAHMİNLERİ VE İSTATİSTİKSEL ANLAMLILIK DÜZEYLERİ (III)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
BÜTYSOSTKKFH	0.003194	-0.00576	0.012041	0.495
BÜTYKOMSKKETKKFH	-0.009117	-0.01391	-0.005813	0
BÜTYKOMSKKFH	-0.016173	-0.02721	-0.007314	0.001
BÜTYKSKKFH	-0.026175	-0.04211	-0.012514	0.001
BÜTYGELYKKFH	-0.037891	-0.05507	-0.02143	0.001
RSKTKSKKFH	0.008079	0.005096	0.011163	0.001
RSKTBÜTYKKFH	0.021205	0.015602	0.026981	0.001
RSKTKKTSOSTKOMSKKETKKFH	0.000047	0.000007	0.000117	0.017
RSKTKKTSOSTKOMSKKFH	0.000083	0.000015	0.000231	0.014
RSKTKKTSOSTKKETKKFH	0.000063	0.000011	0.000164	0.015
RSKTKKTSOSTKKFH	-0.000045	-0.00027	0.000058	0.313
RSKTKKTKOMSKKFH	0.000087	0.000009	0.000281	0.019
RSKTKKTKOMSKKETKKFH	0.000049	0.000006	0.000147	0.019
RSKTKKTTKKETKKFH	0.000366	0.000066	0.000889	0.016
RSKTKKTTKKFH	0.001925	0.000321	0.004002	0.021
RSKTBÜTYSOSTKOMSKKETKKFH	0.00014	0.000083	0.00024	0
RSKTBÜTYSOSTKOMSKKFH	0.000247	0.000118	0.00047	0
RSKTBÜTYSOSTKKETKKFH	0.000189	0.000095	0.000372	0
RSKTBÜTYSOSTKKFH	-0.000135	-0.00053	0.000237	0.464
RSKTBÜTYKOMSKKETKKFH	0.000387	0.000226	0.00065	0
RSKTBÜTYKOMSKKFH	0.000686	0.000302	0.001253	0.001
RSKTBÜTYKSKKFH	0.00111	0.000548	0.001938	0.001
RSKTBÜTYGELYKKFH	0.001607	0.000862	0.002552	0.001
EGSÖBÜTYSOSTKOMSKKETKKFH	-0.002274	-0.00354	-0.00143	0
EGSÖBÜTYSOSTKOMSKKFH	-0.004033	-0.00689	-0.001937	0.001
EGSÖBÜTYSOSTKKETKKFH	-0.003082	-0.00535	-0.001628	0.001
EGSÖBÜTYSOSTKKFH	0.002208	-0.00398	0.008349	0.494
EGSÖBÜTYKOMSKKETKKFH	-0.0063	-0.00972	-0.003963	0
EGSÖBÜTYKOMSKKFH	-0.011176	-0.01859	-0.005103	0.001
EGSÖBÜTYKSKKFH	-0.018089	-0.0293	-0.008822	0.001
EGSÖBÜTYGELYKKFH	-0.026186	-0.03795	-0.014488	0.001
EGSÖKOMSKKETKKFH	-0.004345	-0.0085	-0.001286	0.003
EGSÖKOMSKKFH	-0.007708	-0.01634	-0.001902	0.003
EGSÖKKETKKFH	-0.020903	-0.03236	-0.011618	0.001

EK.16 GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu araştırma, tüketicilerin kredi kartı ile harcama ve borçlanma davranışlarının kapsamlı bir şekilde anlaşılması amacıyla yapılmaktadır. Size sunulan anket, bireylerin kredi kartı ile harcama/borçlanma davranışlarının; ekonomik, psikolojik, sosyal, bilişsel ve demografik nedenleri hakkında bilgi toplamak için hazırlanmıştır. Anket yoluyla toplanan verinin değerlendirilmesi, analiz edilmesi sonucunda elde edilecek bulgularla, kredi kartı ile fazla harcama/borçlanma sorunlarının çözümüne katkıda bulunulması amaçlanmaktadır.

Araştırmaya katılım tamamıyla gönüllülük temeline dayanmaktadır. Kimlik bilgileriniz ve ankete verdiğiniz cevaplar kimseyle paylaşılmayacaktır. Cevaplarınız sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir; ankete tüm katılımcılar tarafından verilen cevapların analizi sonucunda elde edilecek bulgular, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında yürütülen doktora tezinin yazımında ve bilimsel yayımlarda kullanılacaktır.

Bu araştırma için Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyon izni alınmıştır. Anket, genel olarak kişisel rahatsızlık verecek sorular içermemektedir. Ancak, katılım sırasında sorulardan dolayı veya herhangi başka bir nedenle kendinizi rahatsız hissederseniz cevaplama işini yarıda bırakmakta serbestsiniz. Böyle bir durumda anketi uygulayan kişiye, anketi tamamlamadığınızı söylemeniz yeterli olacaktır. Forma onay vermeden önce sorularınız varsa anketi uygulayan kişi tarafından cevaplanacaktır. Ayrıca çalışma bittikten sonra da araştırmacıya telefon ya da e-posta ile ulaşarak soru sorabilir, sonuçlar hakkında bilgi isteyebilirsiniz. Bu çalışmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için Hacettepe Üniversitesi İktisat Bölümü öğretim görevlilerinden Dr. Shihomi Ara Aksoy (Tel: (....) ; E-posta:.... @hacettepe.edu.tr) ve projenin araştırmacısı Beyhan Dönmez (Tel: (....) ; E-posta: ,....@.....com) ile iletişim kurabilirsiniz.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman yarıda kesip çıkabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı yayımlarda kullanılmasını kabul ediyorum. (Formu doldurup imzaladıktan sonra uygulayıcıya geri veriniz).

Katılımcı:

Adı Soyadı	Tarih	İmza	İletişim Bilgileri
	----/----/----		(Tel.)

Araştırmacı:	Tarih	İmza	İletişim Bilgileri
	---- /----/-----		(Tel.)

EK. 17 ANKET FORMU (1)

Lütfen aşağıdaki soruları, yan tarafında verilen seçeneklerden sizin için uygun olanı (X ile) işaretleyerek cevaplayınız.						
Kredi kartınız var mı?	Evet	Hayır	Yantunuz evet ise devam ediniz, hayır ise devam etmeyiniz.			
Kredi kartı borçlarınızı kendiniz mi ödüyorsunuz?	Evet	Hayır	Yantunuz evet ise devam ediniz, hayır ise devam etmeyiniz.			
Kaç yaşındasınız?		18 yaş ve üzerinde iseniz devam ediniz, aksi halde ankete devam etmeyiniz.			
Cinsiyetiniz nedir?	Erkek	Kadın				
Medeni durumunuz nedir?	Evli	Bekar (Hiç evlenmemiş)	Boşanmış/ayrı yaşıyor	Eşi vefat etmiş		
Kaç yıl eğitim aldınız?yıl					
En son bitirdiğiniz okul nedir?	İlkokul	Orta Okul	Lise	Yüksek Okul (2 Yıllık)	Üniversite (4 yıllık)	Yüksek Lisans
Kaç çocuğunuz var?	Yok	1	2	3 ve üzeri		
Kendiniz dışında bakmakla olduğunuz kişi sayısı nedir?	Yok	1	2	3	4 ve üzeri	
İş/İstihdam Durumunuz nedir?	Kamu çalışanı (Devlet)	Özel sektör çalışanı	İşyeri sahibi	Emekli	Diğer (Belirtiniz	
Mesleğiniz nedir?					
Aylık kişisel geliriniz nedir? (Asıl işiniz ve diğer gelir kaynaklarınızdan elde ettiğiniz tüm gelirleriniz dahil):TL	1.499 TL veya altında	1.500-2.000 TL arasında	2.001-3.000 TL arasında	3.001-5.000 TL arasında	5.001-10.000 TL arasında	10.000 TL'den fazla
Hanehalkının aylık toplam geliri ne kadardır? (Aynı hanehalkındaki tüm bireylere ait maaş, kira, kar vb. gelirlerin toplamı) :TL	1.499 TL veya altında	1.500-2.000 TL arasında	2.001-3.000 TL arasında	3.001-5.000 TL arasında	5.001-10.000 TL arasında	10.000 TL'den fazla
Ev Sahibi misiniz?	Evet	Hayır				
Son bir yıl içinde, gelirinizde beklentinizin dışında önemli bir değişiklik oldu mu?	Beklediğimden daha çok düştü	Beklediğimden daha az düştü	Hayır	Beklediğimden daha az arttı	Beklediğimden daha çok arttı	
Son bir yıl içinde harcamalarınızda hastalık, kaza veya diğer nedenlerle beklenmedik bir artış oldu mu?	Evet	Hayır				
Geliriniz ihtiyaçlarınızı karşılamak için yeterli midir?	Gelirim ihtiyaçlarımla çok altında	Gelirim ihtiyaçlarımla altında	Gelirim ihtiyaçlarımla karşılamak için yeterli	Gelirim ihtiyaçlarımla üzerinde	Gelirim ihtiyaçlarımla çok üzerinde	
Bankalardan hiç kredi kullandınız mı? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)	Hayır	İhtiyaç kredisi kullandım	Konut kredisi kullandım.	Taşıt kredisi kullandım.	Kredili Mevduat Hesabı Kredisi kullandım.	Ticari kredi kullandım.
Şu anda bankalara kredi borcunuz var mı? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)	Hayır	İhtiyaç kredisi borcum var	Konut kredisi borcum var	Bireysel Taşıt kredisi borcum var	Kredili Mevduat Hesabı Kredisi borcum var	Ticari kredi borcum var
Yaşadığınız Şehir					
Her alışverişten sonra kredi kartı borçlarınızın toplam tutarının, telefonunuza gönderilecek bir mesaj ile hatırlatılması, kredi kartını daha kontrollü kullanmanızda yardımcı olur mu?	Evet	Hayır				

EK. 17 ANKET FORMU (2)

Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz. Eğer ifadeye hiç katılmıyorsanız "0"ı, kesinlikle katılıyorsanız "5"i işaretleyiniz. Bu iki uç arasında bir yerde olduğunuzu düşünüyorsanız arada kalan sayılardan kendinize uygun olanı işaretleyiniz.							
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
1	Satın alacağım şeyleri çoğunlukla önceden planlarım.	0	1	2	3	4	5
2	Alışverişe gittiğimde, satın almak niyetinde olmadığım şeyler de alıyorum.	0	1	2	3	4	5
3	Birşey satın almadan önce farklı markaları veya alternatifleri karşılaştırırım.	0	1	2	3	4	5
4	Sık sık düşünmeden birşeyler satın alırım.	0	1	2	3	4	5
5	Sadece, gerçekten ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.	0	1	2	3	4	5
6	Birşeyleri gördüğüm yerde hemen satın almaya alışığımdır.	0	1	2	3	4	5
7	Bir şey satın almam gerektiğinde acele etmem, etraflıca düşünürüm.	0	1	2	3	4	5
8	Gerçekten beğendiğim bir şey gördüğümde sonuçlarını düşünmeden alırım.	0	1	2	3	4	5
9	Bazen, içimden gelen satın alma isteğini bastıramam.	0	1	2	3	4	5
10	Satın aldığım şeylerden dolayı sık sık pişmanlık duyarım.	0	1	2	3	4	5
11	O anda ne hissettiğime göre satın alırım.	0	1	2	3	4	5
12	İçimden geldiği anda birşeyler satın almanın heyecanını severim.	0	1	2	3	4	5
13	Yeni bir şey gördüğümde, onu satın almak isterim.	0	1	2	3	4	5
14	Birşey çok hoşuma gitmişse, onu kaybetmemek için hemen satın alırım.	0	1	2	3	4	5
15	Bazen kendimi iyi hissetmek için birşeyler satın alırım.	0	1	2	3	4	5
2 Lütfen aşağıdaki her bir ifadenin size ne ölçüde uygun olduğunu belirtiniz.							
	Hiçbir zaman	Çok Seyrek	Seyrek	Bazen	Çoğunlukla	Herzaman	
1	Çocukluğumda ailem parasını tasarruflu kullanır, bütçesine göre harcama yapardı.	0	1	2	3	4	5
2	Çocukluğumda ailem paramı nasıl harcamam gerektiği konusunda bana yol gösterirlerdi.	0	1	2	3	4	5
3	Çocukluğumda ailem harçlıklarımı bana düzenli olarak verirlerdi.	0	1	2	3	4	5
4	Çocukluğumda ailem (gelir-giderleri, tasarrufları, borçları ve yatırımları gibi) ekonomik kararları hakkında benimle konuşurlardı.	0	1	2	3	4	5
5	Çocukluğumda ailem harçlıklarımı biriktirmem için beni teşvik ederlerdi.	0	1	2	3	4	5

EK. 17 ANKET FORMU (3)

3 Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.										
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum				
1	0	1	2	3	4	5				
İnsanları etkileyen şeylere sahip olmak hoşuma gider.										
2	0	1	2	3	4	5				
Sahip olduğum şeyler, hayattaki başarımla ilgili olarak çok şey ifade eder.										
3	0	1	2	3	4	5				
Pahalı ev, araba ve giysilere sahip kişilere hayranlık duyarım.										
4	0	1	2	3	4	5				
Mal ve eşyalar söz konusu olduğunda hayatımı basit yaşamaya çalışırım.										
5	0	1	2	3	4	5				
Bir şeyler satın almaktan çok zevk alırım.										
6	0	1	2	3	4	5				
Kendi yaşamımda pek çok lüksten hoşlanırım.										
7	0	1	2	3	4	5				
Şu anda sahip olmadığım belirli şeylere sahip olursam hayatım daha iyi olacak.										
8	0	1	2	3	4	5				
Daha fazla şey almaya gücüm yetseydi daha mutlu olurum.										
9	0	1	2	3	4	5				
Bazen istediğim her şeyi satın alamamak epey canımı sıkıyor.										
4 Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.										
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum				
1	0	1	2	3	4	5				
Alışveriş yaparken sorunlarımı unutuyorum.										
2	0	1	2	3	4	5				
Alışverişi zorluluktan dolayı yaparım, hoşlandığım için değil.										
3	0	1	2	3	4	5				
Yapabileceğim diğer şeylerle karşılaştırıldığında alışverişte zaman geçirmeyi daha eğlenceli buluyorum.										
4	0	1	2	3	4	5				
Heyecan verici yeni ürünler arasında olmaktan hoşlanıyorum.										
5	0	1	2	3	4	5				
Alışverişi, aldığım şeylerin dışında, alışverişin kendisi için seviyorum.										
6	0	1	2	3	4	5				
Alışverişte iyi bir ürün veya fiyat yakaladığımda heyecan duyarım.										
7	0	1	2	3	4	5				
Alışverişe gitmeyi bir kaçış gibi hissediyorum.										
8	0	1	2	3	4	5				
Alışverişe gitmekten gerçekten zevk duyuyorum.										
5 Gelecekte daha fazla yarar görmek için, bugün yararlanmakta olduğunuz birşeylerden vazgeçmeye olursunuz? 0 hiç gönüllü olmadığımız 10 çok gönüllü olduğunuz anlamına gelmektedir.										
Hiç gönüllü olmam					Çok gönüllü olurum					
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

EK. 17 ANKET FORMU (4)

6	Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.						
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Ödemeyi kredi kartı ile yapacaksam, birşeyleri satın alma olasılığım artıyor.	0	1	2	3	4	5
2	Kredi kartı kullanırken bir ürünün fiyatını daha az dikkate alıyorum.	0	1	2	3	4	5
3	Kredi kartı kullandığım alışverişlerde daha fazla harcıyorum.	0	1	2	3	4	5
4	Ödemeyi kredi kartı ile yapacaksam, birşeyleri satın almaya daha çabuk karar veriyorum.	0	1	2	3	4	5
5	Kredi kartı ile harcama yaparken gelirim hesabı katmıyorum.	0	1	2	3	4	5
7	Lütfen aşağıdaki soruları yanıtlarken sahip olduğunuz tüm kredi kartlarınızı düşünerek son 12 ayı dikkate alınız ve kendiniz için uygun olan seçeneği işaretleyerek cevaplayınız.						
		Hiçbir zaman (0)	Çok Seyrek (1-2 ay)	Seyrek (3-4 ay)	Bazen (5-6 ay)	Çoğunlukla (7-10 ay)	Her zaman (11-12 ay)
1	Son bir yılda kaç ay bütün kredi kartı borçlarınızı tam olarak ödediniz?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
2	Son bir yılda herhangi bir kredi kartı borcunuz için hiç ödeme yapmadığınız ay oldu mu?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
3	Son bir yılda kaç ay herhangi bir kredi kartınız için yalnızca asgari ödeme miktarında ödeme yaptınız?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
4	Son bir yılda kaç ay herhangi bir kredi kartınız için asgari ödeme miktarının altında ödeme yaptınız?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
5	Son bir yılda kaç ay toplam kredi kartı borcunuz, tüm kartlarınızın toplam maksimum limitine ulaştı?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
6	Son 12 ay içinde, bir kredi kartı borcunuzu diğer kartınızla ödediğiniz oldu mu?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
7	Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için yakınlarınızdan borç veya parasal destek aldınız mı?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
8	Son 12 ayda kredi kartı borcunuzu ödemek için banka kredisi kullandınız mı?	0	1-2 ay	3-4 ay	5-6 ay	7-10 ay	11-12 ay
9	Son 12 ayda kredi kartlarınızdan nakit para çektiniz mi? Çektiyerseniz kaç kez?	Hayır	1-2 kez	3-4 kez	5-6 kez	7-10 kez	10'dan fazla
10	Kaç tane kredi kartınız var?	1	2	3	4	5	6 veya daha fazla
11	Kredi kartı borcunuzun vadesini uzatmak için 72 aya kadar taksitlendirme imkanından yararlandınız mı?	Evet	Hayır				

EK. 17 ANKET FORMU (5)

8	Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz. "0" kesinlikle katılmadığınızı "5" ise kesinlikle katıldığınızı anlamına gelmektedir. Bu iki uç arasındaki sayılardan kendiniz için uygun olanı işaretleyiniz.						
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Bir ürünü sırf statüsü olduğu için, yani başarı, prestij veya zenginlik göstergesi olduğu için satın alabilirim.	0	1	2	3	4	5
2	Statüye sahip yeni ürünlerle ilgilenirim (yeni moda giysiler veya yeni cep telefonu modelleri gibi).	0	1	2	3	4	5
3	Statüye sahip bir ürün için daha fazla para ödevebilirim.	0	1	2	3	4	5
4	Bir ürünün prestijli olması veya olmaması beni alakadar etmez.	0	1	2	3	4	5
5	Üst kesime ait olduğumu hissettiren ürünlere daha çok değer veririm.	0	1	2	3	4	5
6	Bana saygı/hayranlık kazandıran markalı/pahalı veya prestijli şeyler satın alırım.	0	1	2	3	4	5
7	Bazen başkalarına kim olduğumu göstermek için pahalı/markalı veya prestijli şeyler satın alırım.	0	1	2	3	4	5
8	Başkaları tarafından farkedilmek için markalı/pahalı veya prestijli şeyler kullanırım.	0	1	2	3	4	5
9	Başkalarına göstermek istediğim imajımla uyumlu olan şeyleri pahalı da olsa satın alırım.	0	1	2	3	4	5
10	Satın aldığım şeylerin başkalarının gözündeki imajımı güçlendirmesini önemserim.	0	1	2	3	4	5
11	Bazen belli bir ürün veya markayı kullanmanın bana sahip olmak istediğim imajı kazandırdığını hissedirim (bir sporcu gibi atletik, bir model gibi alımlı, bir işadamı gibi karizmatik ve benzeri).	0	1	2	3	4	5
9	Lütfen aşağıdaki her bir ifadenin size ne ölçüde uygun olduğunu belirtiniz.						
		Hiçbir zaman	Çok Seyrek	Seyrek	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
1	Giderlerimi gelirlerime göre planlayarak bütçe yaparım.	0	1	2	3	4	5
2	Harcamalarımda önceliği zorunlu ihtiyaçlarıma veririm.	0	1	2	3	4	5
3	Fatura, borç, vergi, aidat, vb. ödemelerimi ceza veya faiz ödemek için zamanında yaparım.	0	1	2	3	4	5
4	Cebimde/cüzdanımda ve hesaplarımda ne kadar param olduğunu bilirim.	0	1	2	3	4	5
5	Bütçeme veya harcama planlarıma uymakta zorlanıyorum.	0	1	2	3	4	5
6	Az veya çok, gelirimden bir kısmını düzenli olarak tasarruf ederim.	0	1	2	3	4	5
7	Acil veya beklenmedik durumlar için (hastalık, işsizlik, ekonomik kriz gibi) birkaç aylık giderlerimi karşılayacak tasarrufum vardır.	0	1	2	3	4	5
8	Araba, ev, eğitim gibi uzun vadeli amaçlarım için tasarruf yaparım.	0	1	2	3	4	5

EK. 17 ANKET FORMU (6)

10	Lütfen kendiniz hakkındaki duygu ve düşüncelerinizle ilgili olarak aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.											
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum					
1	Genel olarak kendimden memnunum.	0	1	2	3	4	5					
2	Bazen hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum.	0	1	2	3	4	5					
3	Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.	0	1	2	3	4	5					
4	Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar birşeyler yapabilirim.	0	1	2	3	4	5					
5	Kendimde gurur duyacak fazla birşey bulamıyorum.	0	1	2	3	4	5					
6	Bazen kendimin kesinlikle bir işe yaramadığımı düşünüyorum.	0	1	2	3	4	5					
7	Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.	0	1	2	3	4	5					
8	Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.	0	1	2	3	4	5					
9	Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.	0	1	2	3	4	5					
10	Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.	0	1	2	3	4	5					
11	Lütfen aşağıdaki her bir ifadenin size ne ölçüde uygun olduğunu belirtiniz.											
		Hiçbir zaman	Çok Seyrek	Seyrek	Bazen	Çoğunlukla	Herzaman					
1	Kredi kartı ile yaptığım alışverişlerde taksit imkanı varsa yararlanırım.	0	1	2	3	4	5					
2	İhtiyaçlarımı ertelemektense kredi kartı ile taksitli satın almayı tercih ederim.	0	1	2	3	4	5					
3	Kredi kartı ile yaptığım alışverişleri parasal bir sıkışıklığım yoksa tek çekimde öderim.	0	1	2	3	4	5					
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum					
4	Kredi kartına taksit uygulamasını seviyorum.	0	1	2	3	4	5					
6	Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmak beni endişelendirir.	0	1	2	3	4	5					
5	Kredi kartı ile taksitli alışveriş yaparken kendimi daha rahat hissedirim.	0	1	2	3	4	5					
7	Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmak, kolayca fazla harcamaya yol açabilir.	0	1	2	3	4	5					
8	Kredi kartı ile taksitli alışveriş yapmayı, ödemeleri vadeye yaydığı için, mantıklı buluyorum.	0	1	2	3	4	5					
9	Fazla borçlanmamak için kredi kartıyla taksit yapmamak gerekir.	0	1	2	3	4	5					
12	Genel olarak, risk almaya hazır bir kişi misiniz ya da risk almaktan sakınmaya çalışan biri misiniz? 0 risk almaktan tamamen sakındığınız, 10 risk almaya çok hazır olduğunuz anlamına gelmektedir.	Risk almaktan sakınırım						Risk almaya hazırım				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

EK. 17 ANKET FORMU (7)

13 Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.							
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
1	Harcama davranışımı yakından izlerim.	0	1	2	3	4	5
2	Sosyal ortamlarda/arkadaşlarımla dışarıya çıktığımda, bazen ne kadar harcadığımı farkında olmuyorum.	0	1	2	3	4	5
3	Birşey satın almadan önce ihtiyaçlarımı dikkatle düşünürüm.	0	1	2	3	4	5
4	Bütçemle ilgili amaçlarıma ulaşmak için ürünlerin cazibesine (çekiciliğine) karşı koyabilirim.	0	1	2	3	4	5
5	Birşey satın alma kararımın sonuçlarını dikkatlice düşününceye kadar, alışverişimi genellikle ertelerim.	0	1	2	3	4	5
6	Uzun vadeli parasal amaçlarım için etkili bir şekilde uğraşırım.	0	1	2	3	4	5
7	Söylemek gerektiğinde ne zaman ne kadar harcadığımı bilirim.	0	1	2	3	4	5
8	Ne kadar harcadığımdan ben sorumluyum.	0	1	2	3	4	5
9	Harcamalarımı kontrol altında tutmakta zorlanıyorum.	0	1	2	3	4	5
14 Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye kendinizle ilgili olarak ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.							
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
1	Bazen çılgınca alışveriş yaparım.	0	1	2	3	4	5
2	Üzgün, hayal kırıklığına uğramış depresif, ya da kızgın olduğumda fazla alışveriş yaparım.	0	1	2	3	4	5
3	Harcama alışkanlıklarım konusunda ne kadar endişelensem de yine alışverişe gidip para harcıyorum.	0	1	2	3	4	5
4	Düşüncesizce alışveriş yaptığım için sık, sık kendimi suçlu veya utanmış hissederim.	0	1	2	3	4	5
5	Karşılacak param olmadığına bile birşeyler satın alıyorum.	0	1	2	3	4	5
6	Sık sık ihtiyacım olmayan ya da kullanmadığım şeyler satın alıyorum.	0	1	2	3	4	5
7	Bazen alışveriş yapmam gerektiğinde bile, alışveriş yapmak mecburiyetindeymişim gibi hissediyorum.	0	1	2	3	4	5
8	Bazen alışverişe gidip birşeyler satın almak için karşı koyamayacağım kadar güçlü bir istek duyuyorum.	0	1	2	3	4	5
15 Lütfen kendiniz hakkındaki duygu ve düşüncelerinizle ilgili olarak aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtiniz.							
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
1	Bazı sorunlarımı çözebilmemin gerçekten bir yolu yok.	0	1	2	3	4	5
2	Gelecekte ne yaşayacağım çoğunlukla bana bağlıdır.	0	1	2	3	4	5
3	Bazen hayatın içinde savrulduğumu hissediyorum.	0	1	2	3	4	5
4	Hayatımdaki önemli şeylerin bir çoğunu değiştirmek için yapabileceğim fazla bir şey yok.	0	1	2	3	4	5
5	Hayattaki problemler ile başa çıkabilmek konusunda, kendimi sık sık çaresiz hissediyorum.	0	1	2	3	4	5
6	Yapmayı gerçekten kafama koyduğum hemen herşeyi yapabilirim.	0	1	2	3	4	5
7	Yaşadığım şeyler üzerinde kontrolüm çok sınırlıdır.	0	1	2	3	4	5

EK: 17 ANKET FORMU (8)

16 Lütfen aşağıdaki her bir ifadenin karakterinize ne ölçüde uygun olduğunu veya olmadığını belirtiniz. Eğer ifadeye kesinlikle katılmıyorsanız "0"ı işaretleyiniz, eğer ifadeye kesinlikle katılıyorsanız "5"i işaretleyiniz. Bu iki uç arasında bir yerde olduğunuzu düşünüyorsanız arada kalan sayılardan kendinize uygun olanı işaretleyiniz.						
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	0	1	2	3	4	5
2	0	1	2	3	4	5
3	0	1	2	3	4	5
4	0	1	2	3	4	5
5	0	1	2	3	4	5
6	0	1	2	3	4	5
7	0	1	2	3	4	5
8	0	1	2	3	4	5
9	0	1	2	3	4	5
10	0	1	2	3	4	5
11	0	1	2	3	4	5
12	0	1	2	3	4	5
13	0	1	2	3	4	5
14	0	1	2	3	4	5

Anketimize katılarak bilimsel bir çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.