

Bireysel Müşterilerin Kredi Kartı Tercih Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma

Özet

Ferudun KAYA¹

Bireysel müşterilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre bankaların sunduğu hizmetler arasında yer alan kredi kartlarının işlevleri artırılarak şekillendirildikçe bireysel müşterilerin kredi kartı kullanma yönündeki tercihleri de artmaktadır. Bankaların müşterilerine tek tip hizmet yerine bireyin şahsına özel hizmet sunması, müşteri bağlılığı konusunda daha etkili olacaktır. Çalışma ile kredi kartlarının, kart hamilleri tarafından tercih edilmesine etken olan tutumların araştırılması amaçlanmıştır. Başka bir ifade ile yapılan bu araştırmada “Bireysel müşterilerin kredi kartı tercih nedenleri nelerdir?” sorusuna yanıt bulunmaya çalışılmıştır. Veriler, İstanbul ili ilçe merkezlerinden anket yöntemi ile elde edilmiştir. Çalışma bulgularına göre, bireysel müşterilerin kredi kartı tercihinde “kredi kartını piyasaya sunan bankanın güvenilirliği” önemli derecede etkili bulunan unsur olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kredi Kartları, Bireysel Müşteri.

Astudy to Find out the Reasons of Credit Card Preferences of the Individual Customers

Abstract

With the function advancement of credit cards, the individuals' trend of using credit cards increases according to their demographic and socio-economic characteristics. Instead of the banks' offering unique service to their customers, customer-based distinctive service will be more effective in customers' loyalty. With this study, that the attitudes affecting why the credit cards are preferred by the card bearers is intended to study on. In other words, the answer to the question “What are the reasons of credit card preferences of the individual customers?” is tried to find out. The data has been collected in İstanbul and its central counties with the method of field survey. According to the findings, when looked at the order of priorities of preferences, what comes first is that “the the reliability of the bank presenting the cards has been found out to be the most effective factor”.

Keywords: Credit Cards, Individual customer.

¹ Dr. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, AMYO Bankacılık Programı Alaplı – Zonguldak.

kayaferudun@gmail.com