

*** Assist.Prof.Dr.Gülten YURTSEVEN (e-mail:gkonuk@baskent.edu.tr)**
*** Université de Başkent/ Faculté de Sciences Commerciaux**
ANKARA / LA TURQUIE

Credit card usage habits of university students in Ankara, Turkey

Abstract

Credit card usage has been increasing steadily as a result of increasing competition among the banks and also due to intense marketing efforts in distributing credit cards to bank customers. There are other factors contributing to this increasing use such as ease of shopping with credit cards, no need to carry cash, and the possibility of paying the bill in installments over the following months. Yet unconscious card usage causes great problems such as bankruptcies, suicides, and divorces. Credit card usage problems spread over to university students in developed countries and suicide, compulsive buying and dropping out from school incidents increased besides bankruptcies and consequently some governments had to intervene. Although there are many studies about credit card usage among families and consumers, there is not any study about credit card usage and related issues among university students in Turkey. In this study, students' credit cards usage behavior is analyzed with a questionnaire applied to a sample of 600 female and 678 male students who were taken randomly from the state and private universities in Ankara.

Keywords: Credit card usage, university students, consumer behavior.

L'usage de Cartes de Crédit Bancaire par Les Etudiants Universités à Ankara en Turquie

1. Introduction

Dans les secteurs économiques et commerciaux, l'argent liquide constitue le moyen de paiement traditionnel. Néanmoins, les systèmes juridiques ont établi divers moyens de paiement susceptibles de remplacer l'argent. A la suite des problèmes de préservation de l'argent liquide ainsi que des exigences à l'usage de chèques bancaires, les 'cartes de crédit bancaires' ont été mises à la disposition des consommateurs. Les cartes de crédit bancaires sont définies comme le moyen de paiement le plus flexible, et le plus pratique, permettant aux possesseurs d'effectuer des retraits d'argent liquide à distance, des achats de produits ou de services (Nokay, 2007; Chakravorti et Emmons, 2003; TBB, 2007; Association Des Banquiers Canadiens, 2005).

L'utilisation des cartes de crédit bancaires, émis sur le marché à la suite du développement technologique et financier, affiche une forte croissance à la fin du 20ème siècle et au début du

21ème siècle, voire une utilisation plus marquée par rapport au paiement en liquide. Aujourd'hui, ces cartes constituent une source de crédit importante pour les consommateurs à revenus de tous niveaux. Pour la plupart des consommateurs, les cartes de crédit sont devenues un moyen de règlement pratique et spontané. Ainsi, le réflexe "achète aujourd'hui et paie demain" est devenue incontestablement un mode de vie (Reisoğlu, 2004; Cargill et Wendel, 1996; Aysan et Müslim, 2006; Chakravorti et Emmons, 2003; Yetim, 1997; Nokay, 2007; Feinberg, 1986; Hayhoe et autres, 2000).

Le débit du peuple Américain, qui s'affichait à 3000 \$ en moyenne dans les années 90, s'élève à 7500 \$ dans les années 2000, avec 13 cartes de crédit environ par domicile. L'usage de cartes de crédit dans les universités en est le reflet. Les sondages démontrent qu'un enfant devient un élément social consommateur en faisant son premier achat individuellement à l'âge de 8 ans. Lorsqu'ils arrivent à l'université ces jeunes à plein temps forment un pouvoir d'achat de plus de 60 millions aux Etats-Unis. L'utilisation des cartes de crédit par les étudiants aux Etats-Unis entre 1988-1990 s'est multipliée par 3. D'après une étude effectuée par Hayhoe et ses collaborateurs, 70 à 80% des étudiants disposent au moins d'une carte de crédit et la majorité d'entre eux en ont en moyenne 3. Selon une autre étude de Roberts et Jones, 2/3 des étudiants possédant une carte de crédit et 14,0% d'entre eux ont un débit variant entre 3000 et 7000 \$. La part de ceux dont le débit dépasse 7000 \$, est de 10,0%. 27,0% des étudiants possèdent plus de 4 cartes de crédit. Aujourd'hui, l'argent a une grande importance pour cette génération qui s'est vue grandir dans une société "de cartes de crédit". Ces étudiants évoluent étant habitués aux dettes et utilisent aisément les cartes de crédit devenues d'une certaine manière un symbole de cette époque (Roberts, 1998; Roberts et Jones, 2001; Hayhoe et autres, 2000).

50 ans après les Etats-Unis, en 1987 les cartes de crédit sont introduites dans le système financier en Turquie. Leur utilisation ne se répand que vers la fin des années 90. Le marché Turc des cartes de crédit de cette période peut se comparer à celui des Etats-Unis dans les années 80 (Yetim, 1997; Reisoğlu, 2004; Aysan et Müslim, 2006). On note une croissance continue du nombre et de l'usage de ces cartes (Aysan et Müslim, 2006). Alors que ce nombre est de 13.408.477 fin 2000, il atteint fin 2008 les 43.394.025: il a plus que triplé. Le montant total des achats et des retraits liquides se chiffre à 10.498.000.000 TL à la fin 2000. Arrivée fin 2008 ceci se multiplie par plus de 17 pour atteindre 186.549.000.000 TL (BKM, Le Centre Interbancaire de Cartes).

L'autre variante qui démontre l'augmentation de l'utilisation des cartes de crédit est le nombre d'opérations effectuées par celles-ci ; 465 millions d'opérations ont été enregistrées

en Turquie à la fin 2000, dont 405 millions pour achats et 60 millions pour retraits liquides. Ce nombre d'opérations s'élève à 1.692 millions à la fin 2008, dont 1.598 millions pour achats et 94 millions pour retraits liquides (BKM, Le Centre Interbancaire de Cartes).

Il s'avère donc très important pour les banques d'attirer les étudiants vers les biens de consommation et l'utilisation des cartes de crédit. Les banques sont conscientes que si les étudiants sont encouragés aujourd'hui à utiliser leurs cartes de crédit pour leurs dépenses courantes, ils seront les clients de demain. Les publicités pour les cartes de crédit utilisent des arguments subjectifs pour entraîner cette habitude chez les étudiants (désir de gâter quelqu'un, atteindre un certain mode de vie, voyages à l'étranger, divertissements, vols aériens à bas prix, réductions.) (Hayhoe, Leach et Turner, 1999; Hayhoe et autres, 2000).

Afin d'accroître leurs parts en Turquie, qui représente l'un des marchés les plus importants d'Europe pour l'utilisation des cartes de crédit, les banques se sont mises à la recherche de nouveaux marchés et se concentrent et se concurrencent sur les étudiants. Dans le marché qui atteint un chiffre d'affaire de 65 milliards de TL durant les 9 premiers mois de 2005, les banquiers ont en un an issus 500 milles cartes de crédit aux étudiants, en majorité à ceux des universités fondation, grâce à des offres spéciales (Çelebi, 2005; Yılmaz, 1999).

Dans le cadre de la commercialisation des cartes de crédit, des équipes ont été constituées dans les succursales ainsi qu'aux sièges des banques, voire même des points de vente dans les centres commerciaux, afin d'atteindre le plus grand nombre de personnes par des propositions alléchantes. De nos jours, de nombreuses banques renoncent même au frais de cartes et les octroient sans difficultés formalitaires et offrent certains privilèges aux possesseurs qui effectuent des opérations croissantes. Certaines banques ne se contentent que d'une pièce d'identité d'étudiant sans recours à la garantie des tuteurs lors de l'attribution de cartes de crédit, certaines n'exigent aucun document de garantie. Les banques ayant signé des contrats avec les universités pour l'encaissement des droits d'études prennent peu de risques. Ces cartes dont les limites varient entre 300 et 500 TL peuvent alors se présenter comme une dette face aux tuteurs ou aux parents, et lorsqu'ils ne sont pas remboursés à temps les banques procèdent à des saisies sur les revenus des parents qui ne se sont même pas portés garants pour ces dettes. Ces procédures entraînent la réaction des parents ainsi que le refus de remboursement au motif qu'ils ne peuvent être tenus pour responsable dans cet endettement (Çelebi, 2005; Yılmaz, 1999).

Selon des analyses courantes, cette habitude de consommer par l'endettement entraîne une dépendance compulsive : « l'achat compulsif ». Une étude menée par Roberts (1998) révèle l'hypothèse que la dépendance à la consommation augmente de manière croissante chez les

étudiants aux Etats-Unis ; ce qui entraîne de sérieuses incidences non seulement sur le consommateur mais également sur son entourage et sur la société. Les faillites individuelles ont atteint un record de 1.380 millions en 1998, et ont régressé de 9,0% (1.260 millions) en 1999. Parmi les personnes revendiquant une protection selon le code de faillite, les débiteurs de cartes de crédit sont en grande majorité. L'augmentation des problèmes financiers chez les jeunes de moins de 35 ans devient de plus en plus dramatique; environ 9,0% de ces jeunes ont un retard de 60 jours pour toutes sortes de dettes. D'après une étude de Visa (U.S.A, 1996), 8,7% des recours pour faillite sont effectués par des jeunes de moins de 25 ans. Quelques années auparavant, ces jeunes ne constituaient qu'1,0% de ces recours. Plus de la moitié des demandes d'assistance professionnelle au Centre National d'Assistance Clientèle sont effectuées par des jeunes entre 18 et 32 ans (McBride, 1997; Roberts, 1998; Roberts et Jones, 2001). Selon un chercheur qui a fait une étude pour Consumer Federation of America (CFA), les étudiants évoluent dans un milieu d'endettement illimité et l'octroi incontrôlé de cartes de crédit présente de nos jours un danger plus grand que l'abus d'alcool et les maladies sexuellement transmissible (Smith,1999).

Les étudiants utilisant leurs cartes de crédit de manière irresponsable connaissent en majorité des problèmes financiers et psychologiques qui se répercutent sur leurs résultats scolaires et leur vie, entraînant même des suicides. Les conséquences des problèmes financiers et des débits financiers poursuivent les étudiants notamment dans leur vie post universitaire. Leurs notes de crédits peuvent influencer l'embauche et l'obtention ultérieure d'un éventuel crédit (Roberts et Jones, 2001).

Alors qu'il existe dans le monde entier des recherches identifiant les habitudes des étudiants utilisant des cartes de crédit, on ne relève aucune recherche spécifique publiée dans ce domaine, en Turquie. Il existe uniquement des publications du centre de carte interbancaires aux catégories de dépenses effectuées par les étudiants. D'après le résultat d'un communiqué datant de 2005 du centre interbancaire de cartes (Çelebi, 2005), les dépenses des étudiants se présentent ainsi: 55,0% aux vêtements, 25,0% aux aliments, 15,0% aux divertissements. Le reste des dépenses sont faites pour le transport, la librairie et l'informatique.

2. L'objectif de La Recherche

De nos jours, dans les pays développés, l'usage des cartes de crédit retient l'attention des groupes financiers et des hommes politiques. Les autorités et les conseillers financiers s'intéressent aux corrélations entre l'attitude financière et l'habitude d'investissement et

d'économie, et s'interrogent sur le pourquoi et le comment de l'endettement des individus (Hayhoe, Leach, Turner, 1999).

La candidature de la Turquie à l'Union Européenne a accru l'importance du marché turc de cartes de crédit. Dans ce marché croissant, les banques étrangères ont accru leur part par l'union avec les banques locales ou par leurs bénéficiaires. Cet intérêt doit se poursuivre dans un avenir proche (Aysan et Müslim, 2006). En Turquie, malgré un usage répandu des cartes de crédit et malgré les conséquences financières, sociales, psychologiques et familiales –tels la faillite personnelle, le licenciement, le divorce ou encore le suicide- dues à l'endettement causé par ces cartes, il n'existe pas d'études exhaustives sur le sujet. De plus il n'existe pas d'étude particulière concernant les influences de l'usage des cartes de crédit sur le mode de consommation des étudiants possédants ces cartes.

Cette recherche vise à définir les attitudes et habitudes des étudiants inscrits dans les Universités d'Etat et Fondation localisées à Ankara:

1. Définir l'usage ou non de cartes de crédit, si non la raison, si oui le but,
2. Depuis combien de temps, dans quelles fréquences, par quels motifs et dans quelles conditions préfèrent-ils les utiliser. Quelles en sont les influences, quelles en sont les satisfactions et insatisfactions et les raisons,
3. Relever les catégories de dépenses les plus fréquentes,
4. Définir s'il y a différence dans les habitudes de l'usage de cartes de crédit selon le sexe et l'université (Fondation ou Etat).

3. Méthode de Recherche et D'évaluation

Pour constituer le choix de l'échantillon du projet de recherche dans l'objectif de définir les habitudes de l'usage de cartes de crédit des étudiants dans les universités (d'Etat et Fondation) à Ankara, le nombre d'étudiants en licence (4 ans d'études) et pré licence (2 ans d'études) pour l'année universitaire 2003-2004 a été relevé selon les registres de Conseil de L'Enseignement Supérieur (T.C Y.Ö.K- <http://www.yok.gov.tr/istatistikler/>). A Ankara, on enregistre 153.197 étudiants pour l'année 2003-2004, dont 133.394 inscrits dans les Universités d'Etat et 19.803 inscrits dans les Universités de Fondation.

Dans le cadre de la modélisation, pour déterminer l'échantillon nous avons eu recours à l'équation suivante :

$$n = \frac{p \cdot q \cdot t^2}{d^2} \quad \text{où:}$$

t^2 : l'intervalle de confiance,

n: nombre d'échantillons,
p: probabilité de succès,
q: probabilité d'échec,
d: le risque quadratique.

D'après la méthode d'enquête pour pouvoir faire une estimation pour une variante avec un intervalle de fiabilité de 95,0% et un marge d'erreur de 5,0%, 386 étudiants suffisent (Sencer et Irmak, 1984; Altunışık et autres, 2005). Lorsqu'on ajoute la simple variante du genre d'universités (État-Fondation) l'échantillon requis est de 772 étudiants environ. 3 Universités d'Etats sur 4 et 2 Universités de Fondation sur 5 ont été incluses au hasard dans la recherche: Les universités d'Etat 'Université de Gazi', 'Université de Hacettepe' et 'Université Technique du Moyen Orient (ODTU-MEDTU)'; Les universités de Fondation 'Université de Başkent' et 'Université de Bilkent'. Le nombre d'étudiants des Universités d'Etat définies représente 74,33% de la totalité dans cette catégorie. Le nombre d'étudiants des Universités de Fondation définies représente 75,15% de la totalité dans cette catégorie. Echantillonner 1,0% des étudiants des universités définies et poursuivre cette enquête sur les étudiants choisis par la méthode « d'échantillonnage aléatoire simple » (simple random sampling), doit aider à maximiser l'échantillonnage et de minimiser dans le même temps sa variante.

Dans cette perspective, en représentation des Universités d'Etats 576 étudiants (dont 276 femmes et 300 hommes) de l'Université de Gazi, 267 étudiants (dont 142 femmes et 125 hommes) de l'Université de Hacettepe, 146 étudiants (dont 55 femmes et 91 hommes) de l'Université Technique du Moyen Orient (ODTU-MEDTU); et en représentation des Universités de Fondation 56 étudiants (dont 29 femmes et 27 hommes) de l'Universités de Başkent, 93 étudiants (dont 42 femmes et 51 hommes) de l'Universités de Bilkent, au total 1.138 étudiants (dont 544 femmes et 594 hommes) ont été choisis pour constituer l'échantillon essentiel en vue de cette enquête. Le nombre d'exemples choisis représente ainsi 0,74% de l'ensemble des étudiants d'Ankara. Pour ne pas passer au-dessous du nombre requis, une part de 30,0% de refus de réponse a été rajoutée à la totalité des étudiants choisis comme exemplification de base.

Le formulaire de l'enquête a été développé grâce aux expériences des enquêtes antérieurement menées sur l'usage de cartes de crédit, et notamment par un test effectué sur un groupe précis. Après des explications de procédure, il a été distribué et rempli par les étudiants. A l'issue d'un contrôle sur les éventuelles erreurs, on atteint les exemplifications suivant dans le tableau 1.

Tableau 1. La répartition des exemplifications de l'enquête selon les universités

Universités	Femme	Homme	Total
Université de Gazi	276	300	576
Université de Hacettepe	142	125	267
ODTÜ	55	91	146
Université de Başkent	29	27	56
Université de Bilkent	42	51	93
Total	544	594	1.138

Dans l'analyse des dernières données au stade de codification, en raison de l'espace étendue de l'application du sondage de marketing la méthode khi-deux (χ^2) a été utilisée (Kurtuluş, 1981). Les études statistiques ont été menées par l'utilisation du programme SPSS 11.5

4. Résultats et Discussion

86,2% des étudiants qui ont participé à l'enquête sont des Universités d'Etat, et 13,8% sont des Universités de Fondation. La proportion d'homme (53.1%) et de femme (46%) parmi les étudiants est proche. 76,3% sont entre 21 et 24 ans, 17,0% ont plus de 25 ans, 6,7% ont plus de 20 ans ou moins. L'âge minimum compris dans l'enquête est 19 ans (1,3%) et l'âge maximum est 35 ans (0,1%). 66,4% des étudiants disposent d'un argent de poche mensuel qui varie en moyenne entre 200 et 599 TL, 23,4% ont 600 TL ou plus. 10,2% ont entre 0 et 199 TL, 0,1% perçoit la plus basse moyenne qui est de 50TL, la plus haute moyenne est de 3000 TL pour 0,2% des étudiants. Les étudiants percevant en moyenne 600 TL ou plus d'argent de poche mensuel sont à 42,4% dans les Universités de Fondation, et à 20,3% dans les Universités d'Etat. Les étudiants disposant d'un argent de poche mensuel entre 400 et 599 TL sont à 33,7% dans les Universités de Fondation et à 22,6% dans les Universités d'Etat. Les étudiants ayant un argent de poche en moyenne entre 300 et 399 TL sont à 15,7% dans les Universités de Fondation, et à 23,9% dans les Universités d'Etat. Les étudiants ayant entre 200 et 299 TL sont à 3,5% dans les Universités de Fondation et à 22,1% dans les Universités d'Etat. 59,9% des étudiants des Universités de Fondation vivent avec leurs familles, 16,4% vivent dans des cités universitaires, 12,4% vivent individuellement dans un appartement avec d'autres étudiants. 33,3% des étudiants des Universités d'Etat vivent avec leurs familles, 22,3% vivent dans des cités universitaires, 34,4% partagent leur appartement avec d'autres étudiants et 4,9% vivent individuellement dans un appartement. Tandis que presque la moitié (44,6%) des étudiants des Universités de Fondation possède une voiture, seulement 15,5% des

étudiants des Universités d'Etat ont une voiture. 43,6% des étudiantes et 56,4% des étudiants ont une voiture.

66,1% des étudiants enquêtés utilisent de cartes de crédit. Alors que cette proportion est de 89,3% dans les Universités de Fondation, dans les Universités d'Etat on enregistre 62,4% (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). Si l'on tient compte que les parents des étudiants des Universités de Fondation sont en général d'un groupe à revenu élevé et qu'ils paient leurs études (hormis les boursiers), il peut être considéré normal que ces étudiants affichent une proportion plus importante parmi ceux qui disposent d'une voiture et de cartes de crédit.

Selon l'étude du point de vue du sexe, 66,5% des femmes et 65,8% des hommes étudiants utilisent des cartes de crédit (La corrélation entre les variantes n'est pas importante statistiquement, $P > 0,05$). Ce résultat est incompatible avec la constatation de Armstrong et Craven (1993) selon laquelle le sexe est influent sur le nombre de cartes de crédit utilisées, que les étudiantes ont davantage tendance à posséder de cartes de crédit par rapport aux étudiants. Selon une étude nationale de TERI (1998), 45,0 % des possesseurs de cartes de crédit sont les hommes et 55% sont les femmes.

Au total 789 réponses relatives aux raisons de refus des étudiants (33,9%) à utiliser des cartes de crédit. Parmi ces réponses, celle qui se situe en tête est : « cela incite à la consommation inutile » (35,4%). La proportion d'étudiants dans les Universités d'Etat (35,7%) estimant que l'utilisation des cartes de crédit incite à la consommation inutile est plus importante par rapport aux étudiants de fondations (28,9%). La raison en est probablement que la majorité des étudiants des universités d'état poursuivent leurs études loin de leurs familles et se trouvent par conséquent dans l'obligation de gérer leur argent au plus près. La plupart des étudiants des Université de Fondation font leurs études dans des université payantes dans la ville ou vivent leur familles et vivent avec celles-ci . Pour cette raison ils ont moins de frais et peuvent demander le soutien financier auprès des familles en cas de besoin. Une différence importante n'a pas été constatée entre les femmes (%35,9) et les hommes (%34,9) à ce sujet (Tableau 2-3).

Au total 2537 réponses ont été obtenues des étudiants interrogés sur leurs raisons à l'usage de cartes de crédit. Parmi ces réponses se place en tête avec 26,4% « elles permettent un remboursement progressif du crédit utilisé », suivies avec 20,1% de « elles permettent des achats sans paiement en liquide ». Masterindex (2006) relève dans son étude que le paiement à échéance est plus important pour les jeunes, que 66,0% des consommateurs âgés entre 20 et 24 ans disposent de cartes de crédit parce qu'elles procurent cet avantage.

Tableau 2. Les raisons du refus par les étudiants de l'utilisation de cartes de crédit selon les universités.

Raison du refus d'utilisation	Universités de Fondation		Universités d'Etat		Total	
	Réponse	%	Réponse	%	Réponse	%
Je ne les trouve pas économiques	9	23,7	156	20,8	165	20,9
Elles incitent à la consommation inutile	11	28,9	268	35,7	279	35,4
Je ne les trouve pas sécurisées	5	13,2	118	15,7	123	15,6
Je ne crois pas à leur utilité	9	23,7	75	10,0	84	10,6
Je n'ai pas de connaissances suffisantes	-	-	50	6,7	50	6,3
Les conditions requises sont lourdes	1	2,6	18	2,4	19	2,4
Ma demande a été refusée	-	-	12	1,6	12	1,5
Autres	3	7,9	54	7,2	57	7,2
Total	38	100,0	751	100,0	789	100,0

Tableau 3. Les raisons du refus par les étudiants de l'utilisation de cartes de crédit selon le sexe.

Raison du refus d'utilisation	Femme		Homme		Total	
	Réponse	%	Réponse	%	Réponse	%
Je ne les trouve pas économiques	75	21,2	90	20,7	165	20,9
Elles incitent à la consommation inutile	127	35,9	152	34,9	279	35,4
Je ne les trouve pas sécurisées	57	16,1	66	15,2	123	15,6
Je ne crois pas à leur utilité	41	11,6	43	9,9	84	10,6
Je n'ai pas de connaissances suffisantes	24	6,8	26	6,0	50	6,3
Les conditions requises sont lourdes	7	2,0	12	2,8	19	2,4
Ma demande a été refusée	7	2,0	5	1,1	12	1,5
Autres	16	4,5	41	9,4	57	7,2
Total	354	100,0	435	100,0	789	100,0

En analysant les raisons de la possession de cartes de crédit selon les universités, aussi bien dans les Universités d'Etat (27,3%), que dans les Universités de Fondation (22,6%), se place en premier lieu «l'avantage qu'ils procurent par remboursement à échéance», suivie de «ils permettent des achats sans paiement en liquide» dans les Universités d'Etat (20,2%) et de «facilité d'utilisation, rapidité et confort» dans les Universités de Fondation (21,1%) (Tableau 4). Ces résultats nous permettent de constater que parmi les étudiants des Universités d'Etat la facilité de paiement est la raison la plus importante pour l'utilisation des cartes de crédit. Ainsi bien chez les femmes (27,8%) que chez les hommes (25,1%) la raison qu'ils procurent un «remboursement à échéance » se présente en tête. Chez les femmes (20,9%) «la possibilité d'achats sans paiement en liquide», chez les hommes «la possibilité d'achats sans paiement en liquide» (19,4%) et «facilité d'utilisation, rapidité et confort » (19,0%) sont les raisons suivantes (Tableau 5).

Tableau 4. Répartition selon les universités des raisons de possession de cartes de crédit par les étudiants

Les raisons	Universités de Fondation		Universités d'Etat		Total	
	Réponses	%	Réponses	%	Réponses	%
Facilité d'utilisation, rapidité et confort	102	21,1	375	18,3	477	18,8
Possibilité de retrait d'argent liquide	24	5,0	105	5,1	129	5,1
Achats sans paiement en liquide	96	19,9	414	20,2	510	20,1
Remboursement à échéance	109	22,6	560	27,3	669	26,4
Réduction du risque de porter de l'argent liquide	70	14,5	212	10,3	282	11,1
Les services privilégiés offerts par les banques	18	3,7	91	4,4	109	4,3
Permet des réductions à l'achat	39	8,1	158	7,7	197	7,8
Les publicités liées aux cartes de crédit			10	0,5	10	0,4
La possession de cartes de crédit par mes camarades	2	0,4	11	0,5	13	0,5
Ils peuvent être nécessaires un jour	19	3,9	113	5,5	132	5,2
Autres	4	0,8	5	0,2	9	0,4
Total	483	100,0	2054	100,0	2537	100,0

Tableau 5. Répartition selon le sexe des raisons de possession de cartes de crédit par les étudiants

Les raisons	Femme		Homme		Total	
	Réponses	%	Réponses	%	Réponses	%
Facilité d'utilisation, rapidité et confort	221	18,6	256	19,0	477	18,8
Possibilité de retrait d'argent liquide	56	4,7	73	5,4	129	5,1
Achats sans paiement en liquide	249	20,9	261	19,4	510	20,1
Remboursement à échéance	331	27,8	338	25,1	669	26,4
Réduction du risque de porter de l'argent liquide	131	11,0	151	11,2	282	11,1
Les services privilégiés offerts par les banques	50	4,2	59	4,4	109	4,3
Permet des réductions à l'achat	84	7,1	113	8,4	197	7,8
Les publicités liées aux cartes de crédit	4	0,3	6	0,4	10	0,4
La possession de cartes de crédit par mes camarades	3	0,3	10	0,7	13	0,5
Ils peuvent être nécessaires un jour	57	4,8	75	5,6	132	5,2
Autres	4	0,3	5	0,4	9	0,4
Total	1190	100,0	1347	100,0	2537	100,0

Ces résultats sont compatibles avec les constatations de Şeker kaya (1990) selon lesquelles «les cartes de crédit apportent des facilités» (64,0%) et «réduisent les risques de porter de l'argent liquide» (57,5%). Selon les résultats obtenus par Gerçek (1994), parmi les raisons de la possession de cartes de crédit se trouve en premier lieu «la possibilités d'achat sans argent liquide» suivie de « permet de ne pas porter d'argent liquide» et de «permet des facilités de remboursement ». Les constatations de TERİ (1998) montrent que les étudiants possèdent des cartes de crédit pour les raisons suivantes: «montrer la crédibilité» (52,0%), «utiliser en cas d'urgence» (45,0%), « plus valable que les chèquiers et l'argent liquide» (32,0%), « flexibilité lors de l'achat » (32,0%). Les différences dans les constatations entre les deux enquêtes peuvent résulter des valeurs sociales. Dans certaines cultures la possession de cartes de crédit est une source de prestige et de confiance. Les institutions financières exigent

certaines conditions aux demandeurs de ces cartes. La possession de cartes de crédit prouve que les personnes ayant obtenu ces cartes ont été soumis à une certaine enquête. Le possesseur est donc considéré non comme une personne en difficulté pécuniaire mais comme quelqu'un ayant une crédibilité financière (Gerçek, 1994; Yılmaz, 1999).

La majorité des étudiants utilisant des cartes de crédit (80,8%) a affirmé les utiliser uniquement pour des achats. Ce résultat n'affiche pas de différence ni entre les types d'universités ni de sexe (Universités d'Etat 81,8%, Universités de Fondation 76,6% - femmes 82,2%, hommes 79,6%) et la plupart des étudiants n'utilisent des cartes de crédit que pour « achat » (La corrélation entre les variantes est sans importance statistiquement, $P > 0,05$). Selon l'étude de Gerçek (1994) tandis que la moitié des familles utilise les cartes uniquement pour des achats, presque la moitié les utilise autant pour retrait d'argent liquide que pour des achats. Bien que le profil de consommateurs soit différent de celui de notre enquête, on relève dans les deux cas que les cartes de crédit sont utilisées en général à des fins d'achats, même si le taux de retrait d'argent liquide par les familles se présente élevé.

Les étudiants des Universités de Fondation (47,1%) utilisant les cartes de crédit depuis 3-5 ans et les étudiants des Universités d'Etat (63,8%) depuis 0-2 ans se placent au premier rang. Ceux qui utilisent des cartes de crédit depuis plus de 6 ans sont de 15,9% dans les Universités de Fondation et de 3,1% dans les Universités d'Etat. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). Ce résultat montre que le nombre des étudiants des Universités de Fondation, qui utilisent des cartes de crédit depuis le lycée, est plus important que celui des étudiants des Universités d'Etat. Dans le sondage de TERI (1998), 1/5 des étudiants possèdent des cartes de crédit depuis les premières années d'université, 1/4 des étudiants en possèdent depuis le lycée. Le nombre élevé chez les étudiants des Universités de Fondation, qui utilisent des cartes de crédit depuis une longue durée, par rapport aux étudiants des Universités d'Etat peut s'expliquer par les revenus plus élevés des parents, par la conception de prestige qu'ils attribuent à la possession de ces cartes et par l'assurance qu'ils veulent donner à leurs enfants en leur offrant une carte de crédit commune. Lorsque l'on aborde le sujet du point de vue du sexe on peut constater que les hommes utilisent les cartes de crédit depuis plus longtemps que les femmes.

Alors que le taux d'utilisation de cartes depuis une durée de 0-2 ans est de 64,1% chez les femmes ce taux tombe à 54,0% chez les hommes. Il est de 31,7% chez les femmes et monte à 39,5% chez les hommes pour une durée d'utilisation de 3-5 ans. Pour l'utilisation des cartes de crédit depuis 6 ans et plus, 6,5% des hommes et 4,3% des femmes. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$).

Le fait que les étudiants utilisent des cartes de crédit depuis une plus longue durée que les étudiantes est dû à l'approche traditionnelle qui accorde plus d'indépendance sociale et de possibilités financières aux jeunes garçons visant à le préparer à la culture patriarcale alors que les jeunes filles sont plus conditionnées à la dépendance familiale.

10,8% des étudiants utilisent les cartes de crédit tous les jours, 42,0% les utilisent plusieurs fois par semaine et 47,2% affirment les utiliser une fois ou moins par semaine. Ce résultat diffère des constatations de TERI (1998). Selon celles-ci, 77,0% des étudiants utilisent quotidiennement des cartes de crédit, 46,0% les utilisent rarement et 29,0% les utilisent souvent. La fréquence d'usage des cartes de crédit par les étudiants en Turquie se révèle moins importante par rapport aux résultats obtenus par TERI, ce qui est compréhensible. En effet, dans les pays développés une grande partie des étudiants ont un emploi à mi-temps voire même à plein temps et consomment leurs revenus. D'autant plus que l'usage de cartes de crédit est plus ancien dans ces pays. Pour le cas de la Turquie, une grande partie des étudiants poursuit ses études grâce aux aides financières de leurs familles qui se traduisent par l'argent de poche et l'attribution de cartes de crédit dont les débiteurs restent les familles. Ce crédit limite d'une certaine mesure les étudiants dans leurs consommations. Un grand nombre de faillites, de dépressions, de divorces causés par les dettes dues aux cartes de crédit et qui sont largement diffusés par la presse écrite et télévisée peuvent également inciter les étudiants à plus de prudence dans l'utilisation des cartes.

Avec 24,2% des étudiants d' Universités de Fondation et 7,7% des étudiants d'Universités d'Etat utilisant tous les jours leurs cartes de crédit, 52,2% des étudiants d'Universités de Fondation et 39,7% des étudiants d' Universités d'Etat utilisant leurs cartes quelques fois par semaine on constate que le taux d'utilisation des cartes par les étudiants des fondations est plus élevé que celui des étudiants des Universités d'Etat. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). Ce résultats peut s'expliquer par les revenus plus bas (donc l'usage moins fréquent de cartes de crédit) des étudiants d'Universités d'Etat.

A l'analyse du résultat du point de vue du sexe on constate que les hommes sont de plus grands utilisateurs avec 58,0% pour 46,9% des femmes pour l'utilisation des cartes de crédit tous les jours ou quelques fois par semaine. 53,1% des femmes et 42,0% des hommes ont indiqué qu'ils les utilisent une fois par semaine ou moins fréquemment (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). Ceci peut s'expliquer par le fait que les hommes utilisent les cartes de crédit depuis plus longtemps et qu'ils aient tendance à agir avec plus d'indépendance dans leurs utilisations.

36,2% des étudiants ont un relevé mensuel de dépenses entre 0 et 100 TL et 33,9% entre 101 et 250 TL 29,9% reçoivent relevé mensuel de moyenne 251 TL ou plus. Le relevé mensuel des cartes de crédit des étudiants d'Universités d'Etat (0-250TL pour 77,5%) est plus bas que celui des étudiants d'Universités de Fondation (251 TL et plus pour 62,6%). (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). Ces résultats s'expliquent une fois de plus par les revenus plus élevés des parents des étudiants d'Universités de Fondation, ce qui se traduit par un argent de poche plus élevé pour ces jeunes et même parfois une carte de crédit commun à limite plus élevée.

A ce sujet, on ne constate pas de différence importante entre les étudiantes et les étudiants. 68,7% des femmes et 71,4% des hommes remboursent une dette mensuelle de cartes de crédit en moyenne entre 0 et 250 TL 23,2% des femmes et 18,0% des hommes remboursent une dette mensuelle entre 251 et 500 TL on moyenne. 8,1% des femmes et 10,6% des hommes remboursent une dette mensuelle de 501 TL ou plus (La corrélation entre les variantes est sans importance statistiquement, $P > 0,05$).

La plupart (49,0%) des étudiants utilisant des cartes de crédit affirme « connaître partiellement » les règlements juridiques relatifs aux des cartes de crédit. Si on étudie la question selon le type d'universités (47,8% des étudiants des Universités de Fondation et 49,3% des étudiants des Universités d'Etat) et du sexe (73,5% des femmes et 68,8% des hommes) affirment connaître partiellement ces règlements juridiques. (La corrélation entre les variantes est sans importance statistiquement, $P > 0,05$). Dans l'étude selon les types d'universités et le sexe, on peut déduire que le fait que les étudiants affichent une certaine ignorance vis à vis des dispositions juridiques liées aux cartes de crédit montre qu'ils ne sont pas des consommateurs conscients.

D'après notre analyse, 55,2% des étudiants utilisent une seule carte de crédit. Selon les sondages de TERI (1998), 2/3 des étudiants ont au moins une seule carte de crédit et 1/5 disposent de 4 ou plus. Les études de Hayhoe, Leach et de Turner (1999) indiquent que 80,0% des étudiants possèdent au moins une carte de crédit, et que 15,0% des étudiants ont au moins une seule carte commune avec leur parents. Ces constatations dévoilent que les étudiants possédant 4 ou davantage de cartes de crédit s'interrogent plus sur les effets de l'usage des cartes et qu'ils ont tendance à solliciter des cours de finances ou des conseils dans ce domaine. Cette attitude s'explique par leurs objectifs de rembourser leurs dettes dans un court terme. Roberts et Jones (2001) ont également souligné que les 20,0% des étudiants disposaient de plus de 4 cartes de crédit, et que les dettes dues à l'usage de ces cartes augmentaient plus fortement que d'autres dettes. Cette hausse des dettes peut être lié non

seulement au comportement des utilisateurs, mais également aux attitudes agressives de marketing adoptées par les banques qui délivrent les cartes de crédit. Les cartes de crédit sont distribuées voire imposées aux étudiants. En effet, les cartes de crédit sont si bénéfiques pour les banques qu'elles en délivrent même aux personnes à capacité financière faible. Souvent les banques accordent aux étudiants des cartes de crédit rien qu'en échange d'une signature et d'une pièce d'identité, même à ceux sans emploi, sans revenu quelconque ni même un garant (Roberts, 1998; Roberts et Jones, 2001). En Turquie, les institutions financières adoptent des attitudes semblables. Elles forment des équipes à leur siège, dans leurs succursales, dans des points de vente, et mènent des activités visant à accroître leur commerce. Dans cet objectif, elles envoient des cartes de crédit prêtes à l'utilisation aux populations. Une grande partie des banques n'exigent pas de frais de carte ni de garant pour attribuer leurs cartes de crédit et offrent divers avantages. Les cartes de crédit effectuent des opérations intenses sur le marché (Yılmaz, 1999).

Tandis que 53,2% des étudiants des Universités de Fondation utilisent plus d'une carte de crédit, 57,1% des étudiants des Universités d'Etat n'en utilisent qu'une seule. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). 56,4% des femmes et 54,2% des hommes possèdent une seule carte de crédit. (La corrélation entre les variantes est sans importance statistiquement, $P > 0,05$).

Parmi les étudiants disposant de plus d'une carte, 68,1% en ont 2 et 22,1% en possèdent au moins 3. La part des étudiants disposant 2 cartes de crédit est de 70,7% dans les Universités d'Etat et de 53,0% dans les Universités de Fondation. La part des étudiants possédant 3 ou plus de cartes est de 23,1% dans les Universités d'Etat et de 25,3% dans les Universités de Fondation. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). On peut comprendre la possession de nombreuses cartes de crédit par les étudiants, si on tient compte du fait que les étudiants dans les Universités de Fondation sont en général de familles à revenu plus élevé, qu'ils perçoivent plus d'argent de poche, que presque la moitié (47,1%) possède des cartes de crédit depuis entre 3 et 5 ans, que 15,9% en disposent depuis 6 ans ou plus et qu'ils sont en proie à des activités de commercialisations intenses. (Tableau 6).

Les hommes et les femmes qui affirment utiliser plus d'une carte de crédit sont presque au même pourcentage (femmes 65,3%, hommes 68,1%). Parmi les étudiants affirmant utiliser 3 ou 4 cartes de crédits on note 32,9% chez les femmes et 27,0% chez les hommes. (La corrélation entre les variantes est sans importance statistiquement, $P > 0,05$). (Tableau 6).

Dans l'enquête de Hayhoe, Leach et Turner (1999) qui couvre les Universités d'Etat, on relève que 52,0% des femmes et 46,0% des hommes disposent entre 1 et 3 cartes de crédit ; 35,0% des femmes et 25,0% des hommes possèdent 4 ou plus de cartes de crédit. Ce résultat est semblable à celui de notre enquête ; les étudiantes ont plus de cartes que les étudiants. Toutefois, les résultats obtenus en Turquie n'affichent pas une différence considérable entre les sexes. Markovich et De Vaney (1997) ont constaté que les étudiantes disposant de 4 ou plus de cartes de crédit avaient plus de dettes que ceux possédant entre 1 et 3 cartes ; ce qui peut souligner un lien entre «l'achat compulsif», le nombre de cartes et la fréquence de son utilisation.

A la question sur les raisons de l'utilisation de plus d'une carte de crédit par les étudiants, 698 réponses ont été relevées ; 35,7% affirment « les différences des échéances de remboursement et d'autres conditions ». Ce résultat se présente à 36,3% dans les Universités d'Etat et à 33,3% dans les Universités de Fondation, à 37,8% chez les femmes et à 33,9% chez les hommes : Ce qui montre que le résultat ne varie pas selon le sexe.

69,9% des étudiantes ayant participé à l'enquête sont « satisfaits » ou « très satisfaits » de l'utilisation de cartes de crédit. 71,2% des étudiants des Universités de Fondation et 69,5% des étudiants des Universités d'Etat sont « satisfaits » ou « très satisfaits » des cartes. (La corrélation entre les variantes est sans importance statistiquement, $P > 0,05$). (Tableau 6).

9,2% des hommes et 16,1% des femmes sont « très satisfaits » de l'utilisation de ces cartes. Ceux qui sont indécis à ce sujet : 18,6% des femmes et 23,8% des hommes. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). (Tableau 6). Cette différence entre les sexes peut provenir du fait que les hommes possédant plus de 5 cartes de crédit ont davantage de problèmes dans la planification des remboursements.

54,1% des étudiants affirment « avoir sollicité eux-mêmes des cartes de crédit », 19,2% utilisent des « cartes communes avec leur parents », 16,1% indique que « la banque a fait la proposition ». Selon l'enquête de TERİ (1998), 63,0% des étudiants ont fait la demande de cartes de crédit eux-mêmes, 17,0% ont obtenu la carte de crédit par intermédiaire des parents. Cette constatation se retrouve avec des résultats de notre enquête.

39,4% des étudiants d'Universités de Fondation et 57,5% des étudiants d'Universités d'Etat affirment avoir fait eux-mêmes la demande de cartes de crédit auprès des banques. 32,3% des étudiants d'Universités de Fondation et 16,2% des étudiants d'Universités d'Etat déclarent que leurs parents ont sollicité une carte de crédit commune. (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). Cette constatation est normale car la majorité des étudiants des Universités de Fondation vivent avec leurs familles (59,9%). De

plus la majorité de ces étudiants (63,3%) utilisent des cartes de crédit depuis 3 ans et plus. C'est-à-dire que les familles ont donné des cartes à ces étudiants durant leurs années de lycée. La plupart des étudiants des Universités d'Etat font leurs études loin de leurs familles. Ils vivent en général dans des foyers (22,3%) ou bien en colocation (34,4%). La majorité de ces étudiants (63,8%) utilisent une carte de crédit depuis 0-2 ans et donc en ont fait la demande dans la ville où ils font leurs études.

Tableau 6. Répartition du nombre de cartes utilisées, du degré de satisfaction selon le sexe et le type d'université.

Nombre de cartes de crédit utilisées	Universités de Fondation		Universités d'Etat		Femme		Homme	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
2	44	53,0	208	70,7	113	65,3	139	68,1
3	21	25,3	68	23,1	44	25,4	45	22,1
4	11	13,3	12	4,1	13	7,5	10	4,9
5 ou plus	7	8,4	6	2,0	3	1,7	10	4,9
Total	83	100,0	294	100,0	173	100,0	204	100,0
Degré de satisfaction	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Très satisfait	24	15,4	81	11,8	64	16,1	41	9,2
Satisfait	87	55,8	396	57,7	223	56,2	260	58,4
Indécis	31	19,9	149	21,7	74	18,6	106	23,8
Insatisfait	10	6,4	40	5,8	24	6,0	26	5,8
Pas du tout satisfait	4	2,6	20	2,9	12	3,0	12	2,7
Total	156	100,0	686	100,0	397	100,0	445	100,0

Le pourcentage des étudiantes (52,1%) ayant fait la demande de carte auprès de la banque elles même est très proche de celui des étudiants (55,9%). Toutefois, les étudiantes dont les parents ont fait la demande de carte (24,7%) est plus «élevée que celui des étudiants (14,3%). (La corrélation entre les variantes est statistiquement importante, $P < 0,05$). Ce résultat peut souligner le contrôle exercé sur les femmes par leurs parents.

68,5% des possesseurs cartes de crédit remboursent leur dette entière chaque mois sans endosser de taux d'intérêts. Selon l'enquête de TERİ (1994), 59,0% des étudiants remboursent la totalité de relevé chaque mois, 41,0% remboursent le taux minimum du relevé mensuel des dettes. D'après les constatations de U.S. Public Interest Research Group, presque 25,0% des étudiants prennent du retard dans le remboursement des dettes ou remboursent seulement le taux minimum mensuel (Roberts et Jones 2001). On remarque des différences dans tous ces résultats car dans les pays concernés, les étudiants travaillent et gagnent de l'argent et régulent le règlement de leurs cartes de crédit en fonction de leurs revenus et ont en général des limites de crédit élevées. Les limites des cartes des étudiants Turcs ne sont pas très

élevées pour l'instant et ils règlent leurs cartes de crédit avec leur argent de poche ou celles-ci sont réglées par les familles.

Les étudiants qui « remboursent mensuellement la totalité des dettes dès qu'ils perçoivent le relevé » se placent en tête (67,3% dans les Universités de Fondation, 69,2% dans les Universités d'Etat) et il n'y a pas de différence notable entre les femmes (72,2%) et les hommes (65,9%). Les hommes qui remboursent une partie à réception du relevé et remboursent ultérieurement le reste avec un taux d'intérêt (20,9%) est plus élevé que celui des femmes (15,3%) (La corrélation entre les variantes n'est pas importante statistiquement, $P > 0,05$).

En Turquie, la majorité des étudiants (femmes et hommes), des universités (de Fondation ou d'Etat) rembourse la totalité des dettes mensuelles. On peut déduire que les conséquences dues au mauvais usage des cartes de crédit (faillite, suicide, divorce etc.) subies par les familles ne touchent pas les étudiants. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que les étudiants ne gagnent pas leur vie, qu'ils soient sous contrôle financier des parents, qu'ils utilisent des cartes communes limitées avec les parents et qu'ils soient obligés de se contenter de l'argent de poche.

Parmi les étudiants interrogés utilisant des cartes de crédit, 34,0% soulignent qu'ils font des achats avec ces cartes parce qu'elles permettent de rembourser à plusieurs échéances le prix du produit consommé. La raison de l'utilisation de cartes de crédit, pour achat, placée en tête dans les Universités de Fondation est la suivante : « je l'utilise lorsque je n'ai pas d'argent liquide » (26,5%). La raison prioritaire dans les Universités d'Etat à l'utilisation de ces cartes est ; « lorsqu'elle permet de rembourser à plusieurs échéances les achats » (37,0%). (La corrélation entre les variantes est importante statistiquement, $P < 0,05$). L'un des avantages des cartes de crédit c'est qu'elles permettent aux possesseurs de planifier le remboursement des dettes à plusieurs échéances, selon son budget (TBB, 2007).

A l'étude d'après le sexe, les raisons du choix d'utilisation des cartes de crédit et son rang ne changent pas ; Les étudiants (hommes 35,9%, femmes 31,8%), choisissent en premier lieu d'utiliser ces cartes parce qu'elles « permettent de rembourser à plusieurs échéances ». Ceux qui affirment les utiliser « faute d'argent liquide » se placent au second rang (femmes 22,3%, hommes 23,4%). (La corrélation entre les variantes n'est pas importante statistiquement, $P > 0,05$).

A la question relative aux effets sur les étudiants de l'utilisation de cartes de crédit, 1280 réponses ont été enregistrées ; Se place en premier lieu la réponse « elle m'incite à des dépenses inutiles » (28,4%). Lorsque l'on analyse selon les universités et le sexe la réponse

maintient également son rang (Université d'Etat 27,4%, Universités de Fondation 32,5% ; femmes 30,9%, hommes 26,2%)(Tableau 7–8). Notamment, les enquêtes de Gerçek (1994) et d'ANGIAD (2007) soulignent respectivement que l'utilisation des cartes de crédit encourage les dépenses inutile.

Tableau 7. La répartition des effets de l'utilisation des cartes de crédit sur les étudiants selon les universités.

Effets	Universités de Fondation		Universités d'Etat		Total	
	Réponse	%	Réponse	%	Réponse	%
Permet des achats plus mesurés	34	14,3	206	19,8	240	18,8
Entraine la dépendance à une marque définie	19	8,0	60	5,8	79	6,2
Invite aux dépenses inutiles	77	32,5	286	27,4	363	28,4
La demande de commission des vendeurs augmente le coût	21	8,9	72	6,9	93	7,3
Supprime le marchandage	48	20,3	232	22,2	280	21,9
N'a aucun effet	36	15,2	176	16,9	212	16,6
Autres	2	0,8	11	1,1	13	1,0
Total	237	100,0	1043	100,0	1280	100,0

Tableau 8. La répartition des effets de l'utilisation des cartes de crédit sur les étudiants selon le sexe.

Effets	Femme		Homme		Total	
	Réponse	%	Réponse	%	Réponse	%
Permet des achats plus mesurés	105	17,7	135	19,6	240	18,8
Entraine la dépendance à une marque définie	36	6,1	43	6,3	79	6,2
Invite aux dépenses inutiles	183	30,9	180	26,2	363	28,4
La demande de commission des vendeurs augmente le coût	47	7,9	46	6,7	93	7,3
Supprime le marchandage	126	21,3	154	22,4	280	21,9
N'a aucun effet	88	14,9	124	18,0	212	16,6
Autres	7	1,2	6	0,9	13	1,0
Total	592	100,0	688	100,0	1280	100,0

Le plus grand désavantage de l'utilisation des cartes de crédit sur les possesseurs, c'est qu'elles accentuent le penchant aux dépenses. Celui qui en possède a toujours la possibilité d'acheter le produit désiré sans posséder d'argent liquide. Cette facilité entraîne non seulement les consommateurs inconscients aux dépenses inutiles mais les encourage également à acheter des produits plus coûteux. Ce qui fait que le consommateur connaît des difficultés de remboursement et se trouve dans l'incapacité à rembourser ses dettes (Gül, 2001). Dans son étude, Feinberg (1986) a constaté que lorsque les étudiants voient l'emblème des cartes de crédit, ils ont tendance à faire des achats, à payer plus pour un produit et à décider plus rapidement et plus facilement à la consommation. D'autre part, Schor (1998) est convaincu que l'obtention facile de cartes de crédit cause des dépenses excessives. Roberts et Jones (2001) considère que l'utilisation des cartes de crédit accentue les dépenses et, comparé

avec l'argent liquide, entraîne à consommer sans réflexion. Notamment, depuis l'utilisation des cartes de crédit dans les restaurants fast-food, on remarque une hausse entre 50% et 100% dans les opérations de paiement. De plus, l'argent compris dans les opérations des cartes de crédit reste abstrait et irréel. Les personnes, qui utilisent excessivement des cartes de crédit, ont une faible conscience des dépenses ; étant donné que les cartes de crédit suppriment le besoin d'argent liquide à l'instant de la consommation, elles stimulent la « l'achat compulsif ».

Au total 2581 réponses ont été obtenues à la question relative aux achats par les cartes de crédit. Parmi ces réponses, les domaines de dépenses les plus importants sont alimentation/restaurant (25,8%) et vêtements/accessoires (25,7%). Même si ce pourcentage ne varie pas beaucoup à l'étude de cas selon les universités, on constate un changement dans les priorités. La priorité dans les Universités de Fondation est l'alimentation avec 29,0%, celle dans les Universités d'Etat sont les vêtements/accessoires avec 26,9%. Les dépenses effectuées pour l'essence ; 12,0% dans les Universités de Fondation, 3,3% dans les Universités d'Etat. Les dépenses au cinéma/théâtre/concert ; 7,6% dans les Universités de Fondation et 5,7% dans les Universités d'Etat. Ce résultat peut être expliqué par le nombre plus important d'étudiants d'Universités de Fondation possédant des voitures et d'argent de poche plus élevé qui permettent d'en consacrer davantage aux divertissements et à la culture.

Même si on ne relève pas de différence importante entre les hommes et les femmes dans les dépenses, les femmes dépensent le plus en vêtements/accessoires (27,4%), suivi de alimentation/restaurant (25,0%), les hommes en priorité dépensent le plus en alimentation/restaurant (26,6%) et aux vêtements/accessoires (24,1%). Dans la plupart des domaines de dépenses on relève des pourcentages proches. Seulement, les dépenses des hommes à l'essence (3,2% femmes, 6,8% hommes), au paiement des factures (2,9% femmes, 4,0% hommes) sont plus élevées. En informatique/ électronique les dépenses des hommes (6,5%) sont supérieures à celles des femmes (2,4%).

On note naturellement une plus forte dépense pour les produits de soin corporel entretien individuel chez les femmes (12,7%) pour (6,7%) chez les hommes. Le nombre élevé d'hommes disposant de voitures et ayant un intérêt à l'informatique/électronique par rapport aux femmes peut expliquer ce résultat. Hayhoe et les autres (1999) ont constaté une différence importante entre les hommes et les femmes dans les dépenses aux domaines suivants : vêtements, électroniques, divertissement, restaurants. Tandis que les étudiantes utilisent leurs cartes de crédit d'avantage pour l'achat de vêtements, les étudiants les utilisent d'avantage au restaurant, à l'achat des appareils électroniques et aux divertissements. Cela coïncide avec les constatations de notre étude.

5. Suggestions

Afin de pouvoir généraliser les résultats obtenus, il est nécessaire de procéder à une recherche exhaustive sur le plan national. Toutefois, à la lumière des résultats de notre enquête, les suggestions qui peuvent être apportées aux étudiants, aux parents, aux enseignants et aux dirigeants sont les suivantes;

Le mode de consommation des individus est le résultat des principes dont ils disposent. Pour pouvoir se doter de valeurs plus réalistes et objectives au sujet de l'argent, les jeunes doivent suivre un processus d'éducation qui commence au sein de la famille et se poursuit dans les établissements scolaires et les médias. Dans ce processus, avant que l'utilisation de cartes de crédit ne devienne un mode de vie, il est nécessaire de former les jeunes à prendre conscience de leurs responsabilités quand à l'usage des cartes de crédit, à l'utiliser sciemment, à ne pas se laisser prendre par les publicités trompeuses et à percevoir de manière objective les messages psychologiques.

Les établissements scolaires ne sont pas des lieux qui préparent les jeunes qu'à gagner de l'argent, mais un lieu qui apprend l'indépendance. Des leçons relatives aux attitudes de consommation et à la gestion de l'argent devraient être systématisées dans les établissements. Il est trop tard pour donner cette culture à l'université. Les jeunes entrent à l'université à 18 ans en général, il incombe aux parents d'apprendre la gestion de leur argent aux jeunes dès l'école primaire, à travers le secondaire et le lycée. Les parents doivent enseigner à leurs enfants la gestion de leur argent de poche. Dans cette perspective, la décision du Ministère de l'Education Nationale d'introduire des cours de finance dès le primaire et secondaire représente une initiative importante.

Les renseignements donnés aux consommateurs au sujet des taux d'intérêts et des calculs d'intérêts sur les dettes, restent incomplets et incompréhensible. Notamment, on a constaté que 49,0% des étudiants étaient partiellement informés des dispositions juridiques relatives aux cartes de crédit. Afin de faciliter le choix conscient des consommateurs dans le secteur des cartes de crédit, une intervention de l'Etat est indispensable.

En Turquie, des mesures, protégeant le consommateur au sujet des limites des taux d'intérêts et du remboursement des dettes accumulées, ont été prises. Chaque banque publie des informations sur son site internet au sujet des taux d'intérêts, du remboursement etc., mais il est difficile de les analyser et les comparer. L'Union des Banques ou un site internet indépendant pourraient diffuser des informations éclaircies en présentant également des comparaisons entre les conditions des banques sur les cartes de crédit.

Il faudrait également une réglementation limitant la possibilité qu'ont les consommateurs d'obtenir un grand nombre de cartes de crédit et/ou que les banques puissent augmenter la limite de crédit sans demander son accord au client. Afin d'augmenter leurs ventes, les magasins en Turquie procèdent souvent à des réductions ou soldes plus ou moins fictives (par exemple, un même panneau de « liquidation avant fermeture définitive » peut rester pendant des années dans une même vitrine. Cela peut induire le consommateur en erreur et vers des achats alors qu'il n'en a pas les moyens. Les contrôles des pouvoirs publics sont insuffisants à ce sujet et les amendes pour les infractions trop faibles pour être dissuasives.

Il est clair que les consommateurs doivent utiliser leurs cartes de crédit de façon raisonnable et les magasins doivent cesser d'utiliser des techniques trompeuses vis-à-vis des consommateurs.

Le problème d'achat compulsif est constaté le plus fréquemment chez les possesseurs et utilisateurs fréquents de plusieurs cartes de crédit. L'addiction aux achats qui a des suites très néfastes pour le consommateur commence à s'installer très tôt pour se révéler vers l'âge de 30-40 ans. Il n'existe aucune recherche effectuée en Turquie qui analyse « l'achat compulsif » chez les consommateurs. Il est urgent de faire des recherches dans ce domaine et de trouver une solution à ce problème.

RESSOURCES

Altunışık, R., et R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu et E. Yıldırım. 2005. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. 4. Edition, page 126, Université de Sakarya İ.İ.B.F Editions Sakarya, Istanbul.

ANGİAD (Association des Jeunes Hommes d'Affaires d'Ankara). 20 Octobre 2007. "Borçlar, aylık gelirden çok, kredi kartı borcu intiharı düşündürüyor". Milliyet. Ankara. Kent Gündemi. Page 4.

Armstrong, C. J., and M. J. Craven. 1993. "Credit Card Use and Payment Practices among a Sample of College Students". *Proceedings of 6th Annual Conference of the Association for Financial Counseling and Planning Education*: 48-159. tiré de "Hayhoe, C. L., L. J. Leach, P. R. Turner, M. J. Bruin, F. C. Lawrance. 2000. "Differences in Spending Habits and Credit Use of College Students". *The Journal of Consumer Affairs*, 1 (Summer), 34: 113- 133.

Association Des Banquiers Canadien, Voyons-y de plus près les cartes de crédit, Mai 2005.<http://www.cba.ca/fr/content/stats/fastfacts/050506-Credit%Cards-TCL-Fleaj.pdf>, <http://www.cba.ca/fr/viewdocument.asp?fl=3&sl=11&tl=129&docid=246&pg=1>. (La date de mise en ligne Mai 2007).

Aysan, A. F., et N. A. Müslim. Juin 2006. "Turkish Economic Association Discussion Paper the Failure of 2006/6, Competition in the Credit Card Market in Turkey: The New Empirical Evidence".

BKM, Le Centre Interbancaire de Cartes. (Bankalar Arası Kart Merkezi), Yıllara Göre İstatistik Bilgiler, 2007, <http://www.bkm.com.tr/>

Cargill, T.F., et J. Wendel. 1996. "Bank Credit Cards: Consumer Irrationality versus Market Forces". *The Journal of Consumer Affairs*, 2(Winter), 30:373- 389.

Chakravorti, S., et W. R. Emmons. 2003. "Who Pays for Credit Cards?", *The Journal of Consumer Affairs*, 2 (Winter), 37: 208-230.

Çelebi, E. 18 Décembre 2005. Tüketicinin Erkan Abisi. "Banka Öğrenciye Onaysız Kart Veriyor, Ailesine Hacze Gidiyor". *Journal Hürriyet Gazetesi*. Rubrique Economie, page 8.

Feinberg, R. A. 1986. "Credit Cards as Facilitating Stimuli: A Conditioning Interpretation", *The*

Journal of Consumer Research, 3 (December), 13: 348-356.

Gerçek, S. 1994. Ailelerin Kredi Kartı Kullanım Uygulamaları. Thèse pour le master (non publiée). Université de Hacettepe, Ankara.

Gül, S. 2001. Bireysel Bankacılık Sektöründe Kredi Kartları Pazarlamasında Tüketici Profiline Risk Açısından Belirlenmesi. Thèse pour le master (non publiée). Université de Marmara, Institut de Sciences Sociales, İstanbul

Hayhoe, C. R., L. Leach, et P. R. Turner. 1999. "Discriminating the Number of Credit Cards Held by College Students Using Credit and Money Attitudes". *Journal of Psychology*, 20: 643-656.

Hayhoe, C. L., L. J. Leach, P. R. Turner, M. J. Bruin, and F. C. Lawrance (2000). "Differences in Spending Habits and Credit Use of College Students". *The Journal of Consumer Affairs*, 1 (Summer), 34: 113- 133.

Kurtuluş, K. 1981. *Pazarlama Araştırmaları*. 2. Edition, İstanbul Matbaası, İstanbul.

Markovich, C., et S. A. De Vaney. 1997. "College Senior's Personal Finance Knowledge and Practices". *Journal of Family and Consumer Sciences*, 89, (3): 61-65.

Masterindex. 2006. Article "Kredi kartına taksit geldi, nakit ödeme azaldı", 17 juin 2006. site turkey.internet.com. <http://turkey.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=7457>. (La date de mise en ligne 20.10.2007).

McBride, S. Nov 28. 1997. "Spending: Young Deadbeats Pose Problems for Credit-Cards Issuers". *Wall Street Journal*. pg.B.1.

Nokay, M. Yeni Düzenlemeler Işığında Kredi Kartları. http://www.turkhukuk sitesi.com/makale_259.htm. (La date de mise en ligne 24/07/2007).

Reisoğlu, S. 2004. "Banka Kredi Kartları ve Uygulama Sorunları". *Bankacılar Dergisi*, 49: 100-123.

Roberts, J. A. 1998. "Compulsive Buying Among College Students: An Investigation of Its Antecedents, Consequences, and Implications for Public Policy". *The Journal of Consumer Affairs*, 2 (Winter), 32: 295-319.

Roberts, J. A., et E. Jones. 2001. "Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among American College Students". *The Journal of Consumer Affairs*; 2 (Winter), 35: 213-240.

Schor, J. 1998. "The Overspend American: Upscaling. Downshifting and the New Consumer, New York: Basic Books", tiré de Roberts, J. A., E. Jones. 2001. "Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among American College Students". *The Journal of Consumer Affairs*; 2 (Winter), 35: 213-240"

Sencer, M., et Y. Irmak.1984. *Toplumbilimlerinde Yöntem*. 2ème Publication. page 423, Editions Say. İstanbul.

Smith, F. B. 1999. "From Consumer Alert, Students and Credit Cards". *Consumers Research Magazine*, 8 (Aug), 82: 34-35.

Şeker kaya, A. K. 1990. Tüketicilerin Kredi Kartı Kabul Kararı Üzerine Etki Eden Faktörler ve Bir Pilot Çalışma. Thèse pour le master (non publiée). Université de Marmara, Institut de Sciences Sociales, İstanbul.

TERI (The Education Resources Institute). 1998. "Credit Risk or Credit Worthy? College Students and Credit Cards - A National Survey, Boston, MA: TERI and The Institute For Higher Education Policy. The Institute For Higher Education Policy.

TBB (Türkiye Bankalar Birliği). Article 'Kredi kartları' (Cartes de crédit). http://www.tbb.org.tr/turkce/temel_bankacilik/_kredi%20kartlar%FD.doc (La date de mise en ligne 27/07/2007).

Yetim, S. 1997. "Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri". *Hazine Dergisi*, No 8 (Ekim):75.

Yılmaz, E. 1999. Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri.

Thèse pour le doctorat (non publiée). Université de Marmara, Institut de Sciences Sociales. İstanbul.