



Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası

Mart 2011

1.	İçindekiler	i
2.	Editörün Girişi: Neden Bu Kitaptaki Çalışmalar	1
3.	Türkiye Kredi Kartı Piyasası: Sorular, Sorunlar	7
4.	Türkiye Kredi Kartı Sektöründeki Gelişmeler	31
5.	Kredi Kartı Faiz Oranlarını Belirleyen Faktörlerin Tespiti	61
6.	Kredi Kartı Düzenlemeleri ve Düzenlemelerin Kredi Kartı Faiz Oranları Üzerindeki Etkisi	99
7.	Kredi Kartları Taksitli ve Peşin İşlemlerinde Bankalar Tarafından Üye İşyerlerine Uygulanan İskonto Oranları	121
8.	Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı ve Maliyeti	141
9.	Kredi Kartı Sektöründe Ülke Bazında Gelişmeler: Azami Faiz Oranı Uygulamaları ve Kredi Kartı Ücret ve Komisyonları	169
10.	Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet	201
11.	Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faiz Oranları	223

Editörün Giriş: Neden Bu Kitaptaki Çalışmalar?

AHMET FARUK AYSAN

Bu kitaptaki makaleler Türkiye kredi kartı piyasasının işleyişini anlamaya yönelik Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nda (TCMB) kredi kartları çalışma grubunun 2006-2008 döneminde yapmış olduğu araştırmaların ürünüdür. Kredi kartı piyasası birçok yönü bulunan karmaşık bir piyasadır. Bu karmaşıklığa Türkiye finansal sisteminin kendine has özelliklerini de dâhil edince kredi kartı piyasasında düzenleme yapmanın zorlukları bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelebilmek için de piyasanın kompleks yapısı göz önüne alınmalı ve kredi kartı piyasasındaki rekabet tüm yönleriyle incelenmeye çalışılmalıdır. Bu kitaptaki çalışmalar uzun bir çalışma takviminin eseridir. Özellikle 5464 Sayılı Kanun'un kredi kartlarına uygulanacak azami faizleri belirleme konusunda TCMB'ye verdiği önemli görev, bu alanda bir seri çalışma yapılmasını gerekli kılmıştır. Öte yandan, kredi kartları çalışma grubu sadece bu kitapta makaleleri bulunan kişilerden oluşmamaktadır. Kredi kartları çalışma grubuna değişik dönemlerde özellikle TCMB Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü'nün birçok çalışana katkı vermiştir. Bu çalışmada emeği geçen diğer çalışma grubu üyelerini ve bu çalışmanın başlatılmasında ve devam ettirilmesinde emeği geçen herkese teşekkür ederim.

Kullanılan verilerin gizliliği sebebiyle bu çalışma grubunun tüm araştırmaları bu kitaba dâhil edilmemiştir. Fakat bu çalışma grubunun yapmış olduğu küçük, büyük tüm araştırmalardan çok şey öğrendiğimizi söyleyebilirim. Bu sebeple 2006-2008 döneminde kredi kartları üzerine yapılan bu araştırma faaliyetlerinin Merkez Bankası bünyesinde kalmasına gönlümüz razı olmadı. Kredi kartları üzerine ülkemizde çok az çalışma yapıldığı düşünüldüğünde bu kitaptaki çalışmaların ülkemizde kredi kartları üzerine sayıca daha çok, kapsamlı ve derinlemesine araştırma yapılmasını teşvik edeceğini umuyoruz. Bu sebeple

bilhassa kredi kartı faiz oranlarının belirlenmesinde dikkate alınması gereken konuları içeren bazı makaleleri bu kitapta toplama gereği duyduk.

İlk makalemiz Türkiye kredi kartı piyasasının soru ve sorunları mercek altına almıştır. Bu makale bu satırların yazarı tarafından yazılmış olup kredi kartı piyasasının temel sorunlarını açıklamaya çalışan bir çerçeve makalesidir. Bu soru ve sorunlara kredi kartı azami faiz oranlarının belirlenmesi noktasından bakılmıştır. Azami kredi kartı faiz oranlarının belirlenmesi kredi kartı piyasasının girift işleyişini anlamadan yapılamayacağından bu makale öncelikle kredi kartı piyasasının oyuncularını belirlemiş, sonrasında tek tek bu tarafların azami faiz oranlarının azaltılmasına verdikleri tepkileri ve bu tepkilerin sebeplerini açıklamıştır. Bu çerçevede bu makale kartlı sistem kuruluşu olarak (network operator) BKM'nin, üye işyerlerinin, kredi kartı kullanıcıları olarak müşterilerin, kredi kartını çıkaran (issuer) ve üye işyeri anlaşması yapan (acquirer) bankaların azami kredi kartı faizlerinin düşürülmesine verdikleri tepkileri tüm yönleriyle incelemiştir. Makalenin geri kalan bölümünde ise soru ve sorunlar arz ve talep yönlü olarak sınıflandırılmış ve Türkiye kredi kartları piyasasındaki sorunların aşılması için iki yönlü yapısal reformların yapılması gerektiği vurgulanarak makale sonuçlandırılmıştır.

İkinci makalemiz F. Gülfem Karahan ve Bahadır Çakmak tarafından kaleme alınmış olup, Türkiye kredi kartı sektöründeki temel gelişmeleri konu edinmiştir. Karahan ve Çakmak bu makalede kredi kartlarının Türkiye'deki tarihsel gelişimini incelemişlerdir. Öncelikle ödeme araçlarındaki genel gelişmeleri inleyen Karahan ve Çakmak, sonrasında kredi kartı ve banka kartlarındaki büyüme eğilimlerini ve kredi kartlarının taksitlendirme amacıyla kullanımının gelişimini incelemişlerdir. Sonrasında bu makalede kredi kartı işlemlerinin, krediye dönüşen tutarının, diğer kredi türleri ile karşılaştırması yapılmıştır. Ayrıca takipteki kredi kartları tutarı ve müşteri sayısındaki gelişim incelenerek kredi kartları piyasasının riskleri ortaya konulmuştur. Makalenin geri kalan kısmında kredi kartı faiz oranları ve bankaların kredi kartı faiz gelirlerinin gelişimi üzerinde durulmuştur. Tüketici

kredileri ve kredi kartları ile yatırım araçları faiz oranlarının gelişimi incelenmiş, kredi kartı faiz gelirlerinin kredilerden elde edilen faizler içerisindeki payı hesaplanmıştır. Bu makale bulunması zor olan kredi kartı piyasasının temel göstergelerini gün yüzüne çıkarmıştır. Bu temel göstergelerin her biri ayrı ayrı yorumlanmış, bu göstergelerin gelişimine dair sonuçlar çıkarılmıştır.

Kredi kartı piyasasının fotoğrafını çeken bu çalışmadan sonra ikinci makale kredi kartı yazısına odaklanmıştır. Kredi kartları piyasasında faiz oranlarının nasıl belirlendiğini açıklayan birçok uluslararası çalışma bulunmaktadır. “Kredi Kartı Faiz Oranlarını Belirleyen Faktörlerin Tespiti” başlıklı bu makale Gülcan Yıldırım Güngör ve Ahmet Yıldırım tarafından hazırlanmıştır. Güngör ve Yıldırım bu makalede öncelikle kredi kartı piyasasının işleyişini, ana oyuncularını ve bu oyuncuların kredi kartı piyasadaki rollerini anlatmışlardır. Makalenin ikinci kısmında kredi kartı piyasasına özgü terimler tanımlanmış, bu kavramların Türkiye piyasasında nelere karşılık geldiği açıklanmıştır. Sonrasında makale kredi kartı sektöründe rekabete odaklanmış ve bu rekabeti fiyat ve fiyat dışı rekabet (promosyon rekabeti) olarak ikiye ayırarak incelemiştir.

Kredi kartı düzenlemeleri ve düzenlemelerin kredi kartı faiz oranları üzerindeki etkisi bir sonraki makalenin konusudur. F. Gülfem Karahan tarafından kaleme alınan bu makalede 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun maddeleri ayrıntılı olarak açıklamış ve bu maddelerin kredi kartı piyasasına olan etkileri incelenmiştir. Kredi kartları ile ilgili ilk yasal düzenlemeler ve 2003 yılı kredi kartları borçlarının yeniden yapılandırılmasına kısaca değinen bu makale asıl 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu üzerinde kapsamlıca durmuştur. Kanun'un kredi kartları faizleri üzerine etkisini inceleyen bu makale, düzenleme beklentisi içinde olan bankaların kredi kartı faizlerini düzenlemeden önce artırdıklarını tespit etmiştir. Yeni yasanın kart çıkaran kuruluşlara getirdiği operasyonel maliyetler yine bu makalede incelenmiştir. Makale düzenlemeler ve muhtemel sonuçları üzerine verilen bilgilerden sonra

kredi kartı işlemlerinde uygulanan faiz oranlarında beklenen azalışların piyasanın kendi iç dinamikleri içinde gerçekleşmemesinin nedenleri üzerinde durmuştur.

Veri kıtlığı sebebiyle kredi kartları çalışmalarında en az araştırılan ve bilinen konu işyerlerinin ödemiş oldukları komisyonlardır. Kredi kartı piyasasının çift yönlü piyasa (two sided market) olması karakterinden dolayı kredi kartı faizlerinin belirlenmesinde bu konu çok önemlidir. Bununla beraber Türkiye’de banka verilerini kullanarak kredi kartları komisyonları üzerine yazılmış tek makale bu kitaptaki Gülcan Yıldırım Güngör’ün makalesidir. Bu makalede Güngör kredi kartları taksitli ve peşin işlemlerinde bankalar tarafından üye işyerlerine uygulanan iskonto oranlarını incelemiş, bu oranları alternatif maliyetleri ile karşılaştırmıştır. Bu makalenin temel sorusu kredi kartı müşterilerinin son ödeme tarihine kadar kullanmış oldukları paranın maliyetini kimin üstlendiği sorusudur. Bu makalede ayrıca bankalar tarafından kredi kartı müşterilerine verilen ödül, puan, uçuş mili, indirim gibi promosyonların banka tarafından mı yoksa üye işyerleri tarafından mı karşılandığı incelenmiştir. Bu makale kredi kartı piyasasına dair çarpıcı tespitler içermektedir. 2010 yılı Mart ayı itibarıyla kredi kartlarından elde edilen faiz gelirlerinin kredi kartları bakiyesine oranı yüzde 14,6 olarak gerçekleşmiştir. Ücret ve komisyon gelirlerinin oranı ise azımsanamayacak bir düzeyde olup bu tarihte yüzde 11,8 civarındadır. Dolayısıyla, faiz oranları nedeniyle elde edilen faiz gelirlerinin dışında, bankaların kredi kartı komisyon gelirleri bir hayli yüksektir. Rekabete bağlı olarak sektörel bazda komisyon oranlarında farklılık olduğu gözlenmiştir. Örneğin akaryakıt gibi homojen bir ürünün olduğu sektörlerde üye işyerlerinin ödediği komisyonlar düşmektedir. Ayrıca ödenen komisyonlar üye işyerinin banka ile olan diğer finansal ilişkilerine bağlı olarak değişebilmekte, sektöründe kuvvetli, finansal yapısı sağlam firmalar, bankalara ödedikleri komisyon oranlarını daha fazla indirebilmektedir. Bu makalenin en önemli sonucu, bankaların bir kredi kartı müşterisinin alışveriş yaptığı tarihten son ödeme tarihine kadar kullanmış olduğu kredinin maliyetini aslında üye işyerlerine ödedikleridir.

Hasan Erol'un makalesi ise 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile beraber bankalara ödenen efektif faiz oranlarının kağıt üzerindeki faiz oranlarından daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Kredi kartı faizinin kredi kartı kullanımına bağlı olarak farklı ve daha düşük değerler aldığı örneklerle gösterilmiştir. Kredi kartı efektif faiz oranı, kredi kartı harcamalarının harcama dönemindeki dağılımına, kredi vadesinin uzunluğuna, kredi kartı harcama limitlerine ve asgari ödeme tutarına bağlı olarak duyurulandan daha düşük değerler alabilmektedir. Öncelikle 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu çerçevesindeki kurallara uygun olarak efektif faiz oranını hesaplayan Erol, sonra bu oranı bireysel kredilerin maliyeti ile karşılaştırmıştır. Farklı senaryolar altında yapılan bu hesaplamalar; kredi kartının kısa vadelerde kullanıldığı, kart harcamalarının hesap döneminin ilk iş gününde yapıldığı ve düşük miktarlardaki borçlanmalarda kullanıldığı durumunda bireysel krediye göre daha avantajlı olabileceğini göstermiştir.

Kredi kartı sektöründe ülke bazında gelişmeleri ise Ekin Toksöz Gür ve Ramazan Küçükbecakçı makalelerinde konu edinmişlerdir. Bu çalışmada Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkelerinden İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya ve Hollanda örnekleri üzerinde durulmuştur. Öncelikle ülke bazında kredi kartı düzenlemelerine eğilen bu makale, farklı ülkelerdeki azami faiz oranı uygulamaları, kredi kartı ücret ve komisyonları, promosyon uygulamalarını incelenmiştir. Ayrıca bu makalede kredi kartı bilgilerinin kamuoyu ile nasıl paylaşıldığı bu ülke grupları için anlatılmıştır.

Bir sonraki makalemiz de Ahmet Faruk Aysan, Levent Yıldırım, G. İshak Kara, A. Nusret Müslim ve Umut Dur tarafından yazılmış olup, Türkiye'de kredi kartı sektörünün yapısını, sektördeki rekabetin doğasını analiz etmekte ve yüksek kredi kartı faiz oranlarının nedenlerini açıklamaya çalışmaktadır. Ayrıca Türkiye'de kredi kartı sektörüne yönelik yasal düzenlemeler ele alınmış, etkileri ve sonuçları bakımından değerlendirilmiştir. Literatürdeki mevcut çalışmalardan hareketle, 2001 yılının ilk çeyreği ile 2005 yılının üçüncü çeyreği arasındaki

dönem için ampirik bir çalışma gerçekleştirilerek sabit etki ve rassal etki panel veri regresyonlarının yanı sıra araç değişken sabit etki regresyon yöntemi kullanılarak, Türkiye’de kredi kartı pazarının fiyat rekabetinden uzak olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Halil İbrahim Aydın ampirik makalesinde tüketici kredileri ve kredi kartları faizleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Aydın makalesinde farklı ülke verileri kullanılarak kredi kartı faizlerinin tüketici kredisi faizlerine esnekliğini panel regresyon yöntemiyle tahmin etmiştir. Sonuçlar Türkiye’de kredi kartı faizleri uzun dönem ilişki açısından diğer ülkelerle benzer hareket etmekte olduğunu fakat yakın dönemde bu ilişkinin farklılaştığını göstermektedir.

Kredi kartı piyasasına dair sorular, sorunlar kısa sürede çözüme kavuşacak gibi gözükmemektedir. Bu kitapta da görüleceği üzere zaten karmaşık bir yapıya sahip olan kredi kartları piyasası Türkiye özelinde birçok soruyu ve sorunu bünyesinde barındırmaktadır. Kredi kartı piyasası çok eskilere giden Amerika Birleşik Devletleri bile her geçen gün kredi kartları piyasasına dair yeni sorunlarla yüzleşmek durumunda kalabilmektedir. Bu sebeple bu kitaptaki çalışmaların Türkiye kredi kartları piyasasının karşılaştığı ve karşılaşacağı problemlere ışık tutmasını ümit ederek sizi kitapla baş başa bırakıyoruz.

Ahmet Faruk Aysan

Boğaziçi Üniversitesi, Ekonomi Bölümü

Türkiye Kredi Kartı Piyasası: Sorular, Sorunlar

AHMET FARUK AYSAN*

ÖZET

Bu makalede Türkiye kredi kartı piyasasının soru ve sorunları mercek altına alınmıştır. Bu soru ve sorunlara kredi kartı azami faiz oranlarının belirlenmesi noktasından bakılmaya çalışılmıştır. Azami kredi kartı faiz oranlarının belirlenmesi kredi kartı piyasasının girift işleyişini anlamadan yapılamaz. Bu sebeple bu makale öncelikle kredi kartı piyasasının oyuncularını belirlemiş, sonrasında tek tek bu tarafların azami faiz oranlarının belirlenmesine verdikleri tepkileri ve bu tepkilerin sebeplerini açıklamıştır. Bu çerçevede kartlı sistem kuruluşu olarak (network operator) BKM'nin, üye işyerlerinin, kredi kartı kullanıcıları olarak müşterilerin, kredi kartını çıkaran (issuer) ve üye işyeri anlaşması yapan (acquirer) bankaların azami kredi kartı faizlerinin düşürülmesine verdikleri tepkiler tüm yönleriyle incelenmiştir. Makalenin geri kalan bölümünde ise soru ve sorunlar arz ve talep yönlü olarak sınıflandırılmış ve Türkiye kredi kartları piyasasındaki sorunların aşılması için iki yönlü de yapısal reformların yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kredi kartları, Azami faiz oranları, Çift yönlü market, Düzenleme

JEL Sınıflandırması: E400, G210, G280

Credit Card Sector: Questions, Challenges

ABSTRACT

In this article, questions and challenges of credit card sector are analyzed concerning the determination of the maximum credit card interest rates. The determination of the maximum interest rates of credit cards depends on the understanding of the credit card market. Hence, first of all, actors are identified and their reactions to the determination of the interest rates are explained. In this respect, the reactions of all actors in this sector; as a network operator; Interbank Card Center, member merchants, customers as a credit card users; as issuers and acquirers; banks, are examined. In the last part of the article, questions and problems are classified in terms of demand and supply related issues and the necessity of two-sided structural reforms are emphasized.

Keywords: Credit cards, Maximum interest rates, Dual market, Regulation

JEL Classification: E400, G210, G280

* Boğaziçi Üniversitesi, Ekonomi Bölümü, Natuk Birkan Binası, Bebek PK 2, 34342-İstanbul, Türkiye • AYSAN: ahmet.aysan@boun.edu.tr • Çalışmada sunulan görüşler yazara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Türkiye Kredi Kartı Piyasası: Sorular, Sorunlar

1. Giriş

Türkiye’de kredi kartları konusu 2001 krizinden sonra en çok gündemde olan ve tartışılan konularından biri oldu diyebiliriz. 2001 krizini takip eden yıllarda gazeteler, televizyonlar kredi kartları borçlarından dolayı sorunlar yaşayan hatta bu sorunlarını intihara varacak kadar derinden hisseden kişilerin dramlarıyla doluydu. Bu haberler uluslararası medyada dahi Türkiye’nin sosyal problemi olarak işlenir olmuştu. Bu dönemde en çok şikayet edilen konu kredi kartlarının ödeme gücü olmayan kişilere sokaklarda, köşe başlarında dağıtılmış olması ve bu kişilerin krizde iyice kötüleşen ekonomiyle beraber ödeme güçlüğüne girmesiydi. Ödeme güçlüğü çekenler bir taraftan bankaların neden kendilerine kredi kartı verdiğini sorgularken bir taraftan da kredi kartı faizlerinin ve kredi kartı borçlarına uygulanan diğer ücretlerin yüksekliğinden şikayet ediyorlardı. Zamanla kredi kartının sadece asgari ödeme miktarını ödeyerek borcunu döndürmeye çalışanların ödemiş oldukları faiz ve diğer masraflar anaparayı geçer hale gelebiliyordu. Kredi kartlarına uygulanan yüksek faiz oranlarını şu örnek ziyadesiyle gözler önüne sermektedir. 2002 yılının son çeyreğinde aylık gecelik faiz yaklaşık yüzde 3,7’lerde seyretmekteydi. Aynı döneme dair ortalama kredi kartı faiz oranı ise neredeyse yüzde 8’i buluyordu.

Zaman içerisinde makroekonomik istikrarın sağlanması ile beraber tüm faiz oranlarında gözle görülür bir düşüş yaşanmasına rağmen kredi kartı faizleri, gecelik faiz ve tüketici kredileri faizlerinde olduğu kadar hızlı düşüş kaydetmemiştir. Bu sebeple ekonominin iyi gidişatına rağmen kredi kartları ile ilgili kaygılar ekonominin hızlı büyümesiyle aynı oranda azalmamıştır. Kredi kartlarına dair bu kaygılar 2003 yılında çıkartılan 4822 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun’una bir madde eklenmesine neden olmuş ve kredi kartlarına dair ödeme güçlüğü çekenlerin problemleri yasal bir zemine oturtulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, 4077 Sayılı Kanunda tüketici kredileri

için geçerli olan “gecikme faiz oranının akdi faiz oranının yüzde 30’unu geçemez” hükmü de kredi kartlarına dair problemleri çözmek için eklenen bu maddede yerini almıştır.

Sonradan bu madde üzerinde çok tartışma olsa da bu kanun maddesi 2006 yılına kadar kredi kartı piyasasında tüketiciyi korumaya yönelik tek somut adım olarak kaldı. Kredi kartı piyasasını kapsamlı olarak düzenleyen ve içinde tüketiciyi korumaya yönelik birçok maddenin bulunduğu 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ancak 23 Şubat 2006 tarihinde kabul edildi. Kredi kartı faizlerinin çok yüksek olduğunu düşünen ve piyasa mekanizması içinde faizlerin düşmediğini gören kanun koyucu bu kanunla beraber bankalarca kredi kartlarına uygulanacak azami akdi ve gecikme faiz oranlarını tespit etme yetkisini Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’na (TCMB) vermiştir. Bu kitaptaki çalışmalar işte ilk bu ortamın ürünü olarak tasarlanmıştır.

Günümüzün gelişmiş ve birbiriyle iç içe geçmiş finansal piyasalarında düzenleme yapmanın zorluğu aşikârdır. Hele Türkiye kredi kartları piyasası gibi hızla gelişen ve değişen bir piyasada tüm paydaşları göz önüne alarak azami faiz oranlarını belirlemek *azami* dikkat gerektirmektedir. Nitekim bu azami dikkat düzenleyiciler tarafından Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun yürürlüğe girmesiyle en üst düzeyde gösterilmiştir. Kredi kartı piyasasının tüm tarafları dinlenmiş, sorun tüm boyutlarıyla araştırılmıştır. Bu kitapta yapılan bu araştırmaların bir bölümünü bulacaksınız.

2. Merkez Bankası'nın Azami Akdi ve Gecikme Faiz Oranlarını Belirleme Süreci ve Kredi Kartı Piyasasının Oyuncuları

Merkez Bankası ilk azami ve akdi gecikme faiz oranlarını Nisan 2006 itibariyle uygulamaya koymuştur. İlk azami faiz oranı 5,75 olarak belirlemiş ve 1 Ocak 2008 tarihine kadar azami faiz oranları piyasada oluşan ortalama faiz oranları göz önüne alınarak tedricen indirilmiştir. 2008 yılıyla beraber piyasada oluşan kredi kartı faiz oranlarına bakılmaksızın ilk ciddi indirim yapılmıştır. Azami akdi faiz oranları aylık yüzde 5,55'den 4,93'e çekilmiştir (Tablo 1). Bu tarihten itibaren de diğer faizlerde gerçekleşen hızlı düşüğe paralel olarak azami kredi kartı faizleri hızla düşürülmüş ve 1 Ekim 2010 itibariyle azami akdi faiz 2,44'e çekilmiştir.

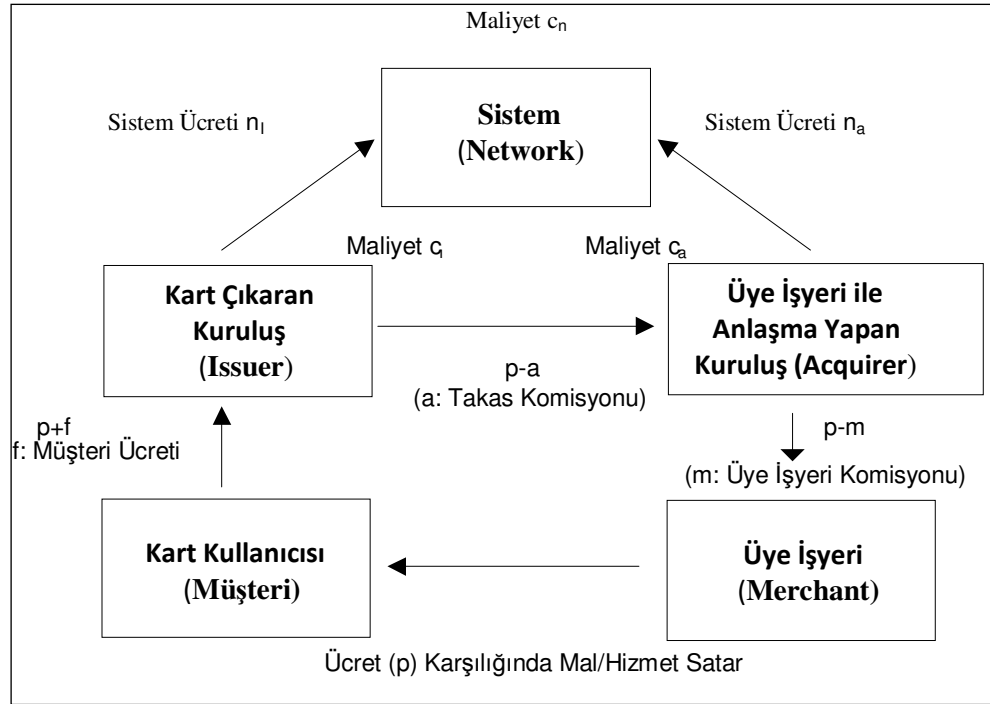
Tablo 1: Azami Akdi ve Gecikme Faiz Oranlarını (Kaynak:TCMB)

Tarih	Akdi	Gecikme
1/Haziran/2006	5,75	6,88
1/Temmuz/2006	5,72	6,44
1/Ekim/2006	5,7	6,29
1/Nisan/2007	5,63	6,22
1/Ocak/2007	5,63	6,22
1/Temmuz/2007	5,55	6,2
1/Ekim/2007	5,55	6,2
1/Ocak/2008	4,93	5,68
1/Nisan/2008	4,93	5,68
1/Temmuz/2008	4,39	5,14
1/Ekim/2008	4,39	5,14
1/Ocak/2009	4,39	5,14
1/Nisan/2009	3,96	4,71
1/Temmuz/2009	3,49	4,24
1/Ekim/2009	3,26	4,01
1/Ocak/2010	2,91	3,66
1/Nisan/2010	2,8	3,55
1/Temmuz/2010	2,69	3,19
1/Ekim/2010	2,44	2,94

Kredi kartı faizlerinin indirilmesi sürecinde tarafların görüşleri nelerdir sorusuna geçmeden önce kredi kartı piyasasındaki tarafları açıklamamız gerekiyor. Kredi kartı piyasası çok taraflı karmaşık yapıya sahiptir. Hatta bu yüzden iki yönlü piyasaların (two sided markets) en güzel örneklerinden biridir. Kredi kartı piyasalarında genelde beş taraf bulunmaktadır. Bu taraflardan ilk akla gelenler

kredi kartını çıkaran kuruluş (issuer), kart sahibi müşteri ve kredi kartını kabul eden üye işyeridir. Fakat bunların dışında üye işyeri anlaşması yapan kuruluş (acquirer) ve kartlı sistem kuruluşu (network operators) da kredi kartı piyasasının diğer oyuncularındır (Şekil 1). Dünyanın birçok ülkesinde kredi kartını çıkaran kuruluş, üye işyeri anlaşması yapan kuruluş ve kartlı sistem kuruluşu farklı ve birbirlerinden bağımsız kuruluşlar olarak kredi kartı piyasasında işlem yapmaktadır. Türkiye’de ise bankalar aynı anda kredi kartını çıkaran kuruluş ve üye işyeri anlaşması yapan kuruluş olarak hizmet verebilmektedir.

Şekil 1: Kredi Kartı Sisteminin İşleyişi



Kaynak : Rochet, Tirole (2003)

Diğer ülkelerin aksine Türkiye’de sadece Bankalararası Kart Merkezi (BKM) kartlı sistem kuruluşu olarak çalışmaktadır. Dünyada kartlı sistem kuruluşu olarak çalışan Master Card, Visa Card gibi kuruluşlar Türkiye’de temelde yabancı ülkelerde yapılan kredi kartı harcamalarının Türkiye’deki bankalara ödenmesi

görevini üstlenmişlerdir. Türkiye’de kredi kartını çıkaran kuruluş ve üye işyeri anlaşması yapan kuruluş sadece bankalardır. Başka ülkelerde banka dışı diğer finansal kuruluşlara da iş yapma yetkisi verilmiş iken ülkemizde bu yetki sadece bankalara verilmiştir. Bununla beraber Türkiye’de yapılan tüm kredi kartı harcamaları BKM üzerinden yapılmamaktadır. Kredi kartını çıkaran bankanın (issuer) ve üye işyeri anlaşması yapan bankanın (acquirer) aynı banka olması durumunda işlemler BKM devreye girmeksizin yapılabilmektedir (on-us işlemler). BKM kredi kartını çıkaran bankanın ve üye işyeri anlaşması yapan bankanın farklı bankalar olması durumunda önceden belirlenen takas oranını uygulayarak işlemleri gerçekleştirmektedir. Kredi kartı taraflarının detayları ve kredi kartı piyasasının daha detaylı anlatımı için bu kitaptaki Yıldırım-Güngör ve Yıldırım makalesine bakılabilir.

3. Kredi Kartı Piyasasında Tarafların Azami Kredi Kartı Faiz Oranlarının Düşürülmesine Vermiş Oldukları Tepkiler ve Pozisyonları

3.1. Bankalararası Kart Merkezi:

Bu kısa açıklamadan sonra şimdi tarafların azami kredi kartı faiz oranlarının düşürülmesine vermiş oldukları tepkilere ve kendi tezlerine bakabiliriz. Öncelikle kredi kartı azami faiz oranları tartışmalarına asgari düzeyde katılan taraflardan başlayalım. Kartlı sistem kuruluşu olarak (network operator) BKM kredi kartı azami faiz oranlarının belirlenmesi tartışmalarında daha az yer almıştır. BKM direkt olarak gelirini kredi kartını çıkaran bankanın ve üye işyeri anlaşması yapan bankanın farklı bankalar olması durumunda gerçekleştirmiş olduğu takas işleminden kazanmaktadır. BKM için ana öncelik azami faiz oranlarından çok bankaların arasında uygulanan takas komisyonu oranı olmalıdır. Nitekim 2003 yılında akaryakıt bayilerinin takas komisyonunu yüksek bularak BKM’yi Rekabet Kuruluna şikâyet etmelerinden bu yana BKM takas komisyonu regülasyonu ile uğraşmaktadır. Tabi bu durum BKM’nin tamamen kredi kartları faizlerine duyarsız olduğu anlamına gelmemelidir.

Kredi kartları piyasası çift yönlü bir piyasadır. Çift yönlü piyasalarda tek ürün satılmasına rağmen üründen elde edilen gelir piyasanın farklı taraflarından gelebilmektedir. Kredi kartları örneğinde bir kredi kartının geliri sadece müşteriden alınan faiz ve yıllık ücret gibi gelirler değildir. Ayrıca üye işyeri anlaşma yapmış olduğu bankaya (acquier) komisyon ödemektedir. Kredi kartını çıkaran bankanın ve üye işyeri anlaşması yapan bankanın farklı bankalar olması durumunda ise kredi kartını çıkaran banka üye işyeri ile anlaşma yapan bankaya ödemeyi takas komisyonunu keserek yapmaktadır. Kredi kartları piyasasının bu çift yönlü özelliğinden dolayı bankalar talebin daha az esnek olduğu piyasada daha yüksek fiyat istemektedir. Başka bir deyişle zaten yüksek kredi kartı faizlerinden ziyadesiyle kar eden bankalar üye işyerlerinden alınacak komisyon ve takas komisyonları konusunda daha az hassas olabilmektedir (Akın vd. 2010). Nitekim Türkiye’de kredi kartları piyasası ilk gelişme evrelerinde ve kredi faizlerinin yüksek olduğu dönemlerde iken bankalar kredi kartının daha fazla sayıda işyeri tarafından kabul edilmesini sağlamak amacıyla işyeri komisyonlarını görece düşük tutmuşlardır¹. Bu açıdan bakıldığında kredi kartı faizlerinin düşürülmesinin dolaylı olarak piyasanın diğer tarafındaki komisyon ve takas komisyonu oranlarını etkilemesini bekleyebiliriz. Ayrıca BKM Türkiye’de kredi kartı çıkaran tüm bankaların üye olduğu ve sektöründe gerçekten de “tek el” olan bir kuruluştur. Bu sebeple kredi kartı çıkaran tüm bankaları etkileyen azami faiz oranı kararlarına hepten bigâne kalması beklenemez. Bununla beraber BKM her zaman kredi kartları faiz oranları üzerine yapılan tartışmalara mesafeli durmaya çalışmıştır diyebiliriz.

3.2. Üye İşyerleri:

Kredi kartları piyasasında bir diğer oyuncu olan üye işyerleri azami kredi kartı faiz oranlarının düşürülmesine kayda değer bir tepki vermemiştir. Faizlerin düşürülmesi kredi kartı müşterilerini üye işyerlerinden daha fazla alışveriş yapmaya teşvik ettiği derecede faiz indirimleri üye işyerlerinin menfaatine gibi

¹ Komisyon oranları ve takas komisyonları bu kitapta Gülcan Yıldırım Güngör tarafından detaylıca incelenmiştir.

gözükmektedir. Fakat kredi kartı faizlerinin düşmesiyle bankalar düşen gelirlerini üye işyeri komisyonlarını artırarak telafi etme yoluna gittikleri oranda da kredi kartı faizlerinin düşmesi üye işyerlerinin aleyhine çalışmaktadır. Üye işyerlerinden alınan komisyon piyasası faiz piyasasına göre daha rekabetçi özelliklere sahip olduğundan dolayı kaybedilen faiz gelirinin komisyon piyasasından telafi edilmesi sınırlı kalmıştır. Bir de buna BKM'nin Rekabet Kurulu'ndaki takas komisyonu davası eklenince BKM takas komisyonlarını düşürmek zorunda kalmış, bu da üye işyerlerinin ödemiş olduğu komisyonların düşük kalmasına sebep olmuştur. Bu sebeple üye işyerleri kredi kartı azami faiz oranları tartışmalarına pek katılmamışlardır.

3.3. Kredi Kartı Kullanıcıları, Müşteriler:

Kredi kartı piyasasının ana aktörlerinden olan kredi kartı kullanıcıları gazetelerde, televizyonlarda bize aksettirilenin tersine homojen bir grup değildir. Bu sebeple kredi kartı faizlerinin düşürülmesine yeknesak bir tepki vermeleri beklenmemelidir. Temelde kredi kartı kullanıcılarını ikiye ayırabiliriz. Birinci grup kredi kartının kredi seçeneğini kullanan ve kredi kartına borçlanan (revolvers) kullanıcılarıdır. İkinci grup ise kredi kartını sadece ödeme aracı olarak kullanan, kredi kartının borcunu en geç son ödeme gününde ödeyen diğer ifade ile borcunu zamanında ödeyen müşterilerden (convenience users) oluşmaktadır. Elbette kredi kartları faizlerinin düşmesi öncelikle kredi kartı borcu olan müşterileri olumlu yönde etkilemiştir. Fakat bu kullanıcılar azami kredi kartı faizlerinin düşürülmesini çoğu zaman yetersiz bulmuşlardır. Hatta bu yönde azami kredi kartı faizindeki düşüşü yeterli bulmayan bir politikacının azami kredi kartı faizinin ortalama tüketici kredisi faizinin iki katını aşamayacağı önerisine destek vermişlerdir.

İlk bakışta borcunu zamanında ödeyen müşteriler faiz ödemedikleri için bu tartışmaların dışında kalmışlardır şeklinde düşünülebilir. Fakat faiz ödemeyen bu kredi kartı kullanıcılarının faiz kararlarından etkilenmedikleri anlamına gelmemelidir. Farkında olsalar da olmasalar da borcunu zamanında ödeyen kredi

kartı kullanıcıları da azami faiz oranı kararlarından etkilenmişlerdir. Azami faiz oranlarının düşürülmesiyle kredi kartı faiz gelirlerini hedefledikleri seviyede tutamayan bankalar kredi kartlarından yıllık ücret almaya başlamışlardır. Bu açıdan kredi kartı yıllık ücretlerinin alınmaya başladığı tarih ile kredi kartları kanunun uygulanmaya başladığı tarihin aynı döneme denk gelmesi bir tesadüf değildir. Bu dönemde Türkiye’de 40 milyon civarında kredi kartı satan bankalar; kredi kartı piyasasının doyduğunu ve bu piyasada kredi kartı sayısı açısından geçmiş yıllara kıyasla daha az büyüyeceklerini anladıkları noktada kredi kartlarından yıllık ücret almaya başlayarak hâlihazırdaki müşterilerinden faydalanma yoluna gitmişlerdir. Kredi kartlarından yıllık ücret alınması kredi kartı borcunu zamanında ödeyen, ödemeyen tüm kullanıcıları etkilemiştir. Diğer yandan bankalar kredi kartlarına uygulanan azami faizlerinin düşmesiyle bonus, hediye, para puan gibi promosyon uygulamalarında kesintiye gitmişlerdir. Bu kesintiler aynı şekilde yine tüm kredi kartı kullanıcılarını olumsuz etkilemiştir.

Kredi kartı borcunu zamanında ödeyen ve ödemeyen müşteri ayrımının yanı sıra kredi kartına borçlanan (revolvers) kullanıcılar rasyonel (Ausubel, 1991) veya sabırlı (Calem, Gordy ve Mester, 1995) olup olmadıklarına göre ayrıca sınıflandırılmıştır. Bu noktada Ausubel’in (1991) “*yeni ters seçim teorisi*” bize kredi kartına borçlanan kullanıcıların da aslında zaman içerisinde farklı kategorilere girebileceğini ve bu sebeple de bankaların tek taraflı olarak faizlerini aşağıya doğru indirmeyeceklerini göstermektedir. Ausubel’e göre kredi kartı kullanıcılarının önemli bir kısmı kredi kartlarını ilk aldıklarında kredi kartının kredi seçeneğini hiç kullanmayacaklarını düşünürler. Fakat zaman içerisinde kredi kartının kredi özelliğini kullanmak zorunda kalabilirler. Bu tür müşteriler genelde kredi kartlarını kısa süreler için ve düşük borç tutarları için kullanırlar. Bu tür kredi kartı kullanıcıları kredi kartı çıkaran bankalar için arzu edilen müşteri türüdür. Bu kredi kartı kullanıcıları kredi kartını alırken borçlanmayı düşünen veya zaten diğer kredi kartlarına borcu olan müşteri tipine göre daha az risklidir.

Ausubel yeni ters seçim teorisini bu müşteri tiplerine atıf yaparak açıklar. Klasik “ters seçim teorisinde” bankalar faizlerini artırdıkça daha riskli projelere borç verebilirler. Artan temerrüt riski faiz artırımı yapan borç vericiler için her zaman karlı olmayabilir. Ausubel kredi kartları piyasasında ise “yeni ters seçim teorisinin” çalıştığını göstermiştir. Bankalar şayet kredi kartı faizlerini tek taraflı olarak indirirlerse hangi tür kredi kartı kullanıcısı tepki verecektir? Borcunu zamanında ödeyenler zaten faiz ödemedikleri için tepki vermezler. Bu grup ilerde faiz ödemek durumunda kalma olasılıkları olmasına rağmen faiz indirimine tepki vermezler. Faiz oranlarının düşüşüne sadece zaten borçları olan, riskli kredi kartı kullanıcıları tepki verecektir. Fakat bu bankaların hedeflediği müşteri kitlesi değildir. Bu durumda tek taraflı olarak dengeden sapan banka daha kötü bir dengeye düşecektir. Tüm bankalar bu şekilde düşününce de faiz rekabetine girişmek bankalar için tercih edilmemektedir. Bu sebeple topluca kredi kartı faizlerini düşüren regülasyonlar toplumsal refahı artırıcı olabilir. Aysan ve Müslim (2006), Aysan vd. (2008) ve Akın vd. (2010) Ausubel’in yeni ters seçim teorisinin Türkiye kredi kartları piyasasında da geçerli olduğunu ampirik olarak göstermişlerdir. Akın, Aysan ve Yıldırım’ın 2008 yılında Türkiye genelinde yapmış oldukları 2500 kişilik anket çalışması da bu farklı kredi kartı kullanıcısı grupların kredi kartları piyasasında yadsınamayacak öneme sahip olduğunu göstermektedir. Bu detaylı sınıflandırma ile kredi kartı kullanıcılarına bakıldığında, azami kredi kartı faizlerinin düşmesinin aslında potansiyel olarak tüm kredi kartı kullanıcılarının (hiç borç almayacaklar hariç) yararına olduğunu söyleyebiliriz.

3.4. Kredi Kartını Çıkaran (issuer) ve Üye İşyeri Anlaşması Yapan (acquirer) Bankalar:

Kredi kartı azami faiz oranlarının düşürülmesine en çok karşı çıkan taraf bankalar olmuştur. 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun hazırlık aşamalarından itibaren kredi kartı faizlerinin neden yüksek olduğunu açıklamak zorunda kalmışlardır. Azami kredi kartı faizlerinin uygulanmaya başlamasıyla beraber neredeyse tüm bankalar faizlerini azami faiz oranında

belirlemişlerdir. Elbette her bankanın tek tip kredi kartı yoktur. Bankalar farklı kredi kartı türlerine farklı faizler isteyebilmektedir. Fakat genelde bankaların en çok kullanılan kredi kartları türlerine azami akdi ve azami gecikme faizi uygulamaktadır. Bankaların neredeyse hepsinin kredi kartı faizlerini azami orana eşit veya çok yakın belirlemeleri Ausubel'in kredi kartları piyasasında “*yeni ters seçim*” problemi sebebiyle fiyat rekabeti olmayacağı görüşünü desteklemektedir.

Türkiye’de kredi kartı piyasasında bankaların kredi kartını çıkaran kuruluş (issuer) ve üye işyeri anlaşması yapan kuruluş (acquirer) şeklinde bir uzmanlaşma farklılaşması göstermediklerini daha önce belirtmiştik. Ayrıca Ausubel’in “*yeni ters seçim teorisine*” atıf yaparak bankaların tek başlarına kredi kartı faizlerini düşürmeyeceklerini söylemiştik. Fakat bu gibi özellikler bizi kredi kartı piyasasında bankaların homojen olduğu ve her zaman aynı çıkarlara sahip oldukları sonucuna götürmemelidir. Bankalar kendi aralarında bir hayli farklıdır ve çelişen çıkarlara sahiptir. Bu çelişen çıkarları kredi kartı piyasasının arz yönlü problemleri bölümünde ele alıyoruz. Şimdi bankaların Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun yürürlüğe girmesi akabinde faiz oranlarının neden düşürülmemesi gerektiğine dair yaptıkları ortak argümanların en önemlilerini dile getirelim.

Bankalar öncelikle kredi kartı işinin doğası itibarıyla bir hayli masraflı ve aynı zamanda riskli olduğunu ifade etmişlerdir. Kredi kartı kullanan müşteriler genelde teminatsız müşterilerdir. Kredi kartının kredi opsiyonunu kullandıklarında karşılığında bankalara bir teminat vermek zorunda değillerdir. Tabi ki bu teminatsız müşteriler diğer kredi türlerine göre daha riskli müşterilerdir. Nitekim kredi kartı tahsili gecikmiş alacaklar (TGA) oranı 2010 yılı Mart ayı itibarıyla yüzde 9,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran bankacılık sektörünün toplam TGA oranının neredeyse üç katıdır. Kredi kartları TGA oranı yine aynı şekilde diğer tüketici kredilerinden bir hayli yüksektir². Kredi kartları piyasasının hızla büyüdüğü ve kredi kartı faizlerinin yüksek olduğu 2000li yılların başında TGA

² Kredi kartlarındaki TGA oranlarının ayrıntılı analizi için bu kitaptaki F. Gülfem Karahan ve Bahadır Çakmak’ın çalışmasına bakılabilir.

oranlarının bankalar için çok da önemli olmadığı söylenebilir. Kredi kartlarının faizleri o kadar yüksektir ki yeni kredi kartı verilen müşterilerin bir kısmının temerrüde düşme ihtimalleri bankaları çok da rahatsız etmemiştir. Nitekim caddelerde, köşe başlarında müşterilerin gelirlerine bakmaksızın kredi kartlarının dağıtıldığı günler hala hafızalarımızdadır. Azami kredi kartı faizlerinin düşürülmesi, kredi kartı kanununun getirdiği düzenlemeler ile kar marjının azalması ve piyasanın olgunlaşp, ana aktörler tarafından paylaşılması ile bankalar risk yönetiminde daha dikkatli olmak zorunda kalmışlardır.

Kredi kartı arzının temerrüt riski yanında diğer maliyetleri de yüksektir. Öncelikle kredi kartına borçlanan, borçlanmayan tüm müşteriler aslında kredi kartının kredi opsiyonunu kredi kartının son ödeme gününe kadar kullanabilmektedir. Hesap özetleri ayda bir kesilmektedir. Bir kredi kartı kullanıcısı eğer kredi kartı harcamalarını hesap kesim gününün hemen akabinde yaparsa kredi kartına olan borcunu bir ay sonra ödemektedir. Kredi kartlarının bu özelliği bankaların katlandığı bir maliyet olarak dile getirilmiştir. Fakat bu maliyet esasen bankalar tarafından değil üye işyerleri tarafından karşılanmaktadır. Sonuçta bankalar üye işyerlerine paralarını öderken komisyonlarını keserek ödeme yapmaktadırlar. Elbette bu kalem rekabet şartlarına göre komisyon oranlarının çok düşürüldüğü durumlarda bankalara ek bir maliyet unsuru olabilir. Fakat bu kitaptaki Gülcan Yıldırım Güngör'ün ve Hasan Erol'un makaleleri bahsedilen faiz maliyetinin önemli ölçüde işyerleri tarafından karşılandığını göstermektedir. Hatta bankalar işyeri komisyonlarından alternatif maliyetlerine göre önemli karlar elde etmektedir.

Bankaların üye işyerinden aldıkları komisyon gelirleriyle kredi kartı kullanıcılarını son ödeme tarihine kadar finanse edebildiklerini söylesek de bankaların ilk başta göze çarpmayan nakit fon yönetimi maliyetleri de vardır. Nakit fon yönetimi maliyeti ilk olarak Shaffer ve Thomas (2007) tarafından dile getirilmiştir. Bankalar kredi kartı kullanıcılarına belli limitler tahsis ederler. Fakat bu limitlerin ne kadarının o ay içerisinde kullanılacağı belli değildir. Bir uç örnek

olarak kredi kartı kullanıcıları o ay için tüm limitlerini kullanabilirler ve işyerleri de paralarını hemen bankalardan tahsil edebilirler. Bankaların her dönem için daha önceden ne kadar işlem yapılacağını, bunların ne kadarının krediye dönüşeceğini, ne kadarının hemen üye işyerleri tarafından isteneceğini bilmedikleri durumda nakit fon yönetiminin de maliyeti artacaktır. Bankalar belisizliklere karşı paralarını faiz getirileri düşük olan daha likit fonlarda tutmak zorunda kalacaktır. Bu ise bankalar için ilk bakışta göze çarpmayan bir maliyet kalemidir. Akın vd. (2010) nakit fon yönetimi maliyetinin Türkiye’de bankalar için istatistiksel olarak önemli bir maliyet kalemi olduğunu göstermiştir.

Kredi kartı işinin diğer operasyonel maliyetleri de borç verilen miktara göre hayli fazla olduğu iddia edilmiştir. Türkiye’de kredi kartları ödeme ve kredi imkanı sağlamanın yanında diğer birçok avantajı müşterilerine sunmaktadır. Kredi kartı müşterileri her yapmış oldukları alışverişlerde bonus, para puan, mil gibi hediyelerden yararlanmaktadır. Bankaların reel sektördeki firmalarla yaptıkları anlaşmalar neticesinde kredi kartı kullanıcıları promosyon kampanyalarından çok daha fazla hediye kazanabilmekte, ödemelerini taksitlendirebilmekte veya erteleyebilmektedirler. Havaalanlarında indirimli otopark imkanlarından yararlanmakta, belli kredi kartı kullanıcıları için özel hazırlanmış salonlarda dinlenebilmekte, ücretsiz veya indirimli sigorta ve uçak bileti imkanlarından yararlanmaktadır. Elbette bunlar kredi kartlarının maliyetlerini arttıran unsurlardır. Taksit, ödeme erteleme ve verilen indirim ve para iadelerinin maliyetlerinin çoğu üye işyerleri tarafından karşılanmakta olmasına rağmen diğer maliyetlerin bir kısmı bankalar tarafından üstlenilmektedir³.

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu kredi kartlarının operasyonel maliyetleri artırıcı yönde hükümler getirmiştir. Bu hükümler özellikle bankaların yeni müşteri kazanma maliyetlerini artırmıştır. Kanun öncesinde istedikleri yerde kart pazarlayan bankalar kanun sonrasında sadece kendi banka

³ Kredi kartlarının sağlamış olduğu fırsatların maliyetini kimlerin üstlendiğine dair bu kitaptaki Gülcan Yıldırım Güngör’ün çalışmasına bakılabilir.

şubelerinde kart pazarlayabilmektedirler. Kredi kartı pazarında büyümek isteyen daha küçük bankalar pazarda paylarını artırmak için büyük bankaların kanun öncesinde ödedikleri pazarlama maliyetlerine göre daha fazla maliyet üstlenmek durumunda kalmışlardır. Kredi Kartları Kanunu, kredi kartının direkt olarak müşterinin eline teslim edilmesini zorunlu tutmuş, bu da kredi kartlarının posta masraflarını artırmıştır. Kanun aynı zamanda kredi kartı hesap özetlerinin nasıl yazılacağına, nasıl gönderileceğine dair hükümler getirmiş ve kredi kartı veren bankaların maliyetlerinin artmasına sebep olmuştur.

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun bankaların maliyetlerini artırıcı hükümlerinden çok bankaların gelirlerini kısıtlayan hükümleri bankaları daha çok rahatsız etmiştir. Öncelikle asgari ödeme tutarı yüzde 10'dan yüzde 20'ye çekilmiş, bankaların faiz uyguladıkları dilim azaltılmıştır. Bankaların Kanun öncesinde uyguladıkları keyfi faiz uygulamalarına son verilmiştir. Mesela birçok banka kredi kartı borcunu ödemeyen müşterilerine uygulanan faizi alışveriş gününden itibaren uygulanmakta ve akdi faizin dışında limit aşım ücreti, sabit faiz ücreti gibi isimler altında ilk etapta müşteri tarafından bilinmeyen ücretler alabilmekteydi. Gecikme faizi hariç tüm bu ücretler Kredi Kartları Kanunu ile kaldırılmıştır. Kredi kartına akdi ve gecikme faizi işletimi bir kurala bağlanmış ve bankaların ödenmeyen borçlara faiz işletimini son ödeme gününden itibaren olmak üzere başlatmaları karara bağlanmıştır. Bankaların müşterilerine açabilecekleri kredi kartı limitleri kredi kartı kullanıcısının gelirine endekslenmiştir. Fakat bu madde hâlihazırdaki kredi müşterileri için uygulanmadığı için özellikle kredi kartı pazarında büyük paya sahip bankaları fazla etkilememiştir.

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun en önemli maddelerinden biri de iki ay üst üste asgari ödeme tutarını ödemeyen kredi kartı kullanıcılarının kredi kartlarının kullanımının durdurulması zorunlu hale getirilmiştir. Bu madde bir bakıma geçmişte bankaların kredi kartı borcunu ödeyemeyen müşterilerin limitlerini artırıp daha uzun süre bankalara borçlanmalarını sebep olmalarına karşı alınan bir tedbirdir. Tabi bu madde de

kredi kartlarına borçlanma süresini kısalttığı için bankaların gelirlerini azaltmıştır. Bu madde sayesinde kredi kartları borcunu sürdüremeyecek olanlar bir an önce sistem dışına itilerek daha fazla borçlanmalarının önüne geçilmiştir. Yeri gelmişken söyleyelim 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'ndaki bu tür maddeler sayesinde Türkiye son yıllardaki küresel krizi daha önceki krizlere kıyasla çok daha az sosyal sorunlar yaşayarak atlatmıştır. Aynı zamanda düzenleyiciler kredi kartları harcamalarında ve borçlanmalarında ani artışları yakından takip etmişlerdir. Bu artışların zaman içerisinde finansal sistemin işleyişine zarar vereceğini düşündüklerinde zorunlu karşılık oranları ile oynayarak kredi kartları piyasasına yumuşak iniş ve kalkış imkanı sağlamışlardır. Zorunlu karşılık oranlarında bu tür artışlar bankaların maliyetlerinin dönem dönem artmasına sebep olmuştur.

4. Kredi Kartı Piyasasının Arz Yönünün Değerlendirmesi: Bankalar ve Kredi Kartı Piyasasının Özgünlüğü

Kredi kartı azami akdi ve gecikme faizleri özellikle Ocak 2007'den itibaren piyasadaki faizlerin ana belirleyici unsur olmuştur. Sektör içindeki tüm bankalar neredeyse faizlerini azami faiz oranlarına eşitlemiş veya bu oranlara çok yakın rakamlar belirlemiştir. Peki, bundan sonra da Merkez Bankası'nın belirlediği azami faiz oranları piyasada ana belirleyici unsur olarak kalmaya devam edecek midir? Bu sorunun cevabı Merkez Bankası'nın tavrına bağlı olduğu kadar kredi kartları piyasasının yapısal dönüşümüne de bağlıdır. Bu yapısal dönüşüm ise hem tüketici davranışlarına hem de, belki daha fazla, arz yönlü gelişmelere bağlıdır. Kredi kartları piyasasının yapısından ve temel paydaşlarının kredi kartları faizlerine vermiş oldukları tepkilerden bahsetmiş olduğumuz bölümde görüleceği üzere mesele tüm yönleriyle düşünüldüğünde hiç de basite indirgenemeyecek kadar komplekstir. Bu girift yapının kökeninde arz yönlü bir takım yapısal problemler önemli yere sahiptir. Bu bölümde regülatörlerin karar alırken göz önünde tutmaları gereken Türkiye kredi kartı piyasasının yapısına dair özellikleri anlatacağız.

Türkiye kredi kartları piyasası yoğunlaşma endekslerinin bir hayli yüksek olduğu bir piyasadır. İlk altı banka sektörün neredeyse yüzde 90'nını ellerinde tutmaktadır. Bu altı bankada kendi içlerinde ikişerli gruplar halinde üçe ayrılabilir. İlk iki banka kredi kartı pazarına ciddi manada ilk yatırımları yapan Yapı Kredi Bankası ve Garanti Bankası'dır. Bu iki banka pazarın neredeyse yarısını ellerinde tutmaktadır. Bu bankaları birbirlerine yakın paylarla İş Bankası ve Akbank takip etmektedir. Bu gruptaki son iki banka olarak ise HSBC ve bu pazarda hızla yükselen Finasbank'ı saymak mümkündür. Pazardaki diğer oyuncular bu bankalara kıyasla çok düşük piyasa paylarına sahiptir. Bu sıralama bankacılık sektörünün genel sıralamasından farklılık arz etmektedir. Özellikle 90'larda ve 2000'li yılların başlarında kredi kartlarına yatırım yapan bankalar kredi kartları piyasasında aslan payını kapmayı başarmışlardır. Arkadan gelenler ise kredi kartları piyasasının artan önemi geç kavramışlar ve sonrasında pazar paylarını artırmada güçlükler yaşamaktadırlar.

Bankaların pazar paylarını artırmaya çalışmalarının piyasada rekabeti arttırıcı yönde etki yapması beklenir. Fakat çift yönlü piyasalardan olan kredi kartları sektöründe tek bir pazar yoktur. Bankalar açısından bakıldığında piyasa payını ve karlılığını büyütme çalışan bir banka kredi kartına borçlanan müşterilere mi yoksa üye işyerinden alınan komisyonlara mı odaklanmalıdır? Yoksa bu iki piyasada aynı anda mı rekabete girmelidir? Rekabete faiz yoluyla mı faiz dışı faydalar sağlayarak mı katılmalıdır? Ürün çeşitliliğini ne kadar arttırmalıdır? Hangi üye işyerleriyle anlaşmalar yapmalıdır? Taksitlendirmeye mi yoksa borç ötelemeye mi önem vermelidir? Yıllık ücret üzerinden mi rekabete girişmelidir? Ne tür pazarlama teknikleri izlemeli, yeni müşterilere nasıl ulaşılmalıdır? Eminiz bu ve benzeri sorular bankaların her dönemde kendi içlerinde sıkça sordukları sorulardır. Aslında bankaların izlemiş oldukları stratejilerin tahlili azami faiz oranlarının belirlenmesinde yol gösterici olabilmektedir. Örneğin piyasa paylarını büyütme çalışan bankaların neredeyse hiçbiri faiz rekabetine girmeyi tercih etmemişlerdir. Bu da bize literatürde çokça işlenmiş bir konu olan; kredi

kartı piyasasının kendine özgü dinamiklerle çalıştığını ve bankaların kolay kolay faiz rekabetine girmeyeceğini gösteren önemli bir kanıttır.

Tek başlarına kendi kredi kartı markalarıyla pazar paylarını artırmanın zorluğunu gören bankalar piyasanın önde giden Bonus, Word, Maksimum Axess gibi kartlarıyla ortak kart çıkarma yoluna gitmişlerdir. Bu bankalar içerisinde şube ağı geniş, sermayesi yüksek bankalar dahi kendi markaları yerine piyasanın önde giden kredi kartı bankaları ile anlaşma yolunu tercih etmişlerdir. Bunun temel sebebi piyasanın öncü bankalarının faiz dışı rekabette bir hayli üstün olmalarıdır. Bu bankalar müşterilerine daha fazla faiz dışı fayda sağlamakta, daha uzun taksitlendirme avantajları sunmakta, en önemlisi daha fazla ve avantajlı üye işyeri anlaşması yapabilmektedirler. Bu öncü bankalar zaten kredi kartları piyasasında önemli paylara sahip olduklarından tüm anlaşmalarında, altyapı yatırımlarında ve sağlamış oldukları fayda ve hizmetlerde ölçek ekonomisinden yararlanabilmektedir. Bu sebeple piyasanın küçük oyuncuları piyasanın büyük oyuncuları ile işbirliği yapmak zorunda kalmışlardır. Bu işbirliklerinin 2006 yılında 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun kabulünden sonra gerçekleşmesi ise tamamen tesadüf olamaz. Bu kanunla gelirleri azalan ve büyüme olanakları daralan piyasada küçük paya sahip olan bankaların kendi kartlarını çıkarmak yerine; büyük bankalarla işbirliğine girerek ölçek ekonomisinden yararlanmaya çalıştıkları söylenebilir.

Bu dönemde bir diğer düzenleme de takas komisyonlarına gelmiştir. Takas komisyonlarına gelen bu düzenlemelerin de kredi kartı piyasasındaki küçük oyuncuların aleyhine çalıştığı söylenebilir. Rekabet Kurulu'nun akaryakıt bayilerinin şikâyeti üzerine BKM'yi gözetim altına aldığını daha önce söylemiştik. Rekabet Kurulu BKM'den alınan takas komisyonlarını meşrulaştıran bir formül belirlemesini istemiştir. Takas komisyonları ve üye işyerlerine uygulanan komisyonlar kredi kartı kullanıcılarının son ödeme tarihine kadar parayı kullandıkları fakat üye işyerlerinin paranın ertesi gün hesaplarına yatmasını isteyebilecekleri temelinde alınmaktadır. Bu sebeple BKM'nin uygulayacağı takas

komisyonları için paranın bir aylık alternatif maliyeti hesaba katan bir formül üzerinde uzlaşmıştır.

Faizlerin hızla düşmesiyle takas komisyonları da bu hızlı düşüşe paralel olarak hızla azalmıştır. Üye işyerlerinin ödemiş oldukları komisyonlar değişmekte birlikte üye işyeri komisyonları da son senelerde düşüş eğilimine girmiştir. Takas komisyonları her bankaya eşit oranda uygulandığından bu düşüşten tüm bankalar aynı derecede etkilenmiştir sonucu çıkartmak yanlış olacaktır. Hangi bankanın ne kadar komisyon geliri olduğu bu bankanın kaç tane POS makinesi olduğu ile doğrudan alakalıdır. Bankalar kendi kredi kartları için BKM'ye herhangi bir ödeme yapmadan, diğer kartlar için ise kredi kartı çıkaran bankaya BKM aracılığıyla takas komisyonu ödeyerek üye işyerinden komisyon geliri kazanmaktadırlar. Bu açıdan POS makinesi fazla ve yaygın kullanılan bankaların komisyon gelirleri de fazladır. POS makinesi çok olmayan küçük bankaların işlemleri diğer bankaların POS makinesinden geçtiği için sadece kredi kartını çıkardıkları için takas komisyonu ile yetinmek durumundadırlar. Takas komisyonlarının hızla düşmesiyle de fazla POS makinesi olmayan (üye işyeri anlaşması olmayan) küçük bankalar gelir kaybına uğramışlardır. POS makinesi çok olan büyük bankalar kendi kartlarıyla yapılan işlemlerin büyük bir kısmını kendi POS makineleri üzerinden gerçekleştirdikleri için takas komisyonu oranlarının düşmesinden nispeten daha az etkilenmişlerdir.

Üye işyeri anlaşması az olan yani POS makinesi sayısı az olan bankalar kredi kartı müşterilerine faiz dışı faydaları genelde üye işyerleri üzerinden sağlamaları gerektiği için faiz dışı rekabette de etkin olamamışlardır. Bu sebeplerle düzenlemelerle ortak POS makinesi kullanımı teşvik edilmeli ve POS makinesi sayısı küçük bankaların piyasaya girmesini engelleyici bir bariyer olmaktan çıkartılmalıdır. Gerçi küçük bankalar bu sorunu aşmanın çaresi olarak büyük kredi kartları sağlayıcılarla anlaşma yoluna gitmişlerdir. Fakat bu anlaşma süreçlerinde küçük bankaların elleri ne kadar güçlüdür, tartışılır. Ayrıca bu anlaşmalar belli dönemler için yapılmaktadır. Bu anlaşmalar yenilenirken marka bağımlılığı ve

buna bağı maliyetler sebebiyle başka bankalarla anlaşmaları güç olabilir⁴. Her ne kadar kredi kartı düzenlemelerinin küçük bankalar üzerinde “beklenmeyen sonuçları” varmış gibi gözüксе de Akın vd. (2010) adı geçen düzenlemelerin kredi kartı piyasasının genelini daha rekabetçi konuma getirdiğini göstermiştir.

Bankaların kredi kartı piyasasındaki rekabetine diğer ürünlerindeki piyasa yapısından ve rekabetten bağımsız bakamayız. Diğer gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de sadece belli alanlarda uzmanlaşmış finansal kuruluşlar mevcut değildir. Mevcut olsalar da pazarda payları çok azdır. Bu açıdan bankalarımız sadece kredi kartı işiyle uğraşmamaktadır. Tüketici kredileri, şirket kredileri, ev kredileri, sigorta gibi birçok alanda faaliyet göstermektedir. Kredi kartı kullanıcıları da bu sebeple bankaların sadece kredi kartı servislerine bakarak bankalarını seçmemektedir. Akın, Aysan ve Yıldırım’ın 2008’de kredi kartları üzerine gerçekleştirmiş oldukları anket bu durumu tüm açıklığıyla ortaya sermektedir. Ayrıca Akın vd. (2010) kredi kartı faizlerinin belirlenmesinde bankaların kredi kartına özgü olmayan ama bankalara özgü olan faktörlerin faiz dışı rekabet oluşturmada önemini ortaya koymuşlardır. Bu sebeple kredi kartları piyasasındaki rekabetin gelişimi kredi kartları dışındaki bankacılık aktivitelerinde rekabetçiliğinin dönüşümü ile de yakından ilgilidir.

5. Kredi Kartı Piyasasının Talep Yönünün Değerlendirmesi: Kredi Kartı Kullanıcıları ve Tüketici Davranışları

Kredi kartı piyasasında oluşan dengeler sadece arz yönlü değişkenler ile açıklanamaz. Kredi kartı piyasasının talep yönünde de önemli sorunları vardır. Kredi kartı piyasasının ana müşterileri kredi kartı kullanıcılarıdır. Üye işyerleri de kredi kartı piyasasının talep eden tarafında bulunmaktadır. Fakat kredi kartı kullanıcıları kredi kartlarını kullanmadıkça üye işyerlerinin kendiliğinden gelen bir talepleri olamaz. Bu sebeple talep tarafının ana aktörleri kredi kartı müşterileridir.

⁴ Nitekim bu tür zorluklar bankalar ile anlaşıp ortak kart çıkaran şirketler açısında da geçerlidir. Örneğin Türk Hava Yolları, Migros gibi şirketler bankalar ile ortak kart çıkarmaktadır.

Kredi kartı müşterilerinin yeknesak bir grup olmadığını daha önce belirtmiştik. Müşteriler arasında borcunu zamanında ödeyen, ödemeyen, rasyonel, sabırlı olan olmayan gibi ayrımlarıyla farklı müşteri gruplamaları yapılabileceğini yazmıştık. Bu sınıflandırmalardan sosyal problemler açısından en önemlisi ise bilinçli ve bilinçsiz kredi kartı müşterisi ayrımıdır. Kredi kartına borçlanan ve borçlanmayan ayrımı yapmaksızın kredi kartlarında bilinçli müşteri kredi kartının kendisine sağladığı tüm fayda ve maliyetleri hesap eden, farklı kredi kartları ve diğer finansal ürünler (mesela tüketici kredisi gibi) arasında fayda, maliyet analizi yapabilen ve nihai noktada da bu analizler neticesinde hareket edebilen müşteri tipidir. Bilinçli müşteri için ilk gerekli olan müşterinin bilgiye ulaşımıdır. Bilgiye ulaşamayan müşteri bir sonraki adım olan bilgiyi analiz etme aşamasına geçemez. Şu an itibariyle Türkiye kredi kartları piyasası farklı kartların bilgisine ulaşılması noktasında pek sorunlu bir piyasa değildir. Bankacılık Düzenleme ve Denetme Kurumu (BDDK) Türkiye’de faaliyet gösteren bütün bankaların tüm kredi kartlarının faiz, yıllık ücret gibi temel özelliklerini internet sayfasında duyurmaktadır. Ayrıca farklı bankaların değişik kartlarının avantajlarına ve maliyetlerine göre karşılaştıran internet siteleri oluşmaya başlamıştır. İnternete ulaşımı olmayan müşteriler de kredi kartlarının özelliklerini banka şubelerinden rahatlıkla öğrenilebilir. Gerçi kredi kartlarına dair bilgi banka şubelerinden öğrenildiğinde şube ağı geniş olan, müşteri ilişkileri gelişmiş bankaların avantajları daha fazladır. Ayrıca 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nda kredi kartları müşterilerinin tam olarak bilgilendirilmesi gerektiği düşünülmüş, bu amaçla kredi kartı dönem çıktıları ve sözleşmelerin müşterinin anlayabileceği şekilde ve büyük puntolarla yazılması zorunlu hale getirilmiştir. Genel olarak literatürde araştırma maliyeti (search cost) olarak geçen ve müşterinin bilgi edinmesini zorlaştıran maliyetlerin Türkiye kredi kartı piyasası için yüksek olmadığı düşünülmektedir.

Bilgiye ulaşan kredi kartı müşteri için ikinci adım bu bilgiyi analiz etme ve kendisi için en uygun kartı seçme aşamasıdır. Bu fayda-maliyet analizinin

sonucu müşterinin özelliklerine göre değişebilir. Mesela kredi kartına borçlanan bir müşteri ile, kredi kartına hiç borçlanmayan ama kredi kartının promosyon kampanyalarını takip eden bir müşterinin fayda-maliyet analizi aynı olmayabilir. Bu sebeple de müşterilerin bilinçli olduğu toplumlarda yasal düzenlemeler ve piyasa müdahalelerine daha az gerek duyulacaktır.

Bir kredi kartı müşterisi diğer kredi kartları daha avantajlı olmasına rağmen bazen başka kredi kartlarına geçmeyebilir/geçemeyebilir. Bunun sebebi müşterinin kart değiştirme/geçiş maliyetini (switch cost) üstlenmek istememesidir. Mesela zaten bir kredi kartına borcu olan müşteri borçlu olduğu için diğer kredi kartı bankası tarafından reddedilebileceğini düşünerek yeni kredi kartı başvurusu yapmayabilir veya kredi kartı bankasının diğer bankacılık hizmetlerinden yararlandığı için sırf kredi kartını değiştirmek için ek maliyete girmeyebilir. Alkan Akın, Aysan ve Yıldırım (2010) anket sonuçlarına dayanarak bu tür kart değiştirme maliyetlerinin tüketicilerin kredi kartı değiştirme davranışında önemli belirleyici olduğunu göstermiştir. Bunu bilen bankalar da müşterilerine faiz dışı faydalar sağlayarak veya bankanın diğer faaliyetleri ile kredi kartı hizmetlerini iç içe sokarak müşterilerinin kart değiştirme maliyetlerini yükseltmeye çalışmaktadırlar. Kredi kartına tutsak olan bir müşteri kredi kartlarının faiz ve diğer özelliklerine de duyarlı olmadığı için banka açısından daha karlı bir müşteri tipidir⁵. Bu sebeple piyasa fiyatına direkt müdahale yerine müşterinin alanını genişleten düzenlemeler uzun vadede daha kalıcı ve etkili düzenlemeler olarak anılacaktır.

Genel olarak ülkemizde finansal bilinç/farkındalık (financial literacy) düzeyi yüksek değildir. Ülkemizde kredi kartları borçlarından dolayı intihara varan talihsiz olayların arkasında finansal eğitimin eksik olması yatmaktadır. Bu eksikliğin giderilmesi özellikle çok kişni kullandığı kredi kartları için çok daha

⁵ Kredi kartları piyasasında tüketici davranışları ve kredi kartı kullanan müşterilerin zaman içersinde diğer tüketici kredilerini de kullanmaya başladıkları üzerine Akın, Aysan, Gerek ve Yıldırım (2011) makalesine bakılabilir.

önemlidir. Kredi kartları piyasasında yapısal dönüşümün bir ayağını da tüketicilerin eğitimi oluşturmaktadır.

6. Sonuç Yerine

Bu makalede Türkiye kredi kartı piyasasının soru ve sorunları mercek altına alınmıştır. Bu soru ve sorunlara kredi kartı azami faiz oranlarının belirlenmesi noktasından bakılmaya çalışılmıştır. Azami kredi kartı faiz oranlarının belirlenmesi kredi kartı piyasasının girift işleyişini anlamadan yapılamaz. Bu sebeple bu makale öncelikle kredi kartı piyasasının oyuncularını belirlemiş, sonrasında tek tek bu tarafların azami faiz oranlarının belirlenmesine verdikleri tepkiler ve bu tepkilerin sebeplerini açıklamıştır. Bu çerçevede kartlı sistem kuruluşu olarak (network operator) BKM'nin, üye işyerlerinin, kredi kartı kullanıcıları olarak müşterilerin, kredi kartını çıkaran (issuer) ve üye işyeri anlaşması yapan (acquirer) bankaların azami kredi kartı faizlerinin düşürülmesine verdikleri tepkiler tüm yönleriyle incelenmiştir. Makalenin geri kalan bölümünde ise soru ve sorunlar arz ve talep yönlü olarak ayrılmış ve Türkiye kredi kartları piyasasındaki sorunların aşılması için iki yönlü de yapısal reformların yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

KAYNAKÇA

- Alkan, A., Akın, G. G., A.F. Aysan, L. Yıldırım “Switching Behaviour In The Turkish Credit Card Market”, *Boğaziçi Üniversitesi, Çalışma Makalesi, 2010.*
- Akın, G. G., A.F. Aysan D. Borici, L. Yıldırım “Is Simultaneous Regulation of Credit Services and Payment Services of Credit Cards Possible? Evidence from Turkey”, *Boğaziçi Üniversitesi, Çalışma Makalesi, 2010.*
- Akın, G. G., A.F. Aysan G.I Kara, L. Yıldırım “Non-Price Competition İn Credit Card Markets Through Bundling And Bank Level Benefits”, *Forthcoming in the Contemporary Economic Policy, 2010.*
- Akın, G. G., A.F. Aysan G.I Kara, L. Yıldırım “The Failure of Price Competition in The Turkish Credit Card Market”, *Emerging Market Trade and Finance, Vol.46, 23-35, 2010.*
- Akın, G. G., A.F. Aysan D. Borici, L. Yıldırım “Regulation of Credit Services and Payment Services of Credit Cards In Turkey” *Proceedings of 11. National Econometrics and Statistics Symposium (11. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu) pp. 231-252, 2010.*
- Akın, G. G., A.F. Aysan, L. Yıldırım "Transformation of the Turkish Financial Sector in the Aftermath of the 2001 Crisis", *Turkish Economy in the Post-Crisis Era: the New Phase of Neo-Liberal Restructuring and Integration to the Global Economy, Z. Onis, and F. Senses (eds.) Routledge, pp. 73-100, 2009.*
- Ausubel, M.L. (1991). The Failure of Competition in the Credit Card Market. *The American Economic Review, 50-81.*
- Aysan, A.F., L.Yıldırım, G. Kara, A. Müslim, U. Dur “Regulation and Competition in Credit Card Market in Turkey”, (in Turkish “Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet”), *The Journal of Economy, Business and Finance (İktisat, İşletme ve Finans Dergisi) Vol.23, No.265, pp.34-49, 2008.*

Aysan, A.F., ve A. Muslim “An Empirical Examination of Price Competition in the Turkish Credit Card Market”, the *Topics in Middle Eastern and North African Economies, MEEA Online Journal, Vol. 9, 2007.*

Aysan, A.F., ve H. Al “Assessing the Preconditions in Establishing an Independent Regulatory and Supervisory Agency in Globalized Financial Markets: The Case of Turkey”, *International Journal of Applied Business and Economic Research. Vol.4, No.2 pp 125-146, 2006.*

Aysan, A.F., ve A. Muslim “Assessing the Competition in the Credit Card Market in Turkey: A New Empirical Evidence”, *International Management Development Research Yearbook*, K. Erdener & H. Talha (eds.), Vol.15, pp. 147–154, 2006, International Management Development Press, Hummelstown, Pennsylvania, USA.

Calem, P.S ve L.J Mester (1995). Consumer Behavior and the Stickiness of Credit-Card Interest Rates, *American Economic Review.*

Calem, P.S., M.B. Gordy ve L.J. Mester (2005). Switching Costs and Adverse Selection in the Market for Credit Cards: New evidence. *Journal of Banking and Finance.*

S. Chakravorti ve W.R. Emmons (2001). Who Pays for Credit Cards. *Federal Reserve Bank of Chicago Policy Studies.*

Karayol, H. (2007). Kartlı Ödeme Sistemleri. *Rekabet Kurumu*

Rekabet Kurulu Kararı, 1.7.2005 Tarih ve 153 Sayılı BKM Takas Komisyonuna ilişkin

Rekabet Kurulu Kararı, <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/05-43-602-153.pdf>

Rochet, J. C. ve J. Tirole (2003). An Economic Analysis of Determination of Interchange Fees in Payment Card Systems.

Stango, V. (August 2000). Competition and Pricing in the Credit Card Market. *The Review of Economics and Statistics*, 499-508.

Türkiye Kredi Kartı Sektöründeki Gelişmeler

F. Gülfem Karahan ve Bahadır Çakmak*

ÖZET

Türkiye’de kredi kartı piyasası kredi kartlarının 40 yıl önce kullanıma konulmasından itibaren önemli derecede gelişme kaydetmiştir. 2002 yılının sonunda 4,3 milyar TL olan kredi kartı bakiye tutarı 2007 yılı Aralık ayında yaklaşık 30 milyar TL’ye yükselmiştir. 1990’lı yıllara kadar başta nakit ile çek ve senet kullanılarak ödemeler gerçekleştirilmiş olmakla birlikte, kredi kartlarının sağladığı avantajların daha çekici hale gelmesiyle 21 bankadan oluşan kredi kartı ağı hızlı bir biçimde büyüme kaydetmiştir. Sonuç olarak, kredi kartı kullanımındaki artış kadar, dolaşımda bulunan kredi kartı sayısında da önemli ölçüde artış yaşanmıştır. Buna göre, Eylül 2007 tarihi itibariyle kredi kartı işlem hacminin GSMH içindeki payı yüzde 20’lere çıkarken, Aralık 2002 tarihinde 15,5 milyon adet olan kredi kartlarının sayısı ise 2007 yıl sonu itibariyle 37,3 milyona yükselmiştir.

Anahtar Kelimeler: Banka, Faiz oranları, Düzenleme

JEL Sınıflandırması: G210, E400, G280

Developments in Credit Card Sector in Turkey

ABSTRACT

The credit card market in Turkey has considerably grown since credit cards are introduced 40 years ago. In December 2007 the credit card debt reached about 30 million Turkish Lira, which was only 4.3 million Turkish Lira in December 2002. Although payments had made mainly in cash, by cheques and bills until late 1990s, due to increase in advantages that credit cards provide credit cards become more attractive. The network of banks issuing credit cards, currently 21, has grown rapidly. As a result, the number of credit cards has been observed to soar to sizeable numbers in a short period of time Accordingly, the share of the transactions by credit cards in GNP raised to 20 percent in September 2007 and the number of credit cards increased to 37.3 million in December 2007 from 15.5 million in December 2002.

Keywords: Banks, Interest rates, Regulation

JEL Classification: G210, E400, G280

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye ▪ KARAHAN: gulfem.karahan@tcmb.gov.tr ▪ ÇAKMAK: bahadir.cakmak@tcmb.gov.tr ▪ Çalışmada sunulan görüşler yazarlara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Türkiye Kredi Kartı Sektöründeki Gelişmeler

1.Giriş

Türkiye’de ödeme araçlarındaki çeşitlilik, dünya finans piyasalarında yaşanan gelişmelere paralel olarak artmış, klasik nakit, çek ve senet kullanımlarının yanı sıra 1980’li yıllardan itibaren banka kartları, kredi kartları, ATM (Automatic Teller Machine - Otomatik Para Çekme Makinesi) ve POS (Point of Sale - Satış Noktası) cihazları hızla kullanılmaya başlanmıştır. Ülkemizde kredi kartlarının kullanımının yaygınlaşması, hem tüketiciler hem de kredi kartı ihraç eden kuruluşlar açısından bir takım sorunları da beraberinde getirmiştir. Özellikle, kredi kartları faizlerinin, diğer tüketici kredilerine nazaran oldukça yüksek olması tüketiciler ile bankaları karşı karşıya getirmiş ve bir takım yasal düzenlemelerin yapılmasını zorunlu kılmıştır.

Bu çalışmada amacımız, Türkiye’deki kredi kartı¹ piyasasının yapısını incelemek ve kredi kartı faiz oranlarının neden piyasa faiz oranlarından yüksek olduğu ile ilgili yapısal sorunları ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle, kredi kartı işlemlerinin ödeme araçları içindeki gelişimi incelenmiş, takip eden bölümde kredi kartı işlemlerinin krediye dönüşen tutarı ele alınmış, daha sonra diğer tüketici kredileri faizleri ve yatırım araçları faizleri ile kredi kartı faizleri karşılaştırması yapılmış ve son olarak da kredi kartı sektöründe yoğunlaşma ve kredi kartı işlemlerinden sağlanan gelirler incelenmiştir.

2.Kredi Kartı Bakiyesinin Ödeme Araçları İçindeki Gelişimi

2.1. Kredi Kartlarının Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi²

Türkiye’de kredi kartı sistemi 1968 yılında Diners Club’ın girişimi ile başlamış, ardından American Express piyasaya katılmış ve 1975’e kadar bu iki kart piyasaya hakim olmuşlardır. 1975 yılında Eurocard, Mastercard ve Axess kredi kartları da piyasaya dahil olmuştur.

¹ Çalışmada, aksi belirtilmedikçe bireysel kredi kartı bilgileri kullanılmıştır.

² <http://www.bkm.com.tr/tuketiciler.html>

1980’de Yapı ve Kredi Bankası ile bankalar da kredi kartı uygulamasına geçmişler ve bu dönemden sonra gold ve classic gibi farklı tiplerde ürünler ortaya çıkmıştır. 1984 yılında Türkiye Visa ile tanışmış, 1987 yılında ise ilk ATM hizmete girmiştir. Yine 1987 yılında, konut ve taşıt kredileri gibi diğer bazı bireysel ürünler de yaygınlaşmaya başlamıştır.

1988 itibariyle banka kartları, fatura ödemeleri ve yatırım ürünleri bireysel bankacılık kapsamında sunulmaya başlamış ve 1990 yılında 13 özel ve kamu bankası ortaklığı ile Bankalararası Kart Merkezi A.Ş. (BKM) kurulmuştur. 1990’lı yıllarda yapılan harcamalar ile puan kazanımı ve bu puanların kataloglardan ürün seçimi şeklinde promosyon uygulamaları başlamıştır. İlk elektronik POS Terminali ise 1991 yılında kullanıma girmiştir.

1993 yılında Europay/MasterCard Türkiye ofisi açılmıştır ve kart artışı 1988-1993 döneminde iyice hız kazanmıştır. 1994 ekonomik krizin ardından tüm piyasalardaki durgunluğa paralel olarak kredi kartı piyasası da durgunluğa girmiştir.

1997 yılında ilk ortaklı (co-branded) kredi kartı piyasaya çıkmış ve 1999 yılında ilk çok ortaklı (multi-branded) kartlar kullanıma sunulmuştur. Bu dönemde tüketici, aynı zamanda taksitli kredi kartları ile tanışmıştır. Ayrıca katalog ve puan uygulamaları farklı bir boyut kazanarak, kazanılan puanların anlaşmalı işyerlerinde nakit gibi harcanabilmesi gibi özellikler pazara sunulmuştur.

Tablo 2.1.1. Genel Görünüş

Dönemler	Toplam Kredi Kartı (Bin)	Kredi Kartı Bakiyesi * (Milyon TL)	Toplam Banka Kartı (Bin)	ATM Sayısı	POS	
02-IV	15.513	4.330	35.057	12.069	495.718	
03-I	16.001	4.892	36.137	12.313	527.414	
03-II	17.002	5.852	37.508	12.530	574.925	
03-III	18.035	6.365	38.737	12.755	621.046	
03-IV	19.863	7.205	39.563	12.857	662.429	
04-I	21.275	8.147	40.846	13.045	699.970	
04-II	23.161	10.160	41.986	13.228	769.249	
04-III	24.808	11.753	41.998	13.431	833.825	
Dönemler	Toplam Kredi Kartı (Bin)	Bireysel Kredi Kartı Bakiyesi	Kurumsal Kredi Kartı Bakiyesi	Toplam Banka Kartı (Bin)	ATM Sayısı	POS
04-IV	26.681	14.348	212	43.085	13.544	912.118
05-I	27.718	14.651	220	44.535	13.899	982.986
05-II	28.404	16.295	282	45.240	14.175	1.061.347
05-III	29.050	17.255	301	45.799	14.517	1.102.608
05-IV	29.978	18.384	356	48.243	14.823	1.140.957
06-I	30.271	19.056	393	49.065	15.036	1.165.590
06-II	31.289	20.970	467	51.420	15.531	1.239.518
06-III	31.314	21.777	510	52.790	16.012	1.289.314
06-IV	32.433	22.910	520	53.464	16.511	1.282.658
07-I	32.927	23.362	563	56.302	16.869	1.299.446
07-II	34.521	25.348	667	56.477	17.501	1.344.899
07-III	35.441	25.348	667	56.284	18.131	1.398.314
07-IV	37.335	28.524	661	55.510	18.800	1.453.877

(*) Kredi kartı bakiyesi; bireysel kredi kartları ile kurumsal kredi kartları ve takipteki bireysel ve kurumsal kredi kartları tutarlarını içermektedir. Kredi kartları ile ilgili veriler 2004 Ekim tarihinden sonra bireysel ve kurumsal olarak detaylandırılmıştır.

Kaynak: BDDK, TCMB, www.bkm.com.tr

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye’de de alışverişlerde kredi ve banka kartı kullanımı yaygınlık kazanmıştır. 2002 yıl sonunda toplam kredi kartı sayısı 15,5 milyon adet, banka kartı sayısı ise 35 milyon adet iken, 2007 yıl sonu itibariyle kredi kartı sayısı 37,3 milyon adete, banka kartı sayısı ise 56 milyon adete ulaşmıştır³(Tablo 2.1.1).

Önceleri günlük, yüz yüze yapılan çok küçük tutarlı alışverişlerde nakit kullanımının ağırlığını koruduğu, özellikle mal ve hizmet ticaretine konu alışverişlerde ise çek ve senet kullanımı olduğu bilinmektedir. Son yıllarda ise

³ Yurtdışı kullanım hariç tutulmuştur. 17.10.2007 Basın Bülteni www.bkm.org

özellikle kredi kartı kullanımındaki artışın, kağıt bazlı ödeme aracı olan çek ve senet kullanımını azalttığı gözlenmektedir. Bu gelişmenin en önemli nedenleri arasında; harcamanın yapıldığı an ile ödemenin yapıldığı zaman arasında geçen süre, tüketicinin kendini uzun yıllardır yaşanan yüksek enflasyon olgusundan koruma düşüncesi, kredi kartlarından faizsiz bir kredi aracı olarak yararlanma isteği ve kredi kartlarının sunduğu taksitlendirme imkanı yer almaktadır⁴. Ayrıca, işyerleri de senet veya çek yerine kredi kartı kabul ederek, borcun ödeme riskini bankalara devretmişlerdir. Bu da işyerleri arasında kredi kartını cazip bir ödeme aracı haline getirmiştir.

2.2. Bazı Ödeme Araçlarındaki Gelişmeler

Çek, kıymetli evrak niteliğine sahip bir kambiyo senedi olup, bir havalenin ödenmesi için çıkarılan teyit emridir. Çek, bir borç senedi ya da senetlerde olduğu gibi belli bir süre sonunda senet bedelinin ödenmesi vaadi değildir. Günümüzde ödeme araçlarının çeşitliliği artmış olsa da çek kullanımı halen önemini korumakta, bankalar için önemli bir birikim oluştururken ekonomiyi kayıt altına almasıyla da önemli bir görevi yerine getirmektedir.

Diğer bir ödeme aracı olan senet ise iktisadi özelliği itibari ile bir kredi vasıtası olup, ödeme, ispat ve teminat vasıtası olarak da kullanılır. Senet, piyasada halk arasındaki bono yerine kullanılan bir vadeli alacak terimidir.

Türkiye’de toplam çek ve senet kullanımına ilişkin net bir veri bulunmamaktadır. Çekler ya banka şubelerine veya takas odalarına getirilerek tahsil edilmekte ya da çek borçlusunu ile alacaklısı arasında gerçekleşen elden ödeme şeklinde tahsil edilmektedir. Bankaların, şubelerinden tahsil edilen çeklerin adet ve tutarını takip etmemesi, elden ödemelerin ise zaten sistem dışında gerçekleşmesi nedeniyle, çek kullanımına ilişkin gösterge niteliğindeki sağlıklı veriler, sadece takas aracılığı ile tahsil edilen çeklere ilişkin verilerden elde edilmektedir. Aynı şekilde, elden ödenen senetlerin kayıt altına alınmaması nedeniyle, ödeme aracı

⁴ Bkz. Kirdaban, İbrahim, Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler ve Ödeme Sistemlerinin Finansal Sistem İstikrarı Üzerindeki Etkileri, TCMB uzmanlık tezi

olarak ne kadar senet kullanıldığına ilişkin veri elde edilemezken sadece ödenmeyen protestolu senetlere ilişkin veriler bulunmaktadır.

Tablo 2.2.1. Kredi Kartı ve Diğer Ödeme Araçlarındaki Gelişmeler

	Kredi Kartı Sayısı	Takipteki Kredi Kartı Tutarı-Bin TL	Bankalararası Takas Odalarında İşleme Alınan Çekler (Adet)	Karşılıksız Çek Sayısı (Adet)	Protesto Edilen Senet Tutarı-Bin YTL (Bin TL Altı*)	Protesto Edilen Senet Sayısı (Bin TL Altı)
2000		87.166	29.524.597	798.438	133.660	697.931
2001		197.898	25.693.353	1.179.299	164.018	608.179
2002	15.512.780	228.213	25.293.526	742.968	119.472	352.419
2003	19.863.167	175.692	26.821.424	831.302	110.731	282.838
2004	26.681.128	630.496	25.345.433	893.939	110.156	254.598
2005	29.978.243	1.328.538	23.520.065	1.006.557	158.307	330.530
2006	32.433.333	1.671.623	23.558.235	1.144.740	197.104	386.508
2007	37.335.179	1.795.656	24.886.415	1.324.664	243.025	440.993

*2000 yılında 600 milyon TL, 2001 yılında 800 milyon TL, 2002 ve sonrasında 1.000 TL ve altı tutarları içermektedir.

Takipteki kredi kartı tutarına takipteki kurumsal kredi kartları dahil edilmemiştir
Kaynak:BDDK- TCMB

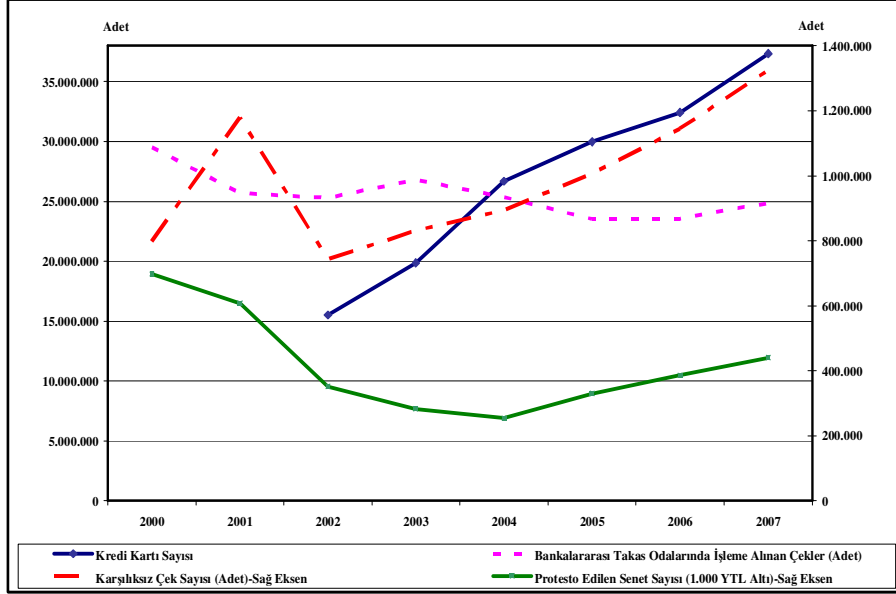
Çek ve senet kullanımına ilişkin verilerin yetersizliğine rağmen, Bankalararası Takas Odaları Merkezinde (BTOM) işleme alınan çekler ile protestolu senet sayıları, bu iki ödeme aracının kredi kartı kullanımına nazaran giderek azaldığını göstermektedir.

Karşılıksız çek sayılarında önemli bir değişiklik görülmezken, BTOM’da işleme alınan çek sayısı 2000 yıl sonu itibariyle 29,5 milyon adet iken, 2007 yıl sonu itibariyle yüzde 16 oranında azalarak 24,8 milyon adete gerilemiştir. Protesto edilen senet sayısı ise aynı dönemler itibariyle yüzde 37 azalarak 698 binden, 441 bin adete gerilemiştir. Kredi kartı sayıları ise aynı dönemlerde 2 katından fazla artış göstererek 15,5 milyon adetten 37,3 milyon adete yükselmiştir. (Tablo 2.2.1.)

Diğer taraftan, kredi kartı kullanımı arttıkça takibe düşen kredi kartı tutarları da hızla artmış, özellikle 2003 yılında 176 milyon TL iken 2004 yılında yaklaşık dört kat artarak 631 milyon TL’ye yükselmiştir. 2005 ve 2006 yıllarında

da artmaya devam eden takipteki kredi kartları tutarı, 2007 yıl sonu itibariyle 1.796 milyon TL olarak gerçekleşmiştir (Tablo 2.2.1).

Grafik 2.2.1.Kredi Kartı, BTOM’da İşleme Alınan Çek, Karşılıksız ve Protestolu Senet Adetlerinin Gelişimi



Kaynak:TCMB, BTOM

Ülkemizde 1990’lı yıllara kadar ödeme aracı olarak çoğunlukla nakit para, daha az olmak üzere de çek ve senet kullanılmaktaydı. Ancak, son yıllarda dünyadaki gelişmelere paralel olarak ülkemizde, özellikle kentlerde ödeme aracı olarak plastik para olarak ifade edilen kredi kartları kullanılmaya başlanmıştır.

Senetlerin zamanla işlevini yitirmesi ile kart sahiplerinin, kredi kartlarını alışverişlerde nakit yerine kullanmaları ve nakit ihtiyaçlarını da kredi kartları ile sağlamaları kredi kartı kullanımının daha da artmasına neden olmuştur. Kredi kartı ile yapılan alışverişlerde ödemenin ileri tarihe ertelenmesi ile bir çeşit taksitlendirme sağlanırken, daha sonra işyerlerinin de ürünlerini kredi kartına taksit uygulayarak satmaya başlamaları kredi kartı kullanımını daha da yaygınlaştırmıştır (Savaşçı ve Tatlıdil, 2006) . 2006 yılsonu itibariyle kredi kartı pazarının toplam

büyüklüğü, kart adedi olarak 32 milyon, kart cirosu⁵ olarak ise 108,4 milyar TL iken, 2007 Aralık itibariyle kart adedi 37 milyona çıkarken, kart cirosu yüzde 30 oranında artarak 141,5 milyar TL'ye ulaşmıştır. Dolayısıyla yıllar itibariyle hem kredi kartı verme koşullarının çok sıkı olmaması, hem de taksitlendirme gibi avantajlarının olması nedeniyle kredi kartlarının kullanımı giderek artmaya başlamış, çek senet gibi diğer ödeme araçlarını geride bırakarak en önemli ödeme aracı olmuştur (Grafik 2.2.1).

2.3. Kredi Kartı ve Banka Kartlarının Gelişimi

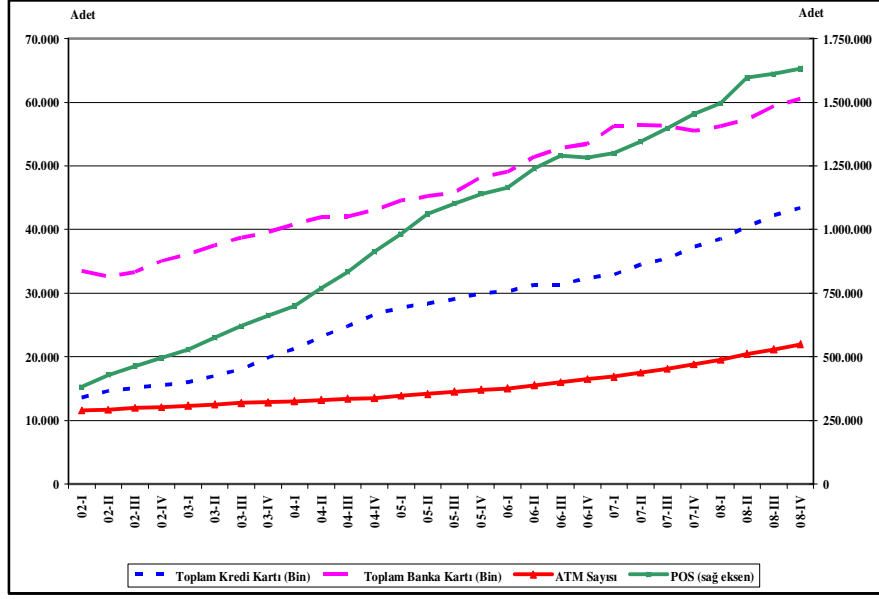
Kredi kartı kullanımının temel fonksiyonları arasında, nakit ihtiyacını azaltması, ekonominin kayıt altına alınmasını sağlaması, tasarruf-yatırım akışını hızlandırarak ticari faaliyetleri canlandırması, tüketicinin peşin satın alma, geç ödeme veya vade avantajlarından yararlanmasını sağlaması, nakit avans çekme imkânı sunması ve internet posta/telefon ile işlemlerinin yapılabilme kolaylığının olması yer almaktadır.⁶

Günümüzde, 21 banka tarafından yaygın bir şekilde müşterilere-tüketicilere ve işyerleri- kredi kartı hizmetleri sunulmaktadır ve kredi kartları kullanımı giderek artma eğilimindedir. 2002 yıl sonu itibariyle toplam kredi kartı sayısı 15,5 milyon adet, toplam banka kartı sayısı ise 35 milyon adet iken 2007 yıl sonu itibariyle kredi kartları sayısı iki katından fazla artarak 37 milyon adete, banka kartları sayısı ise yüzde 58 oranında artarak 55,5 milyon adete yükselmiştir. Kredi kartı ve banka kartı kullanımındaki artışa paralel olarak artan ATM'ler yine 2002 yıl sonu ile 2007 yıl sonu arasında 12 bin adetten, 19 bin adete, POS sayıları ise 496 binden 1,5 milyon adete yükselmiştir. (Grafik 2.3.1).

⁵ Bkz: bkm.com.tr. BKM üyesi bankaların ihraç ettikleri kredi kartlarının yurtiçi ve yurtdışı kullanım işlem tutarı olup alışveriş ve nakit çekim avanslarını kapsamaktadır.

⁶ Bkz: <http://www.bkm.com.tr/kartbilinci/ekonomifaydalar.html>

Grafik 2.3.1. Toplam Kredi Kartı, Banka Kartı ile ATM ve POS Sayıları



Kaynak: www.bkm.com.tr

Kredi kartı ve banka kartı işlem cirosunun GSMH'ya oranları ise 2006 Eylül itibariyle sırası ile yüzde 18,7 ve yüzde 19,2 seviyelerinde iken 2007 Eylül⁷ itibariyle aynı oranlar yüzde 21,7 ve yüzde 20,3 olarak gerçekleşmiştir.

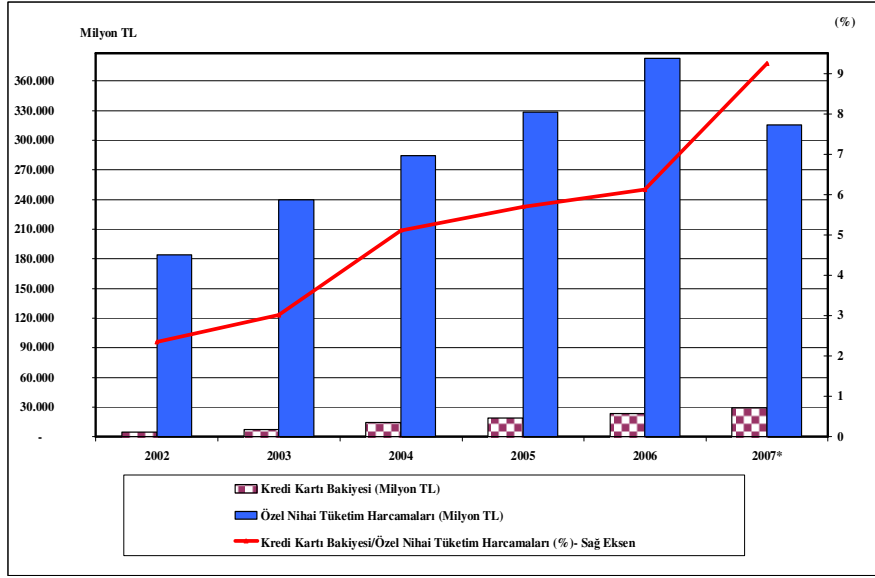
Kredi kartı harcamalarındaki artış, özel nihai tüketim harcamalarındaki⁸ artışı da hızlandırmaktadır. Genel olarak, özel nihai tüketim harcamaları ile birlikte, kredi kartı harcamalarının sürekli olarak arttığı gözlenmekle birlikte 2002 yılında yüzde 2,35 olan kredi kartı harcamalarının, özel nihai tüketim harcamalarına oranı, 2006 yılında yüzde 6,12'ye yükselmiş, 2007 yıl sonu⁹ itibariyle ise yüzde 9,25 olarak gerçekleşmiştir (Grafik 2.3.2).

⁷ TÜİK, GSMH verisi 2007 Eylül dönemine aittir.

⁸ Özel Nihai Tüketim Harcamaları kalem gıda, içki, dayanıklı-yarı dayanıklı-dayanısız tüketim malları, enerji –ulaştırma, haberleşme harcamaları ve konut sahipliği harcamaları kapsamaktadır.

⁹ TÜİK, Özel nihai tüketim harcamaları tutarı 2007 Eylül dönemine aittir.

Grafik 2.3.2. Kredi Kartı Harcamalarının Özel Nihai Tüketim Harcamalarına Oranı

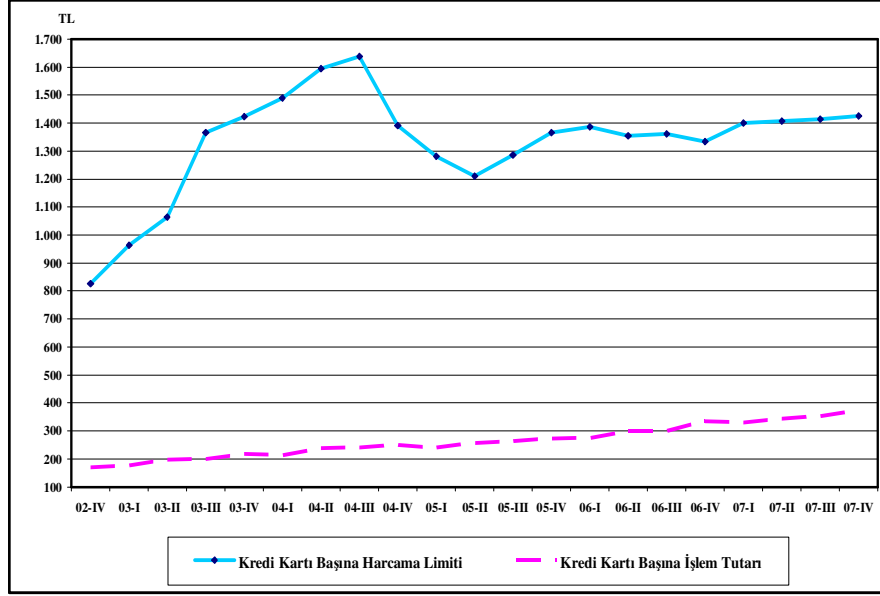


Kaynak: BDDK, TCMB, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK).

(*) Özel Nihai tüketim harcamaları tutarı cari fiyatlarla olup Eylül 2007, kredi kartı harcama tutarları ise 2007 yıl sonu dönemine aittir. Kredi Kartı Harcamaları bireysel ve kurumsal kredi kartları ile takipdeki bireysel ve kurumsal kredi kartları tutarlarını içermektedir

Kredi kartı başına harcama limiti ve kredi kartı başına işlem tutarları da kredi kartı kullanımındaki artışı yansıtmaktadır (Grafik 2.3.3). Kart başına harcama limitleri 2002 yılsonu itibariyle 825 TL iken 2004 yılının üçüncü çeyreğine kadar hızla artarak 1.640 TL'ye kadar ulaşmış, yıl sonunda ise 1.391 TL seviyesine gerileyerek sonraki dönemlerde aynı seviyeyi korumuş ve 2007 yıl sonu itibariyle 1.426 TL olarak gerçekleşmiştir. Kredi kartı başına harcama limitlerinin çok fazla değişmemesi, limitlerde kısıtlamaya gidilmiş görüntüsü verse de, kredi kartı sayısının hızla arttığı göz önüne alındığı zaman, harcama limitlerinin de hemen hemen aynı seviyelerde arttığını göstermektedir. Son beş yılda kredi kartı harcama limitleri 4 kat artarken, aynı dönemde kredi kartları sayısı yaklaşık 2 kat artmıştır.

Grafik 2.3.3. Kredi Kartı Başına Harcama Limiti Ve İşlem Tutarı



Kaynak: BDDK, TCMB, www.bkm.com.tr

Kredi kartı harcama limitleri arttıkça, tüketicilerin kredi kartları ile yaptıkları harcamaların da arttığı kredi kartı başına işlem tutarlarındaki artıştan da görülmektedir. Kredi kartı başına işlem tutarı, 2002 yıl sonunda aylık 170 TL iken 2005 yıl sonunda 274 TL'na yükselmiş, 2007 yıl sonu itibariyle ise 373 TL olarak gerçekleşmiştir (Grafik 2.3.3).

2.4. Kredi Kartlarının Taksitlendirme Amacıyla Kullanımının Gelişimi

Kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasında kart sahiplerinin kartlarını nakit avans ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmalarının yanı sıra, işyerlerinin alacaklarını bankadan tahsil edebilme garantisi ile kredi kartlarına taksit imkanı sağlamaları olmuştur.

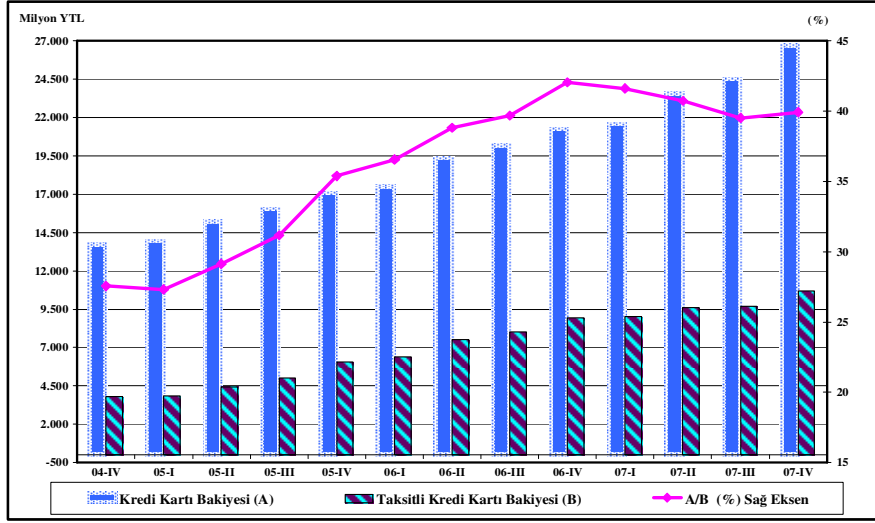
Türkiye'de taksitli kredi kartları 1999 yılında başlamıştır. Kredi kartı pazarında yaşanan rekabete karşı özellikle büyük bankalar, para puan, katalogdan ürün seçme gibi promosyonlara ek olarak, kredi kartlarına yeni özellikler ekleme

ihtiyacı duymuşlardır. Bankalar, kredi kartlarına taksit imkanı sunarak müşteri potansiyelini korumaya çalışırken, işyerleri ise önceleri tahsil imkanı daha zor olan çek ve senetle gerçekleştirdikleri taksitlendirme olanağını şimdi kredi kartlarıyla yapılması sayesinde hem alacaklarını garanti altına almış, hem de satışlarını arttırmışlardır. Tüketiciler açısından ise ödeme gücünü dikkate almadan verilen kredi kartları ile bu kez yine ödeme gücüne bakılmaksızın taksit imkanının sunulmuş olması tüketicilerin kartlarını kullanarak istek ve ihtiyaçlarını ileri tarihlere ertelemek zorunda kalmamalarını sağlamış bu da kredi kartı kullanımını daha da arttırmıştır.

Savaşçı ve Tatlıdil'in (2006) çalışmasına göre, tüketicilerin yüzde 97,6'sının kredi kartı kullandıkları, bu kredi kartına sahip tüketicilerin kartlarıyla alışveriş yapmalarını sağlayan nedenler önem sırasına göre sıralandığında ise kredi kartlarının alışverişi taksitlendirme imkanının yüzde 63 ile birinci sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Diğer nedenler ise sırası ile yüzde 53,8 ile kredi kartlarının alışverişlerde ödeme kolaylığı sağlaması, yüzde 52,7 ile bankanın ödül sisteminden (puan, nakit para kazanma vb.) yararlanmak ve 46,6 ile kredi kartlarının alışveriş sırasında yeterli nakit sağlamasıdır.

Taksitlendirme olanağının, kredi kartı kullanımının tercih edilmesinde önemli bir yer tutması, taksitli kredi kartı harcama tutarının toplam kredi kartı harcamaları içindeki payının giderek artmasına da neden olmuştur (Grafik 2.4.1). 2004 yıl sonunda yüzde 27,5 olan taksitli kredi kartı harcama tutarlarının toplam kredi kartı harcamaları içindeki payı dönemler itibariyle artarak 2006 yıl sonu itibariyle yüzde 42'ye kadar yükselmiştir. 2007 yılı içinde ise çok önemli bir değişiklik olmamış, yıl sonu itibariyle yüzde 40 seviyesinde gerçekleşmiştir. Taksitli kredi kartı harcama tutarlarının toplam kredi kartı harcamaları içindeki payının son dönemlerde düşme eğiliminde olmasında, taksitli kredi kartı harcama tutarlarında önemli bir değişiklik olmazken, toplam kredi kartı harcama tutarının artmaya devam etmiş olması etkili olmuştur.

Grafik 2.4.1. Taksitli Kredi Kartı Bakiyesinin Toplam Kredi Kartı Bakiyesi İçindeki Payı



Kaynak: BDDK-TCMB.

Kredi kartı harcama tutarı bireysel kredi kartı harcamalarıdır.

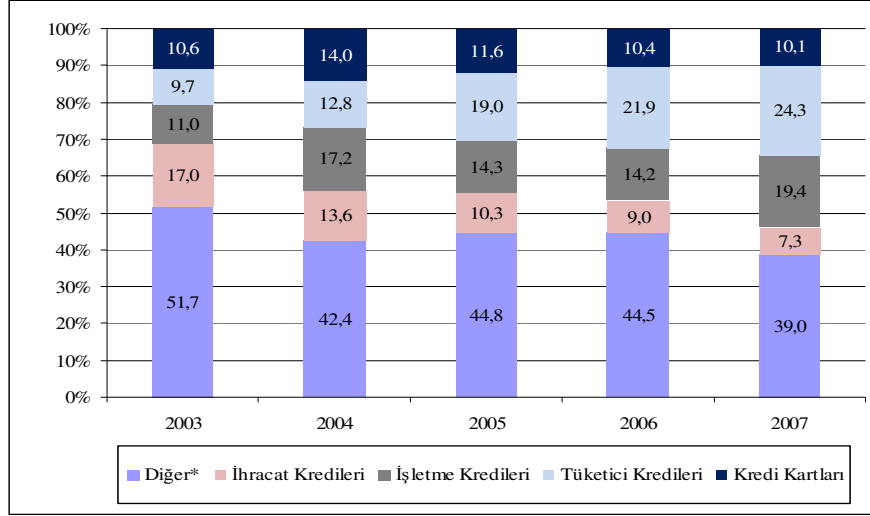
3. Kredi Kartı İşlemlerinin, Krediyeye Dönüşen Tutarının, Diğer Kredi Türleri ile Karşılaştırılması

3.1. Kredilerin Türleri İtibariyle Gelişimi

2000-2001 yıllarında yaşanan krizler sonrasında bankaların asli aracılık işlevlerini daha etkin bir şekilde yerine getirmeye başlamalarının bir sonucu olarak, kredilerin banka bilançoları içerisindeki payının sürekli bir artış gösterdiği görülmektedir. Kredilerin türleri itibariyle yıllar içerisinde dağılımı incelendiğinde ise kredi kartlarının mutlak büyüklüğü artmakla birlikte, toplam krediler içerisindeki payının istikrarlı bir seyir izlediği görülmektedir. Buna göre, Aralık 2007 tarihi itibariyle kredi kartı harcamalarının¹⁰ toplam krediler içerisindeki payı yüzde 10,1 olarak gerçekleşmiştir (Grafik 3.1.1).

¹⁰ Bireysel ve kurumsal kredi kartı harcama tutarıdır.

Grafik 3.1.1. Kredilerin Türleri İtibariyle Dağılımı



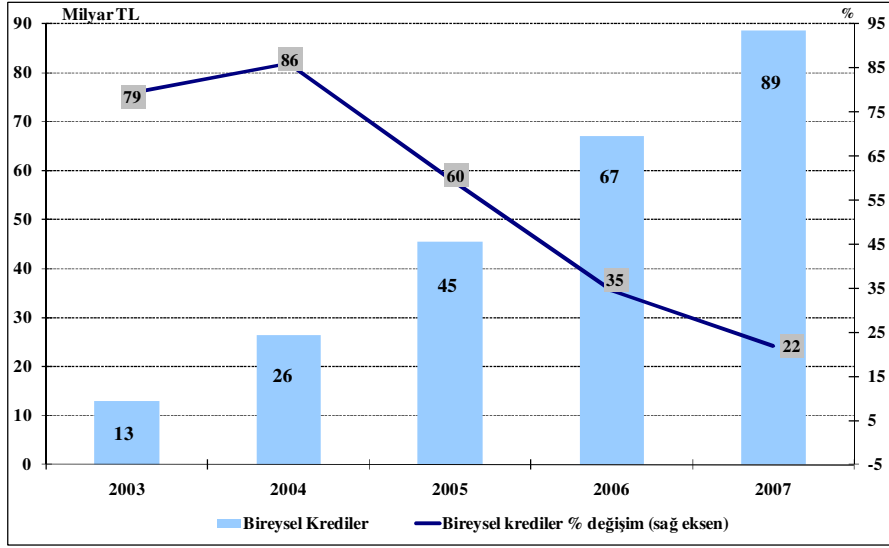
* Diğer kaleminin içerisinde, iskonto ve iştirah senetleri, ithalat kredileri, ihracat garantili yatırım kredileri, ihtisas kredileri, diğer yatırım kredileri, fon kaynaklı krediler, müşteri adına menkul değer alım kredileri, kıymetli maden kredileri, faktoring işlemlerinden alacaklar ve diğer krediler yer almaktadır. Kredi kartları bireysel ve kurumsal kredi kartlarını kapsamaktadır.

Kaynak: BDDK-TCMB

3.2. Bireysel Kredi Hacminin Gelişimi

Bankaların asli aracılık işlevlerine geri dönmelerinin bir diğer göstergesi, toplam kredilerdeki artışa paralel olarak, bireysel kredi hacminde kriz sonrasında yaşanan gelişmedir. 2003 yılında 13 milyar TL düzeyinde bulunan bireysel kredi hacmi Aralık 2007 tarihinde 89 milyar TL seviyesine yükselmiştir. Esas olarak, konut, taşıt ve ihtiyaç kredileri ile bireysel kredi kartlarından oluşan bireysel kredi hacmindeki bu artışa karşın, 2003 yılında yüzde 79 olan bireysel krediler reel artış hızının, Aralık 2007 tarihinde yüzde 22'ye gerilediği görülmektedir (Grafik 3.2.1).

Grafik 3.2.1. Bireysel Kredi Hacminin Reel Gelişimi



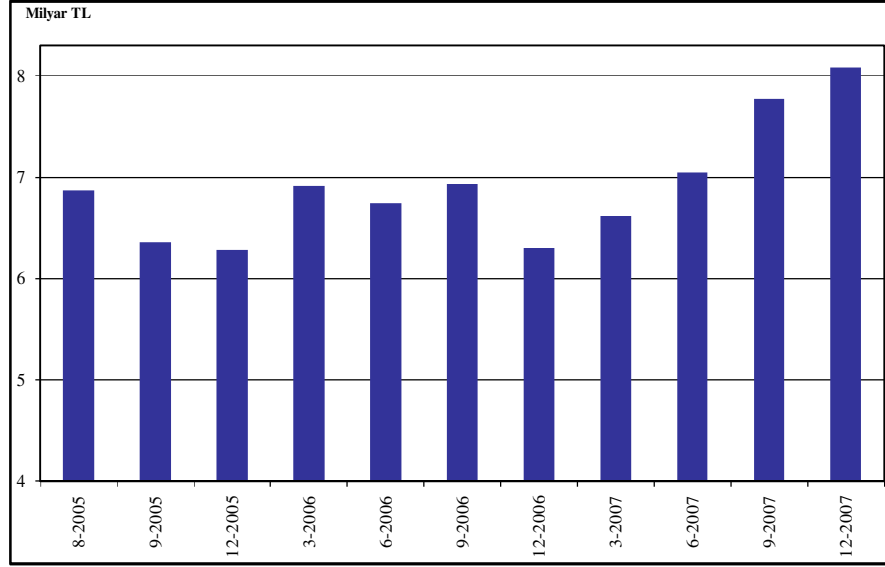
Kaynak: TCMB-Elektronik Veri Dağıtım Sistemi.

3.3. Kredi Kartı Harcamalarının, Krediyeye Dönüşen Tutarının ¹¹ Gelişimi

Toplam kredi kartı harcamalarının krediyeye dönüşen tutarı¹¹ incelendiğinde, 2005 yılında 6,3 milyar TL olan krediyeye dönüşen kredi kartı harcama tutarının, 2007 yılının Aralık ayında 8,1 milyar TL'ye yükseldiği görülmektedir (Grafik 3.3.2).

¹¹ Faiz uygulanan tutardır.

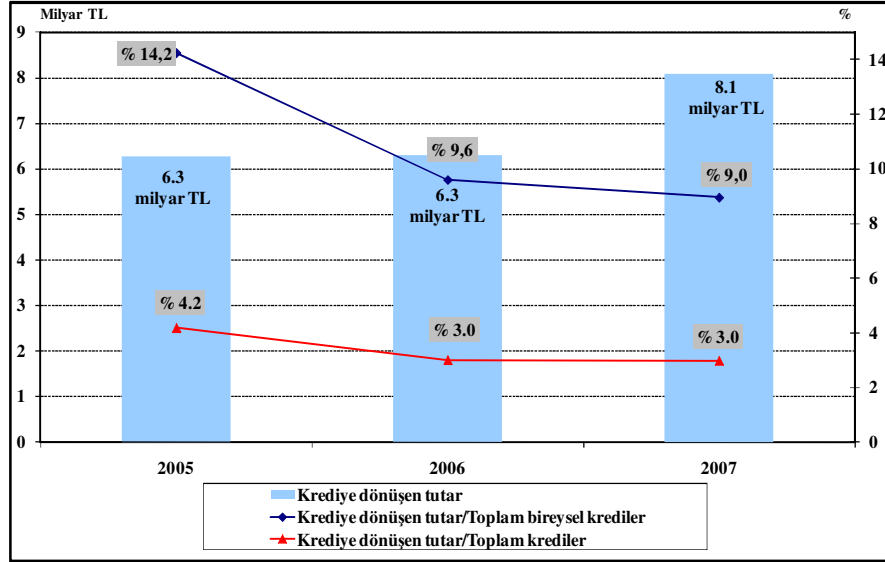
Tablo 3.3.1.Kredi Kartı Bakiyesinin Krediye Dönüşen Tutarının* Gelişimi



Taksitli tutar hariçtir.

Kaynak: TCMB

Grafik 3.3.2.Kredi Kartı Bakiyesinin Krediye Dönüşen Tutarı ve Toplam Bireysel Krediler* ve Toplam Krediler İçindeki Payı



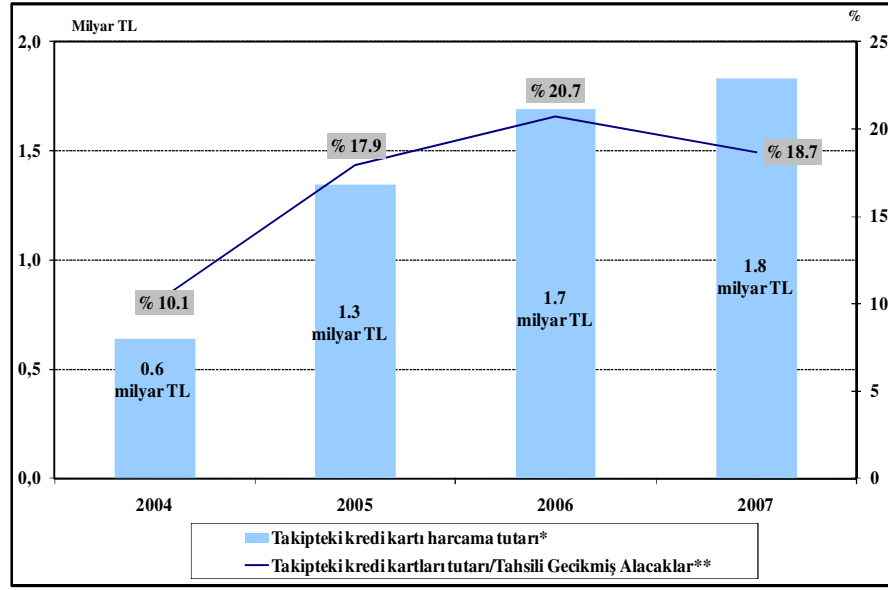
* Toplam bireysel krediler, tüketici kredileri ve bireysel kredi kartlarından oluşmaktadır.

Kaynak: BDDK-TCMB

3.4. Takipteki Kredi Kartları Tutarı ve Müşteri Sayısındaki Gelişim

Diğer taraftan, takibe düşen kredi kartı tutarı artmakta olup, 2003 yılında 0,6 milyar TL olan takipteki kredi kartı alacakları, 2007 yılı sonunda 1,8 milyar TL'ye yükselmiştir. Bunun yanı sıra, 2003 yılında yüzde 10,1 olan takipteki kredi kartı alacaklarının tahsili gecikmiş alacaklar içerisindeki payı, Aralık 2007 tarihinde yüzde 18,7'ye yükselmiştir (Grafik 3.4.1).

Grafik 3.4.1. Takipteki Kredi Kartı Alacakları



* Takipteki kredi kartı harcama tutarı, takipteki bireysel ve kurumsal kredi kartları harcama toplamından oluşmaktadır.

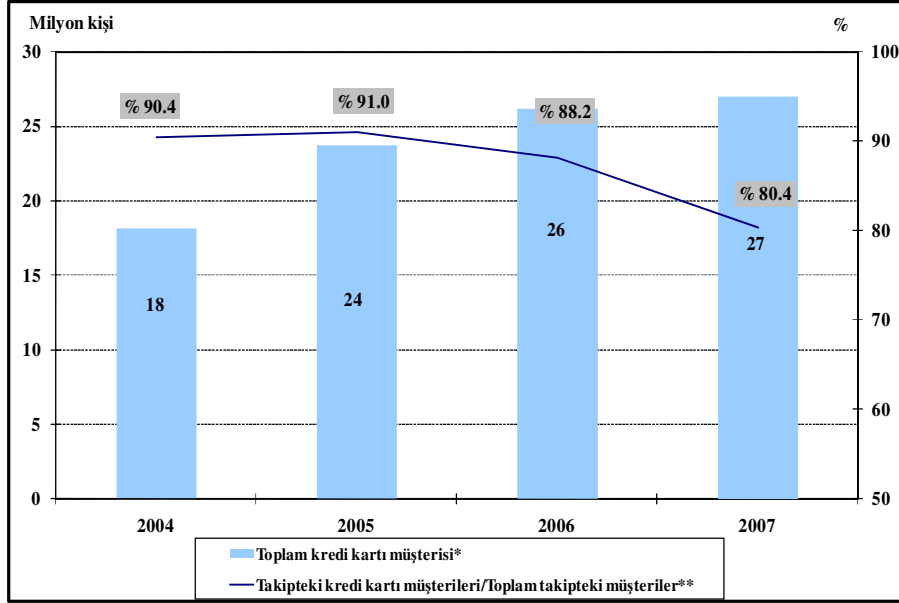
** Tahsili gecikmiş alacaklar, BDDK'nın "Bankalarca Kredilerin ve Diğer Alacakların Niteliklerinin Belirlenmesi ve Bunlar İçin Ayrılacak Karşılıklara İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" in Dördüncü maddesinde belirtildiği üzere Üçüncü, Dördüncü ve Beşinci gruplarda yer alan krediler ve alacaklardan oluşmaktadır.

Kaynak: BDDK-TCMB

Toplam kredi kartı müşterisi sayısı 2004 yılında 18 milyondan, Aralık 2007 tarihinde 27 milyon kişiye yükselmiştir. Takipteki kredi kartı alacaklarının gelişimine paralel olarak takibe düşen kredi kartı müşteri sayısı da 2004 ile 2007 yılları arasında artış göstermiştir. Diğer taraftan, 2004 yılında yüzde 90,4 olan

takipteki kredi kartı müşterilerinin toplam takipteki müşteriler içerisindeki payı Aralık 2007 tarihinde yüzde 80,4 olarak gerçekleşmiştir (Grafik 3.4.2).

Tablo 3.4.2. Takipteki Kredi Kartı Müşterileri

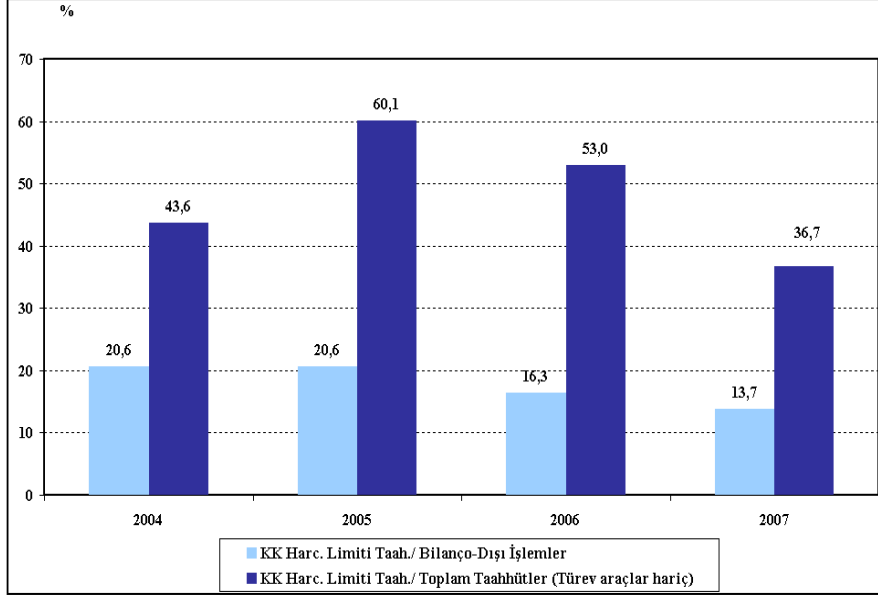


*Bireysel ve kurumsal kredi kartı müşteri sayısıdır. ** Toplam takipteki müşteriler, takipteki tüketici kredisi kullanan kişiler, takipteki bireysel kredi kartı sahipleri ile takipteki kurumsal kredi kartı sahiplerinden oluşmaktadır.
Kaynak: BDDK-TCMB

3.5. Bankaların Kredi Kartı Harcama Limiti Taahhütlerinin, Bilanço Dışı İşlemler İçerisindeki Gelişimi

Bankalar tarafından kredi kartı müşterilerine yapılan kredi kartı limit taahhütleri 2004 yılında 37,1 milyar TL'den Aralık 2007 tarihinde 53,2 milyar TL'ye yükselmiştir. Bankalar tarafından kredi kartı müşterilerine yapılan kredi kartı limit taahhütlerinin bilanço-dışı işlemler içerisindeki payı incelendiğine ise 2004 yılında yüzde 20,6 olan söz konusu oranın Aralık 2007 tarihinde yüzde 13,7'ye gerilediği görülmektedir.

Grafik 3.5.1 Kredi Kartı Harcama Limiti Taahhütlerinin Bilanço-Dışı İşlemler İçerisindeki Payı



Kaynak: BDDK-TCMB

4. Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları ile Yatırım Araçları Faiz Oranlarının Gelişimi

4.1. Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faiz Oranlarının Gelişimi

Tüketiciler, nakit avans yerine geçmesi ve taksit avantajı sağlaması nedeniyle ödemelerinde yoğun şekilde kredi kartlarını tercih etmektedirler. Ancak, ülkemizde kredi kartı faiz oranları, diğer tüketici kredileri faiz oranlarına nazaran oldukça yüksektir.

2001 Şubat krizinden sonra 2002 yılı başında IMF ile imzalanan Birinci Stand-By ekonomik programı ile 2003 yılında yaşanan ekonomik canlanma, paralelinde bireysel kredi faiz oranlarındaki düşüşü ve bireysel kredi pazarındaki büyümeyi beraberinde getirmiştir. 2003 yılı ilk çeyreğinde yüzde 53'lerde olan nakit tüketici kredisi faiz oranı, 2004 yılı ilk çeyreğinde yüzde 36'lara, otomobil kredisi faizleri yüzde 42'den yüzde 31'e, konut kredisi faizleri ise yüzde 40'dan

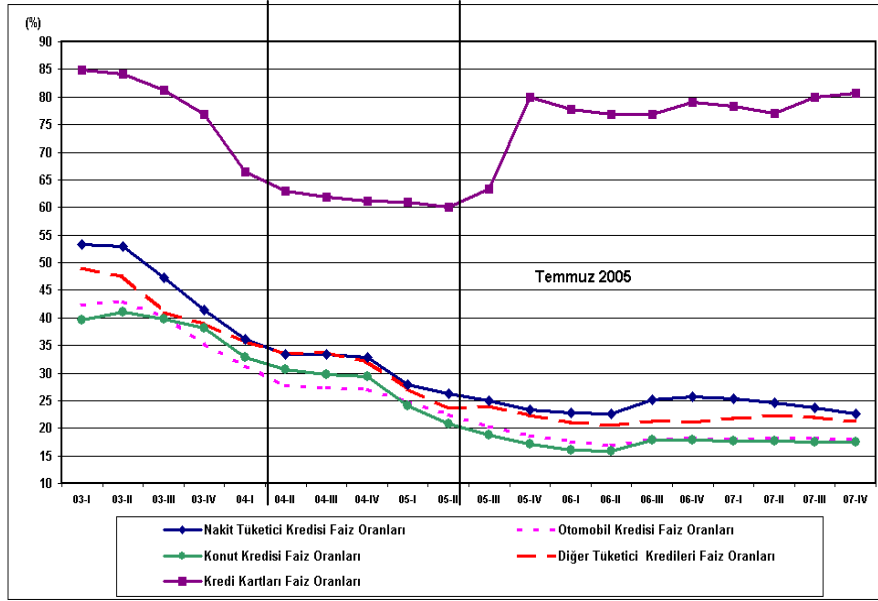
yüzde 33'e gerilemiştir. Aynı şekilde yüzde 85'lerde olan kredi kartı faiz oranları da 2004 yılı ilk çeyreğinde yüzde 66'lara kadar gerilemiştir.

Krizden sonraki ilk Stand-By anlaşmasının ardından 2005 yılı Mayıs ayında imzalanan ikinci Stand-By anlaşması ile yüksek enflasyonu ve reel faizleri düşüren politikalara devam edilmiş, istikrar programı ekonomiye güveni artırmış ve bütün bunlar bu yeni dönemde de ekonomik büyümeyi tetikleyerek tüketici faizlerindeki düşme eğiliminin devam etmesine neden olmuştur. Ancak bu dönemde, konut, otomobil ve nakit tüketici kredi faizleri düşerken, kredi kartları faizleri yüzde 60-65 bandında sabit kalmıştır.

Kredi kartı faiz oranlarının, 2004 yılı ortalarından 2005 yılı Eylül ayına kadar yüzde 60-65 arasında sabit kalmasının ve 2005 yıl sonunda yüzde seksenlere yükselmesinin ardında, bankaların kredi kartları için yeni bir kanun beklentisine girmeleri yatmaktadır. Kredi kartı borcunu ödemeyen kart sahibi sayısının 2004 yılında artış trendine girmesi ve 2005 yılında sıçrama yapmasının ardından, sorunun 2003 yılında olduğu gibi bir kanunla çözülmesi gerektiği gündeme gelmiştir. Kanun beklentileri ve bu kanun kapsamında Merkez Bankası'nın kredi kartlarına uygulanacak azami faiz oranlarını belirleyecek olması, bankaların kanun yürürlüğe girmeden kredi kartı faizlerini yükseltmelerine neden olmuştur. Yıllar itibarıyla nakit, konut otomobil ve diğer tüketici kredileri faiz oranları düşerken kredi kartı faiz oranlarının özellikle 2005 yılı sonlarından itibaren yüzde 75 - 80 bandı arasında seyrettiği görülmektedir (Grafik 4.1.1.).

Kanun
Taslağının
Açıklanması

Grafik 4.1.1. Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faiz Oranlarının Seyri



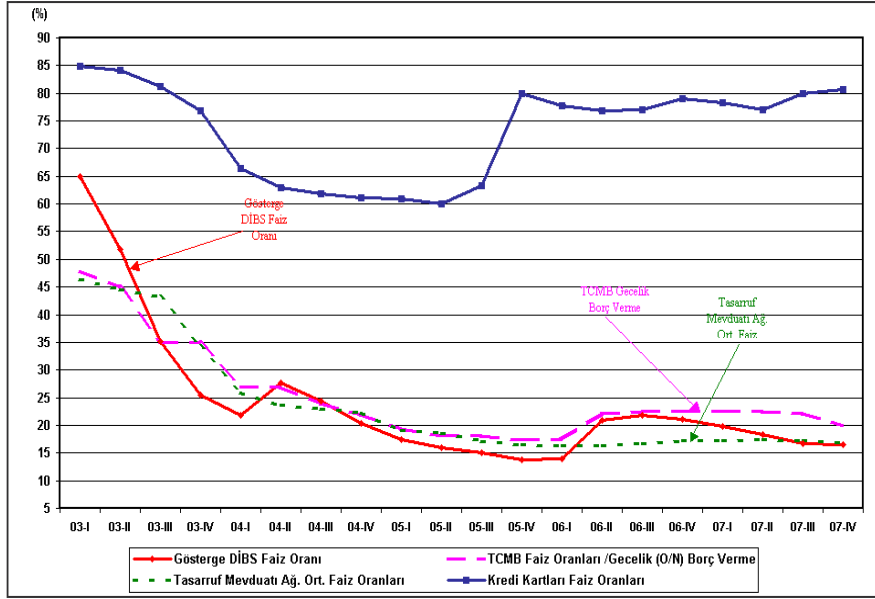
Kaynak: TCMB. Faiz Oranları yıllık ağırlıklı bileşik faiz oranlarıdır.

4.2. Mevduat, Repo ve Merkez Bankası Gecelik Faiz Oranlarının Gelişimi

Merkez Bankası gecelik borçlanma faiz oranları ve Devlet İç Borçlanma Senetleri (DİBS) gösterge faiz oranları da tüketici kredileri faiz oranlarında olduğu gibi düşme eğilimindedir. 30 Nisan 2003 tarihi itibarıyla DİBS gösterge faiz oranı yüzde 52,9, T.C. Merkez Bankası gecelik borç verme faiz oranı¹² ise yüzde 48'dir. 2005 yılında DİBS gösterge faiz oranı yüzde 15'ler seviyesine kadar gerilemiş, 2006 Eylül itibarıyla artış olmuşsa da (yüzde 21,8), 2007 yıl sonu itibarıyla yüzde 16 seviyelerinde kalmıştır. Aynı şekilde T.C. Merkez Bankası gecelik borç verme faiz oranı 2003 yılında yüzde 50 seviyelerinden, 2006 yılı Nisan ayına kadar olan dönemde yüzde 16'lara kadar gerilemiş, 14 Aralık 2007 tarihi itibarıyla yüzde 20 olarak belirlenmiştir (Grafik 4.2.1).

¹² 25 Nisan 2003 tarihi itibarıyla

Grafik 4.2.1. Tasarruf Mevduatı, Gösterge DİBS, TCMB Gecelik (O/N) ve Kredi Kartı Faiz Oranlarının Gelişimi

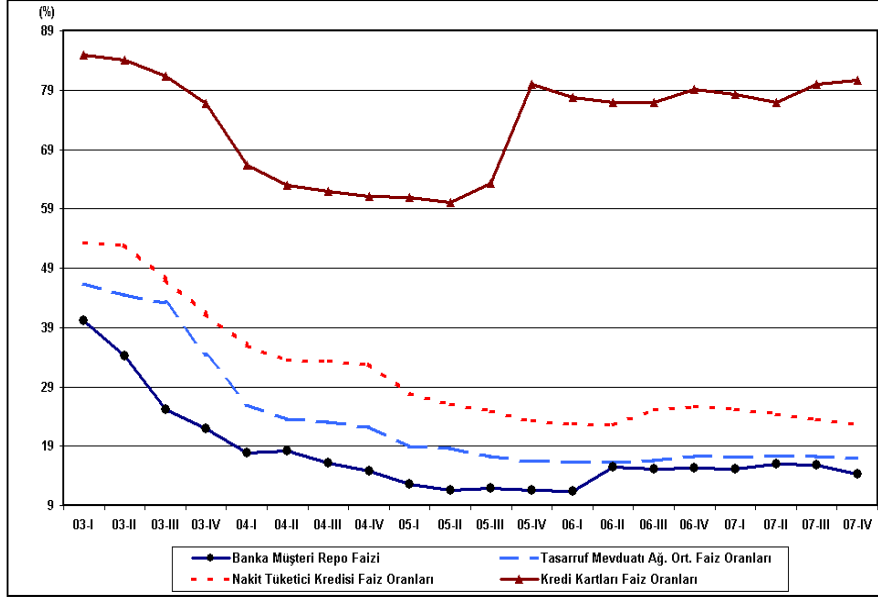


Kaynak: TCMB

Tüketicilere sunulan mevduat ve repo gibi alternatif yatırım araçlarının faizlerine baktığımızda ise bankaların mevduat, repo faizlerini kredi faizleri ile birlikte Merkez Bankası faizlerine paralel olarak artırdıkları veya düşürdükleri görülmektedir. 2003 yılı Mart dönemi itibariyle bir yıl vadeli tasarruf mevduatına verilen ağırlıklı ortalama faiz oranı yüzde 46'larda, bankaların müşterileri ile yapmış olduğu repo faiz oranları yüzde 40'lar seviyesinde iken, tüketici kredileri içinde en yüksek faiz uygulanan nakit tüketici kredi faizleri yüzde 53'lerde ve bankaların kredi kartlarına uyguladıkları faiz ise yüzde 85'ler seviyesindedir. 2005 yıl sonuna geldiğimizde tasarruf mevduatına verilen ortalama faiz ile bankaların müşterileri ile yapmış olduğu repo faizi sırası ile yüzde 16,6 ve 11,6 ya gerilemiştir. Tüketici kredisi faiz oranı, tasarruf mevduatına verilen ortalama faiz oranı ve bankaların müşterileri ile yapmış olduğu repo faiz oranları düşme eğilimlerini korurlarken (2007 yıl sonu itibariyle sırası ile yüzde 22,6, yüzde 16,95 ve yüzde 14,33) kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarının düşmediği, özellikle

2006 yılı ve 2007 yıllarında yüzde 75-80 bandını koruduğu görülmektedir (Tablo 4.2.1).

Grafik 4.2.2. Fonlanma Maliyeti ve Kredi Kartı Faizlerinin Karşılaştırılması



Kaynak: TCMB

Faizler yıllık ağırlıklı ortalama faiz oranları olup, tasarruf mevduatı 1 yıl vadeli mevduat ağırlıklı ortalama faiz oranıdır.

Bankaların kredi kartlarına uyguladıkları faizin oldukça yüksek olması, faiz marjının da oldukça yüksek olmasına ve bankaların mevduat ve repo gibi yatırım araçlarından oluşan faiz giderlerini, tüketici kredilerinden elde ettikleri faiz gelirlerinden daha çok kredi kartlarından elde ettikleri faiz gelirleriyle karşıladıkları görülmektedir (Grafik 4.2.2).

Tablo 4.2.1. Bankaların Mevduat, Repo ve Kredi Faiz Oranları (%)

	Banka	Tasarruf	Nakit	
	Müşteri	Mevduat	Tüketici	Kredi
	Repo Faizi	Ağ. Ort.	Kredisi	Kartları
		Faiz	Faiz	Faiz
		Oranları(*)	Oranları	Oranları
03-I	40,11	46,53	53,31	84,94
03-II	34,18	44,59	52,93	84,10
03-III	25,14	43,16	47,17	81,26
03-IV	22,02	34,33	41,37	76,80
04-I	17,89	26,07	36,14	66,38
04-II	18,18	23,72	33,46	62,89
04-III	16,15	23,18	33,35	61,93
04-IV	14,74	22,32	32,77	61,10
05-I	12,51	19,00	27,89	60,93
05-II	11,51	18,76	26,18	59,98
05-III	11,97	17,32	25,02	63,36
05-IV	11,60	16,57	23,26	80,00
06-I	11,39	16,29	22,75	77,79
06-II	15,39	16,33	22,57	76,91
06-III	15,06	16,61	25,13	76,94
06-IV	15,37	17,28	25,73	79,07
07-I	15,11	17,24	25,27	78,25
07-II	15,98	17,37	24,53	76,98
07-III	15,81	17,32	23,70	79,90
07-IV	14,33	16,95	22,60	80,60

(*) 1 yıl vadeli tasarruf mevduatıdır

Kaynak:TCMB

5. Kredi Kartı Sektöründe Yoğunlaşma ve Kredi Kartı İşlemlerinden Sağlanan Gelirlerin Gelişimi

5.1. Taksitli Kredi Kartı Harcamaları ve Altı Büyük Bankanın Piyasa Etkisi

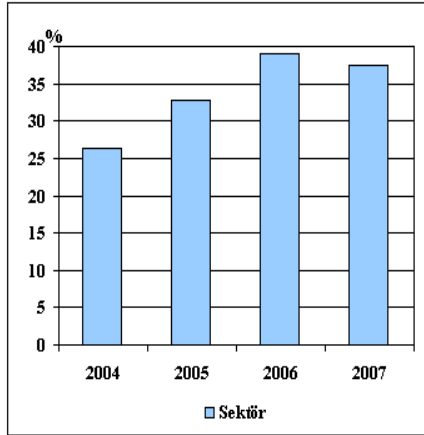
2007 yılı sonu itibarıyla değerlendirildiğinde 6 büyük bankanın bireysel kredi kartı piyasasının yüzde 86.4'ünü oluşturduğu görülmektedir. Söz konusu bankaların müşterilerine kredi kartı yolu ile sağladıkları taksit olanaklarına bakıldığında, taksitli kredi kartları tutarının toplam bireysel kredi kartları tutarının

ortalama yüzde 37'sini açıkladığı görülmektedir. Ayrıca, bu oranın içinde bulunduğu yükseliş trendinin 2007 yılında tersine döndüğü görülmektedir.

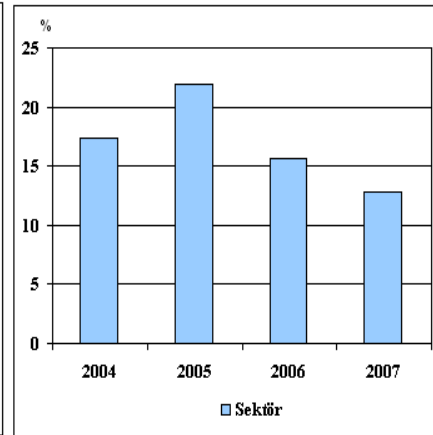
5.2. Kredi Kartı Faiz Gelirlerinin Kredilerden Elde Edilen Faizler İçerisindeki Payı

Kredi kartı piyasasının yaklaşık yüzde 86'sını oluşturan 6 bankanın kredi kartından elde ettikleri faiz gelirlerinin kredilerden elde edilen faiz gelirleri içerisindeki payı değerlendirildiğinde, kredilerden alınan faizlerin yaklaşık yüzde 10 ilâ yüzde 35'lik bölümünün kredi kartından alınan faiz gelirlerinden kaynaklandığı görülmektedir (Grafik 5.2.1). Sektör için söz konusu oran 2007 yılında yaklaşık ortalama yüzde 13 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 5.1.1 Taksitli Kredi Kartı Harcamalarının Toplam Kredi Kartı Harc. İçindeki Payı



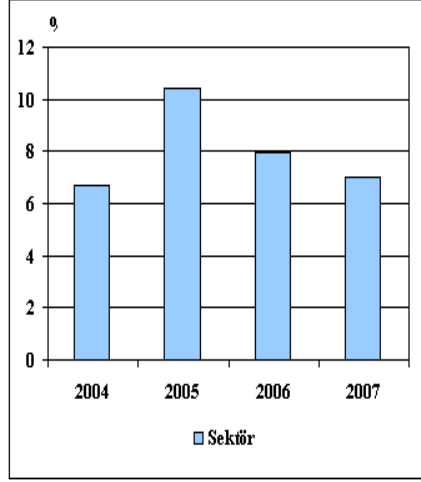
Grafik 5.2.1 Kredi Kartından Alınan Faiz Gelirlerinin Toplam Kredi Faiz Gelirleri İçindeki Payı



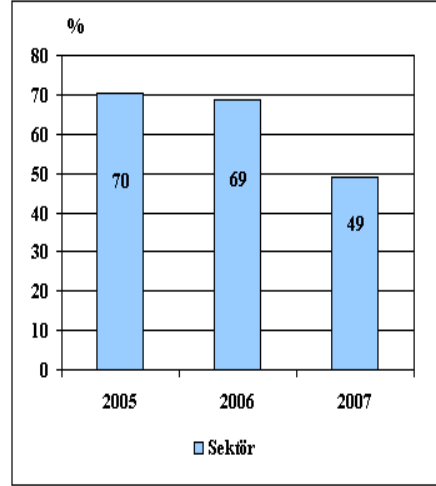
Toplam kredi kartı tutarı, bireysel ve takipteki bireysel kredi kartları tutarıdır.
Sektör; sektördeki tüm bankaları kapsamaktadır.
Kaynak: BDDK-TCMB

Benzer şekilde, kredi kartından alınan faiz gelirlerinin toplam faiz gelirleri içerisindeki payı itibariyle de durum değerlendirildiğinde söz konusu bankaların büyük çoğunlukla bu oranının sektör ortalaması üzerinde seyrettiği görülmektedir (Grafik 5.2.2). Sektör için söz konusu oran 2007 yılında yaklaşık ortalama yüzde 7 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 5.2.2. Kredi Kartından Alınan Faiz Gelirlerinin Toplam Faiz Gelirleri İçindeki Payı

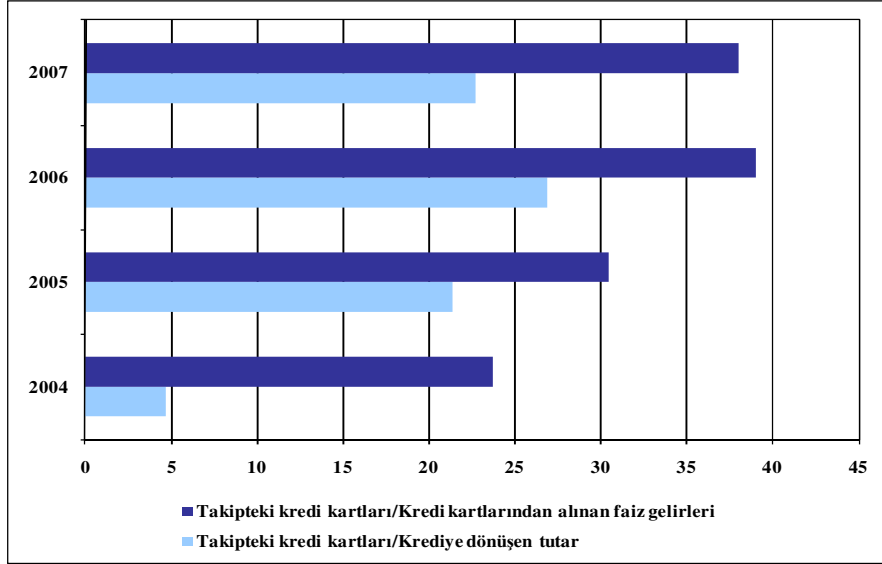


Grafik 5.2.3. Toplam Kredi Kartı Harcamaları İçerisinde Krediye Dönüşen Tutarın Payı



Sektör; sektördeki tüm bankaları kapsamaktadır.
Kaynak: BDDK-TCMB

Grafik 5.2.4. Takipteki Kredi Kartları Tutarının, Toplam Kredi Kartı Harcamalarının Krediye Dönüşen Tutarı ve Kredi Kartlarından Alınan Faiz Gelirleri İçerisindeki Payı



* Takipteki kredi kartları tutarı, takipteki bireysel ve kurumsal kredi kartları tutarı toplamıdır.
Kaynak: BDDK-TCMB

2007 yılı sonu itibarıyla değerlendirildiğinde sektörde takipteki kredi kartları tutarının toplam kredi kartı harcamalarının krediye dönüşen tutarına oranının yüzde 23 ve kredi kartlarından alınan faiz gelirlerine oranının ise yüzde 38 olduğu görülmektedir. 2006 yılında sırasıyla yüzde 27 ve yüzde 39 olan söz konusu oranlarda küçük de olsa bir düşüşün söz konusu olması, takipteki kredi kartları tutarının artış hızının durması ve toplam kredi kartı harcamalarının krediye dönüşen tutarı ile kredi kartlarından alınan faiz gelirlerinin reel olarak artmaya devam etmesinden ileri gelmektedir (Grafik 5.2.4).

6-Sonuç

Kredi kartı genel olarak, kart sahibine üye işyerlerinde nakit para verilmeksizin mal veya hizmet satın alma imkanı sağlayan bir ödeme aracıdır. Ayrıca, kredi kartı kullanıcılarının nakit çekmesi veya yapmış olduğu alışveriş bedellerinin ödenmesini belirli bir süre için ertelemek istemesi halinde, ilgili harcama tutarları krediye dönüşmekte, kredi kartı bir kredi aracı haline gelmektedir. Tüm bu özellikleri itibarıyla kredi kartlarının kullanımı, çek senet gibi ödeme araçlarının yerini almaya başlamış ve 1990'lı yılların sonlarından itibaren taksitlendirme ve puan gibi promosyanların da etkisiyle kullanımı giderek yaygınlaşmıştır.

Kredi kartlarının kullanımının yaygınlaşması, finansal sisteme getirdiği yenilikler ve kolaylıkların yanı sıra bir takım problemleri de beraberinde getirmiştir. Kredi kartı harcamalarının zamanında ödenmemesi nedeniyle krediye dönüşen tutarın ve takipteki kredi kartı alacakların da artıyor olması hem tüketicileri hem de bankaları zor durumda bırakmıştır.

Dolayısıyla, kredi kartı çıkaran kuruluşlar, POS (Point of Sale) makineleri edinme maliyeti ve ulusal ve uluslararası ödeme sistemlerine üyelik maliyeti üstlenmekte ve öngörülemeyen nakit çekilişleri nedeniyle ilave likidite riski taşımaya başlamışlardır. Dolayısıyla bankalar, teminatın zayıf olması nedeniyle yüksek kredi riski, öngörülemeyen likidite çıkışları nedeniyle de likidite riski

taşıyan kredi kartı faiz oranlarını, bireysel kredi faizlerine göre daha yüksek belirlemeye başlamışlardır.

Diğer ülke uygulamalarına bakıldığında da, kredi kartı işlemlerinde uygulanan faiz oranlarının, tüketici kredilerine uygulanan faiz oranlarına göre daha yüksek belirlendiği görülmekle birlikte, incelenen pek çok ülkede kredi kartı faiz oranlarının, tüketici kredisi faiz oranlarının yaklaşık 2 katı iken, ülkemizde bu oranın 4 katına yaklaşmış olduğu görülmektedir. Daha önce gevşek kurullarla kredi kartı sunan bankaların, şimdi riskli müşterilerden kaçınmak için faiz oranlarında rekabet etmezken, faiz oranı dışında sağlanan diğer yan fayda ve avantajlarla (taksitlendirme, bonus, para puan, uçuş mili, sigorta vs.) rekabet yoluna gittikleri görülmektedir.

Kredi kartlarına uygulanan faizlerin yüksek seviyelerde katılık göstermesinde kredi kartı piyasasının yüzde 81'ini oluşturan 6 banka da etkili olmuştur. Sektöre hakim olan bu bankaların kredi kartlarına uyguladıkları faiz oranlarının yüksek olmasına rağmen kredi kartlarının tercih ediliyor olması katılığın devam etmesine neden olmuştur.

2005 yılı Mayıs ayından itibaren tüketici faizleri düşme eğilimine girerken, kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarının yüksek seviyelerde katılığını korumaya devam etmesi sonucunda 1 Mart 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununun 26 ncı maddesi ile, kredi kartı işlemlerinde uygulanacak azami akdi ve gecikme faiz oranlarının T.C Merkez Bankası'nca belirlenmesi ve belirlenen oranların üç ayda bir açıklanması hükmü getirilmiştir.

KAYNAKÇA

Aysan, A. F. and Yıldız, L. (2007). The Regulation of the Credit Card Market in Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, Vol.2, No. 11, pp. 141-154.

Savaşçı, İ. ve R. Tatlıdil (2006). Bankaların Kredi Karı Pazarında Uyguladıkları CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) Stratejisinin Müşteri Sadakatine Etkisi, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt 6, sayı:1

Kirdaban, İ. Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler ve Ödeme Sistemlerinin Finansal Sistem İstikrarı Üzerindeki Etkileri. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Uzmanlık Tezi.

Finansal Piyasalar Raporu (Mart 2007). Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu

Kredi Kartı Faiz Oranlarını Belirleyen Faktörlerin Tespiti

Gülcan Yıldırım Güngör ve Ahmet Yıldırım*

ÖZET

Uluslararası piyasalarda piyasa faiz oranlarında yaşanan hareketlerin, aynı seviyede kredi kartı faiz oranlarında görülemediği ve özellikle düşen piyasa faizlerine karşın kredi kartı faizlerinin katı olduğu görülmektedir. Kart ihraç eden kuruluşların gelirlerinin borcunu zamanında ödemeyen müşterilerden elde ettikleri faiz gelirleriyle artırmaları, kredi riski yüksek bu müşterilerin ise geri çevrilme, daha düşük limitler gibi nedenlerle faiz oranlarına duyarlı olmamaları nedeniyle, bu çalışmada bankaların fiyat rekabeti yerine fiyat dışı rekabet konusuna yoğunlaşmalarına neden olan faktörler üzerinde durulmuştur. Diğer yandan, ülkemizde kredi kartlarının taksit imkanları nedeniyle uzun vadeli kredi gibi kullanılma eğilimi, ayrıca ödül, puan, uçuş mili, indirim gibi promosyonlar nedeniyle kullanımının giderek artması üzerinde durulmuştur. Ayrıca, kredi kartlarına ilişkin düzenlemelerde yaşanan aksaklıklar ve irrasyonel tüketici davranışları gibi rekabeti olumsuz yönde etkileyen faktörler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kredi kartları, Banka, Faiz oranları

JEL Sınıflandırması: E400, G210

Investigation on the Factors Affecting the Credit Card Interest Rates

ABSTRACT

Interest rate fluctuations in international markets are not observed in the credit card interest rates in the same trend. In accordance with the decreasing interest rates, it is observed that credit card interest rates are relatively sticky. Card issuers increase their income through interest. On the other hand, these customers carry high credit, and are not sensitive to their interest revenues because of a potential application refusal and getting lower limits. In consequence of the aforementioned issues, the concentration in non-price competition rather than price competition is scrutinized. Furthermore, bonus, discount and miles promotions, customers' long-term credit perceptions, regulatory interruptions, and irrational customer behaviors, which discourage competition, are analyzed.

Keywords: Credit Cards, Bank, Interest Rates

JEL Classification: E400, G210

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye ▪ GÜNGÖR: gulcan.yildirim@tcmb.gov.tr ▪ YILDIRIM: ayildirim@mtk.gov.tr ▪ Çalışmada sunulan görüşler yazarlara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Kredi Kartı Faiz Oranlarını Belirleyen Faktörlerin Tespiti

1.Giriş

Kredi kartlarının; kart çıkaran kuruluş (issuer), kredi kartı sahibi, üye işyeri, üye işyeri anlaşması yapan kuruluş (acquirer) ve genel olarak da ülke ekonomisi açısından; nakit ihtiyacını azaltması, ekonominin kayıt altına alınmasını sağlaması, tasarruf-yatırım akışını hızlandırarak ticari faaliyetleri canlandırması, tüketicinin peşin satın alma ve geç ödeme avantajlarından yararlanmasını sağlaması, nakit avans çekme imkanı sunması gibi birçok faydası bulunmaktadır. Bu nedenle de ülkemizde kredi kartı piyasası hızla gelişmektedir.

Tüm dünyada tartışmalı bir piyasa olan kredi kartı piyasasının, ülkemizde özellikle yoğun promosyon uygulamaları ve yüksek kredi kartı faiz oranları nedeniyle diğer ülkelere göre farklılık gösterdiği düşünülmektedir.

Türkiye’de piyasa faiz oranlarının düşmesine rağmen, kredi kartı faiz oranlarının aynı ivmede düşüş göstermemesi, dolayısıyla kredi kartı borçları nedeniyle problem yaşayan kart kullanıcılarının sayısının gün geçtikçe artması dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, kredi kartı faiz oranlarını ve özellikle söz konusu katılığın sebeplerini belirleyen rekabet faktörlerini incelemektir.

Bu çerçevede öncelikle konuya ilişkin dünya ve Türkiye literatürü incelenerek, bulgular Türkiye’deki piyasa yapısıyla birlikte değerlendirilmiştir. Kredi kartları piyasasında rekabet, fiyat rekabeti ve promosyon rekabeti olarak iki ayrı bölümde ele alınmıştır.

Literatürde iki taraflı pazar modeli varsayımıyla kredi kartı işlemlerinden hem işyerinin, hem de kart kullanıcısının fayda sağlamakta olduğu, dolayısıyla marjinal maliyete her ikisinin de katlanması gerektiği belirtilmektedir. Ancak ülkemizde hem işyerine yüklenen takas komisyonu oranı, hem de temerrüde düşen müşteriden alınan kredi kartı faizinin yüksek olduğu gözlenmektedir. Bu nedenle,

bankaların gelirlerini artırmak amacıyla, getirisi yüksek olan borcunu zamanında ödemeyen müşterilerin (revolver) sayısının artmasından fayda sağladıkları düşünülmektedir.

Türkiye’de borcunu zamanında ödemeyen müşterilerin (revolver) talebinin esnek olmaması nedeniyle, rekabetin fiyat rekabetinden daha çok promosyon rekabetinde yoğunlaştığı görülmektedir. Fakat, promosyon rekabeti konusunda literatürdeki çalışmaların sınırlı kalması nedeniyle bu çalışmada daha çok fiyat rekabeti üzerinde durulacaktır.

2. Kredi Kartı Sistemi

2.1. Kredi Kartı Sisteminin Yapısı

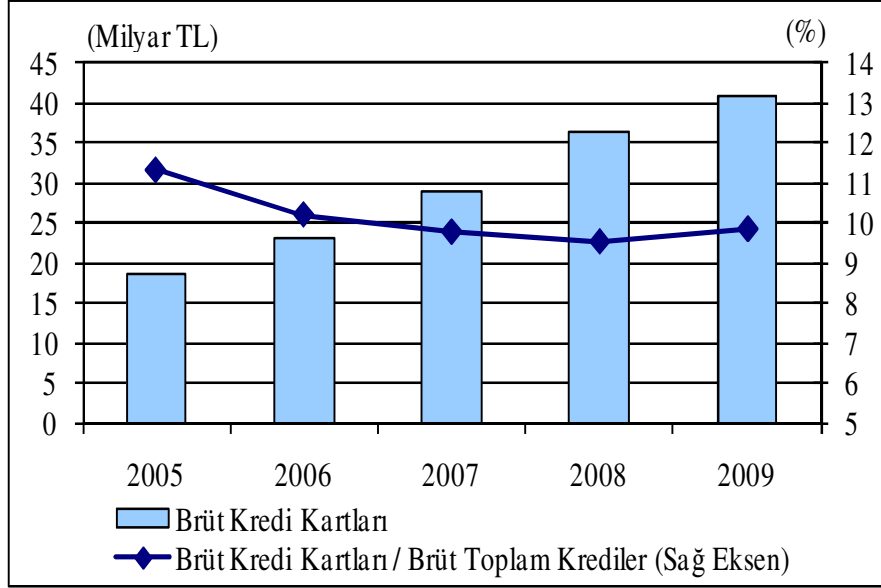
Teknolojide yaşanan ilerlemeler, küreselleşmeye bağlı olarak finansal piyasalarda son dönemde yaşanan gelişmeler ve ekonomik yapılardaki değişimler finansal yeniliklerin hızla yaşama geçirilmesine büyük ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Söz konusu finansal yenilikler, piyasaların birbirleriyle bir bütün olarak çalışmasını sağlamakta, ayrıca finansal hizmetlerin maliyetini düşürerek işlem bazında piyasayı daha etkin hale getirmektedir (Kutukız, 2003).

Finansal sistemin temel fonksiyonlarından ödeme sistemlerinde de yeni araçlar kullanılmaya başlanmasıyla kartlı ödeme sistemleri yaygınlaşmıştır. Ayrıca ülkemizde bireysel kredi kartları ile yapılan harcamaların, toplam krediler içindeki payı toplam bankacılık sektörü için Aralık 2005’te yüzde 11,3 iken Aralık 2009 itibarıyla yüzde 9,9 olarak gerçekleşmiştir¹.

¹ Bkz. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, www.bddk.org.tr

Grafik 1. Kredilerin Gelişimi



Kaynak: BDDK-TCMB (Katılım bankaları dahildir.)

Kredi kartı kullanımının temel fonksiyonları arasında, nakit ihtiyacının azalması, ekonominin kayıt altına alınması, ticari faaliyetleri canlandırması, tüketicinin peşin satın alma ve geç ödeme avantajlarından yararlanması, nakit avans çekme imkanı sunması² sıralanabilmektedir.

Kelly ve Reilly (2005), kredi kartının ödeme tarihi içinde ödenecek tutarlar için devretmeyen kredi (convenience credit) özelliği, otomatik para çekme makinelerinden para çekme kolaylığı ve uzun vadeli kredi sağlama olanağı olmak üzere üç temel fonksiyonu olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, yüksek miktarda nakit paranın taşınmasına göre daha güvenli olması, elektronik ödemelere ilişkin eğilimin artması ve internet ve telefon aracılığıyla gerçekleştirilebilen işlemlerin artması nedeniyle kredi kartı kullanımının arttığı da belirtilmiştir. Ayrıca yazarlar, farklı ülke örneklerinde farklı uygulamalarla karşılaştığını, örneğin Avrupa ülkelerinde kart kullanıcılarının kredi kartlarını daha çok kredi hesabına ya da

² Bkz. Bankalararası Kart Merkezi, www.bkm.com.tr

gecelik mevduat hesabına bağlı çalışan, gecikmeli ödeme yapabilecekleri bankamatik kartı olarak kullandıklarını belirtmişlerdir.

Reisoğlu'nun çalışmasında (2004) ise kredi kartlarının kart sahibine tesliminde, banka ile kart sahibi arasında gayri nakdi kredi ilişkinin ortaya çıktığı ve belirtilen limite kadar yapılacak harcamalar için bankanın bir nevi garanti verdiği, müşteri tarafından kullanımında harcama belgesinin bankaya iletilmesi ve kart sahibinin ödeme yapmasına kadar geçen sürede söz konusu kredinin nakdi kredi özelliği taşıdığı belirtilmiştir. Kredi kartları sisteminin ülkemize özęü uygulamaları bulunmaktadır. Ülkemizdeki uygulamayla ilgili olarak Karayol (2007) alışmasında, enflasyon kaynaklı nedenlerle taksitli mağaza kartlarının özelliklerinin, kredi kartları ile harmanlanarak taksit imkanı sağlayan kartların ortaya çıkmasını sağladığını belirtmiştir. Söz konusu kartların kullanımı ile çok sayıda perakendecide taksitli ya da ödüllü alışveriş imkanı sağladığını vurgulanmıştır. Ancak, kart sahibinin bu tür avantajlardan yararlanabilmesi için kart çıkaran kuruluş ile üye işyeri anlaşması yapan kuruluşun aynı teşebbüs olması gerektiği, bu nedenle çok markalı kredi kartlarını çıkaran bankaların yeni kuruluşların kapalı alt ağlar işlettikleri değerlendirmesi yapılmıştır.

Küresel anlamda kredi kartı sistemindeki gelişimi vurgulamak amacıyla, Johnson (2005) son on beş yılda kredi kartı ödemelerinin gelire oranındaki artışa da neden olan kredi kartı piyasasındaki üç temel gelişmeyi incelemiştir. Yazar öncelikle, kredi skorlaması yöntemlerindeki gelişmeler ve kredi kartı borcunun risk bazlı fiyatlamasındaki gelişmelerin, kredi kartına sahip olan özellikle dar gelirli hanehalkı oranını artırdığını vurgulanmıştır. İkinci olarak, 1990'larda kredi kartı faiz oranlarının, piyasa faiz oranlarındaki değişimlerle birlikte yön değiştirdiği belirtilmiştir. Son olarak ise, hanehalkı günlük harcamalarında kredi kartlarının uygun bir ödeme aracı olarak görölmesinin kart kullanımını artırdığı ifade edilmiştir.

Rekabet Kurumu (Office for Fair Trading-OFT / 2007) tarafından yapılan çalışmada kredi kartı piyasasının gelişim potansiyelini göstermek amacıyla

İngiltere’de 2000-2005 döneminde kredi kartı işlem hacminin yüzde 21, işlem tutarının ise yüzde 51 arttığı vurgulanmıştır. Ayrıca, kredi kartı kullanıcılarının ödeme tutarlarının yıllık faiz oranı (APR-Annual Percentage Rate) dışında,

- ✓ faize duyarlı olmayan dönem,
- ✓ faize tabi dönemin, son ödeme tarihi mi, yoksa ödemenin tam olarak yapılmasından önce olan bir tarih mi olduğu,
- ✓ faiz hesaplama tekniği,
- ✓ faiz hesaplamasının ne zamandan başlatılması gerektiği,
- ✓ ekstre tarihi,
- ✓ bileşik faiz uygulamaları gibi faktörlerden de etkilendiğini belirtmiştir.

Ayrıca, Kelly ve Reilly (2005) Ekonomik ve Para Birliği (EMU) tarafından Euro’ya geçiş sürecinin kart kullanımını desteklediğini ve Euro cinsinden ülkeler arası elektronik ödemelerinin maliyetinin azaldığını belirtmişlerdir. AB’de 2001’de yürürlüğe giren bir düzenlemeye göre Avrupa Birliği ülkelerinde eşanlı (online) banka kartı (ATM kartı) ya da kredi kartı kullanımı suretiyle yapılan nakit kullanımı ya da ödemeler için alınan ücretinin diğer AB ülkeleri için kendi ülkelerinden daha yüksek olamayacağı belirtilmiştir.

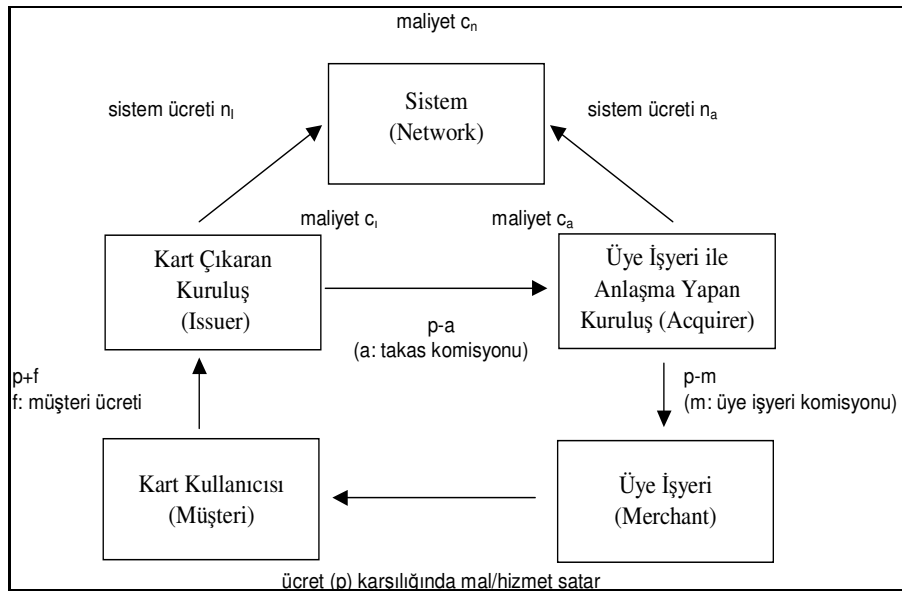
Bu çalışmada kredi kartı sisteminde yaşanan rekabet ve kredi kartı faiz oranlarındaki değişimi etkileyen faktörler üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda, Berlin ve Mester (2004) kredi kartı faiz oranlarının, diğer kredi faiz oranlarına kıyasla daha yüksek ve yapışkan olduğunu ayrıca, diğer bankacılık faaliyetleriyle karşılaştırıldığında kredi kartı sektörünün kârlılığının artış eğiliminde olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca, Ausubel (1991) 1983-1988 döneminde bankaların kârlılıklarının yıllık yaklaşık yüzde 20 seviyesinde olduğunu ancak, aynı zamanda kredi kartları kârlılığının yüzde 60-100 seviyelerinde olduğunu, dolayısıyla kredi kartı sektörünün yüksek kârlılığına vurgu yapmıştır. Bu çerçevede piyasalarda, faiz oranlarındaki yani finansman maliyetindeki düşüşe rağmen, bankaların kredi kartı

faiz oranlarını düşürme yönünde isteksizliklerinin nedenleri ve bu alanda yapılan düzenlemelerin etkinlikleri incelenecektir.

2.1.2 Kredi Kartı Sisteminde Taraflar

Kredi kartı sisteminde kart çıkaran kuruluş (issuer), üye işyeri anlaşması yapan kuruluş (acquirer), kart sahibi, üye işyeri ve kartlı sistem kuruluşu (network operators) olmak üzere beş oyuncu vardır. Bu kapsamda kart sahipleri ve kart çıkaran kuruluşlar arasındaki ilişki incelenecek olup, kredi kartı faiz oranlarındaki katılık analiz edilecektir.

Şekil 1: Kredi Kartı Sisteminin İşleyişi



Kaynak : Rochet, Tirole (2003)

2.1.2.1 Kart çıkaran kuruluş (Issuer)

Kredi kartı çıkaran kuruluş, sahip olduğu lisansa dayanarak kart düzenleyip veren bankalar ve diğer kuruluşlar olup, tüketici ve üye işyeri arasında anlaşma yapan kuruluş arasındaki kanaldan gelir elde etmektedir. Chakravorti (2003), kart çıkaran kuruluşların bu kanaldan elde ettikleri gelirleri, yıllık ücret, kredi kartı borcu zamanında ödenmediği için elde edilen faiz geliri, limit aşıldığında ya da

nakit çekildiğinde elde edilen ücret gibi diğer gelirler olarak sıralamış, ayrıca kart ihraççılarının, kart sahipleri için farklı ücret, sürekli kullanım ödülü ve parasal olmayan seçenekler sunarak rekabet ettiklerini belirtmiştir.

Budde (2001), çalışmasında ABD’de kart çıkaran kuruluş giderlerinin yaklaşık yarısının fonlama maliyetinden ve geri ödenemeyen kredilerden kaynaklandığını, yüzde 22’sinin ise kredi kartı işlemlerinin faaliyet ve pazarlama giderlerinden kaynaklandığını ortaya koymuştur. Gelirlerin ise yüzde 70’inin borcunu zamanında ödemeyen kullanıcılardan elde edilen faiz gelirinden, yaklaşık yüzde 13’ünün ise üye işyeri iskontolarından kaynaklandığını belirtmiştir. Buna karşılık yıllık ücret, toplam gelirin sadece yüzde ikisine karşılık gelmektedir.

2.1.2.2 Üye işyeri anlaşması yapan kuruluş (Acquirer)

Üye işyeri anlaşması yapan kuruluş, kart çıkaran kuruluş ile üye işyeri arasındaki kanalda yer alıp kart çıkaran kuruluşa takas komisyonu (interchange fee) ödeyip, üye işyerinden iskonto oranı (discount rate) kadar gelir elde etmektedir.

Chakravorti (2003) Amerika’da bazı büyük üye işyerlerinin üye işyeri iskonto oranını takas komisyonuna yakın belirlediklerini böylece bazı sektörlerin rekabetçi olmasını sağladıklarını vurgulamıştır. Ancak, bu iki oran arasındaki marj ülkeye özgü nedenlerle farklılık gösterebilmektedir.

Karayol (2007) ülkemizde kredi kartları piyasasının gelişmesinde Benkar girişimli Advantage kartın³ oldukça etkili olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu kart öncülüğünde gelişen çok markalı kartların bankalar tarafından sağlanması

³ HSBC Bank 7 Ağustos 2002 tarihinde, Benkar Tüketici Finansmanı ve Kart Hizmetleri A.Ş.’yi (Benkar), Advantage markası dahil, satın almak üzere Boyner Holding A.Ş. ile sözleşme imzalamıştır. Satın alma işlemleri gerekli onay ve izinleri takiben, 19 Eylül 2002 tarihinde tamamlanmıştır. Satın alma işlemini takiben, 25 Aralık 2002 tarihinde Benkar’ın hukuki varlığı, tüm varlık ve yükümlülüklerinin Ana Ortaklık Banka’ya devredilmesi suretiyle sona ermiştir (HSBC Bank 2006 yılı faaliyet raporu, Sayfa 7, <http://www.hsbc.com.tr/HSBCHakkında/HSBCGrup/FaaliyetRaporu.pdf>).

sırasında, Rekabet Kurulu tarafından alınan önlemler doğrultusunda ürün pazarı, “taksitli alışveriş kartları pazarı” olarak tanımlanmıştır.

2.1.2.3 Kart sahibi

Kredi kartları, tüketicinin peşin satın alma ve geç ödeme avantajlarından yararlanmasını, nakit çekebilmesini ve geçici likidite sıkışıklığı dönemlerinde vade avantajı sağlayarak kişilerin yaşam kalitelerini artırmalarını sağlamaktadır.

Chakravorti (2003) kredi kartı sistemini de ele aldığı çalışmasında bu sistemdeki tarafların rollerini ele almış, tüketicileri kredi kartlarını uzun vadeli teminatsız kredi aracı olarak gören müşteriler (revolvers) ve bu olanaktan yararlanmayan bir diğer ifade ile borcunu zamanında ödeyen müşteriler (convenience users) olmak üzere iki başlık altında incelemiştir.

Rekabet Kurumu (Office for Fair Trading-OFT / 2007) ise kart kullanıcılarını borcunu tam ödeyenler, bazen bir bölümünü bazen tamamını ödeyenler ve son ödeme tarihinde hiç bir zaman tam ödemeyenler olarak üçe ayırmıştır.

Literatürde müşterilerin, genellikle borçlarını zamanında ödeyeceklerini düşünmeleri nedeniyle kredi kartı faiz oranlarına duyarlı olmadıkları görülmektedir.

Bununla birlikte, Aysan (2007) çalışmasında kredi kartı sisteminde bankaların asıl geliri borcunu zamanında ödemeyen kart sahiplerinden elde ettikleri için, Türkiye gibi borcunu zamanında ödeyen müşteri sayısının ödemeyenlere göre yüksek olduğu örneklerde işlem maliyetlerinden dolayı faiz oranlarının yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Chakravorti ve Emmons (2001), kullanıcıların kredi kartlarını likidite sorunu yaşanan dönemlerde harcamaların finansmanını sağlamak için kullanılabilecek teminatsız kredi olanağı olarak algıladıkları belirtilmiştir.

2.1.2.4 Üye işyeri

Tüketicilerin harcamalarında kredi kartlarını kullanma eğilimlerinin artması, işyerlerinin de satışlarının büyük bir bölümünü kredi kartı ağı ile yapmaları sonucunu doğurmuştur. Ancak bir maliyet unsuru olarak, kredi kartı sisteminin kullanılması nedeniyle üye işyerleri finansal kuruluşlarına (bankalar vs.) satışın belirli bir yüzdesi olan üye işyeri iskontosunu ödemektedirler.

Chakravorti ve To (2007)'a göre üye işyerleri kredi kartını kabul ettiklerinde satışların artması durumunda daha yüksek üye işyeri iskontosu ödemeye katlandıklarını belirtmişlerdir. Rochet ve Tirole (2003) ise çalışmalarında kart kullanıcılarının bir çok üye işyerinde kabul edilmesi durumunda yararlanacaklarını ve yeterli sayıda kart kullanıcısı ve üye işyeri olmadığı durumda bu sistemin etkin bir şekilde çalışmayacağını vurgulamışlardır.

2.1.2.5 Kartlı sistem kuruluşu (Network Operators)

Kartlı sistem kuruluşları, kredi kartı veya banka kartı sistemini kuran ve bu sisteme göre kart çıkarma veya kart kabulü konusunda üye işyeri anlaşması yapma yetkisi veren kuruluşlardır. Bu kuruluşların görevi, kredi kartı sisteminin çalışması için gerekli olan sistematik ağı kurmak ve işlerliğini sağlamaktır.

Chakravorti (2003), kartlı ödeme kuruluşlarını (network) özel ve açık olmak üzere iki ana başlıkta incelemekte olup, American Express ve Discover gibi özel kuruluşları kart çıkaran kuruluş, üye işyeri anlaşması yapan kuruluş ve şebeke (network) operatöründen oluşan ağ, açık networkleri ise üye bankaların, kart çıkaran kuruluş, üye işyeri anlaşması yapan kuruluş ya da her ikisi olabildiği ağlar olarak tanımlamıştır.

Karayol (2007), kartlı ödeme sistemlerini üç-tarafli (kapalı) ve dört-tarafli (açık) kartlı ödeme sistemleri olmak üzere ele almıştır. Üç tarafli sistemlerde, kart sahibi ve üye işyeri arasında sadece bir kuruluş bulunduğu ve diğer kuruluşların sisteme erişiminin olmaması nedeniyle bu sistemlere kapalı sistem de denildiği, diğer sistemlerde ise kart hamili ve işyerinin bankasının farklı olabileceğini ifade

etmiştir. Bu sistemlerde, network kuruluşları, kart çıkaran ve anlaşma yapan binlerce üye bankadan oluşmaktadır. Diğer yandan, bu birliklere üye olan bankaların kart verdiği müşterilerin, aynı sisteme üye olan diğer bankaların müşterisi olan işyerlerinden de kartları ile alışveriş yapabilecekleri de vurgulanmıştır.

Amerika’da American Express, Discover, MasterCard ve Visa olmak üzere dört bağımsız, kâr amaçlı, halka açık genel amaçlı kartlı ödeme ağı bulunmaktadır (Grover, 2007). Türkiye’de ise Visa, Mastercard, Diners Club, American Express ve JCB faaliyet göstermektedir. VISA Türkiye, VISA Europe Ltd. içerisinde yer almakta olup, kart sayıları açısından Avrupa'nın üçüncü büyük pazarıdır ve yurt içi pazarındaki kart sayısı VISA Europe Ltd.'deki kartların toplamının yüzde 10'u kadardır. VISA'nın Türkiye'de gerçekleşen kişisel tüketici harcamalarındaki payı yüzde 9,3'tür. Diğer yandan, MasterCard, ödeme kartlarını kullananlar, bu kartları kabul eden işyerleri ve bu bağlantıyı kuran üye finans kuruluşları arasındaki işlemleri kolaylaştıracak, bu işlemleri başarıyla sonuçlandıracak altyapıyı sağlamaktadır (BKM).

Tablo 1: Kredi Kartı Sektöründe Tarafların Getiri ve Maliyetleri

Taraf	Fonksiyon	Getiri	Maliyet
Kart Sahibi (Gerçek ve Tüzel Kişiler)	<ul style="list-style-type: none">✓ Mal ve hizmetleri satın alır.✓ Nakit çeker✓ Bir taksit ve kredi imkanına ulaşır.	<ul style="list-style-type: none">✓ Nakit taşımadan alışveriş yapabilir.✓ Nakit akımlarını ödemeleriyle uyumlu hale getirebilir.✓ Alışverişte kullanılacak hediye puan nakit imkanından faydalanabilir.✓ Kredi imkanı	<ul style="list-style-type: none">✓ Nakit çekimi ve borcun tam ödenmemesi durumunda katlanılan faiz oranları, ve kart kullanımına ilişkin ücretler,✓ Krediyi yönetme zorluğu.✓ Taksitlendirme durumunda muhtemel vade farkı
Üye İşyeri (Opet, Migros v.b.)	<ul style="list-style-type: none">✓ Mal ve hizmet satar.✓ Taksitlendirme imkanı sunar	<ul style="list-style-type: none">✓ Daha çok müşteriye hitap eder,✓ Kredi riski taşımadan taksit ve kredi talep eden müşterilere ulaşabilir,✓ Ödeme garantisi elde eder.	<ul style="list-style-type: none">✓ İşlem başına bir takas komisyonu ücreti öder ,✓ Özel kredilendirme imkanından vazgeçilmesi (müşteri devamlılığı, pazarlama bilgisi ve faiz geliri açısından).✓ Bir çok bankanın POS makinesini kullanmak zorunda kalabilir.
Kart Çıkaran Kuruluş (Bankalar)	<ul style="list-style-type: none">✓ Kart sahiplerinden ödemeleri toplar,✓ Kart sahiplerine kredi açar,✓ Kartları dağıtır,✓ Alacakları finanse eder,✓ İşlemleri yetki verir	<ul style="list-style-type: none">✓ Faiz oranı farklarından faydalanır,✓ Kart sahiplerinden ücret alır,✓ Üye işyerlerinden alınan değişim ücretinden pay alır,✓ Kart müşterilerine diğer hizmetlerini pazarlayabilir.	<ul style="list-style-type: none">✓ İşlem maliyetleri (POS, ATM, 24 saat müşteri hizmeti vb..)✓ Dolandırıcılık riski,✓ Kredi riski
Üye İşyeri Anlaşması Yapan Kuruluş (Bankalar)	<ul style="list-style-type: none">✓ İşyerine ödemeyi yapar,✓ Üye işyerine ödeme, teyit ve faturalama bilgilerini aktarır.	<ul style="list-style-type: none">✓ Üye işyerlerinden alınan takas komisyonundan pay alır.	<ul style="list-style-type: none">✓ İşlem maliyetleri,✓ Dolandırıcılık riski.
Kartlı Sistem Kuruluşu (VİSA, MASTE RCARD v.b.)	<ul style="list-style-type: none">✓ Markayı pazarlar,✓ Sisteme katılımın kuralları, standartları ve protokollerini belirler,✓ Takas komisyonu yapısını belirler.	<ul style="list-style-type: none">✓ İşlem ücretlerini alır,✓ Değerleme ücretini alır.	<ul style="list-style-type: none">✓ Pazarlama maliyetleri,✓ Dolandırıcılık riskini önlemeye yönelik programların maliyetleri,✓ Sistemi sürdürmek için katlanılan işlem maliyetleri.

Kaynak : "Overview of Recent Developments in the Credit Card Industry", Douglas Akers, Jay Golter, Brian Lamm, ve Martha Solt (2005) Tablo yazarlar tarafından genişletilmiştir.

2.1.2.6.Diğer Tanımlar

Takas Komisyonu (Interchange Fee)

Karayol (2007) takas komisyonunu (interchange fee) kabulcü bankanın ve ihraççı bankanın farklı bankalar olması durumunda, kabulcü bankanın, ihraççı bankaya ödediği ve işlem tutarının belirli bir yüzdesi şeklinde kart birlikleri bünyesinde belirlenen komisyon olarak tanımlamıştır. Yazara göre, söz konusu komisyon, kabulcü banka tarafından üye işyeri komisyonunun (ÜİK) bir parçası olarak yansıtıldığı için, rekabet otoriteleri tarafından fiyatı veya maliyeti belirlemeye yönelik bir anlaşma veya teşebbüs birliği kararı olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, kredi kartı sisteminin belirleyicilerinden olan takas komisyonu ile ilgili olarak kart kullanıcısı ve üye işyerinin talebi doğrultusunda kart çıkaran kuruluş ve üye işyeri anlaşması yapan kuruluşun maliyetini dengeleyici bir ücret olduğunu ortaya koymuştur. Rochet ve Tirole (2003) ise kart sisteminde tarafların toplam karlılıklarını maksimize etmek amacıyla takas komisyonunun belirlenmesi, taraflar arasından maliyet dengesinin iyi bir şekilde kurulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Karayol (2007) takas komisyonunun seviyesinin ve belirlenmesinin, birçok ülkede düzenleyici kurumların dikkatini çekmediğini belirtmiş ve uluslararası uygulamalara çalışmasında yer vermiştir. Bu kapsamda, ABD’de, 1979 yılında National Bancard Association, takas komisyonunun 0 olması gerektiği iddiasıyla Visa’ya dava açmış, ancak mahkeme kararı Visa lehine çıkmıştır. Diğer yandan, Avustralya Merkez Bankası (2002) ve Avrupa Komisyonu tarafından kredi kartı ağlarında takas komisyonu düzeyinin belirlenmesine ilişkin düzenlemeler yapılması yönünde adımlar atılmıştır. Baxter (1983) da kredi kartı işlemleri nedeniyle fayda sağlayan tarafların marjinal maliyete katlanmaları gerektiğini belirtmiştir.

Ahlborn ve diğerleri (2001), takas komisyonunun ihraççı banka ile üye işyeri anlaşması yapan kuruluş arasında kart işleminden kaynaklanan ücretin nasıl

dağılacığına ışık tuttuğunu ancak, toplam ücreti doğrudan etkilemeyeceğini belirtmişlerdir. Ayrıca, takas ücretinin taraflar arasında ortak akıl ile belirlenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Diğer taraftan yazarlar takas komisyonunun sıfır olmasının, kart birliklerini, pazarın iki yanını dengeleyecek tek araçlarından mahrum bırakarak dört taraflı sistemlerin ortadan kalkmasına neden olacağını ileriye sürmüşlerdir.

Karayol (2007) ihraççı bankaların ödül, puan gibi teşviklere önemli ölçüde yer vermelerinin, kartların aşırı kullanımı nedeniyle, diğer etkin ödeme araçlarının yetersiz kullanımına neden olduğunu belirtmiştir. Avrupa’da takas komisyonu, kart ihraç eden kuruluş ile ihraççı kuruluş arasındaki dengeyi sağlamak amacıyla, bölgesel bir kurul tarafından belirlenmektedir. SEPA (Single European Payment Area) kapsamında, Avrupa Komisyonu birlik üyesi ülkeler arasında kartlı ödeme sistemlerinde standart hale getirilmesini baskı yapmaktadır (Grover 2006). Ayrıca, ECB’nin ödeme ağlarını da rekabetin sağlanamaması nedeniyle, uluslararası sistemde yerel ağlar arasında yüksek takas komisyonları ve üye işyeri komisyonlarıyla sonuçlanması konusunda endişe duyduğu belirtilmiştir. Ayrıca, takaslardaki artışın yeni kart basımı için motivasyonu ve yenilikleri artıracığını, ayrıca kart sahiplerinin faydalarının yükselmesine yardımcı olacağı vurgulanmıştır (Grover, 2007).

Rekabet Kurulu’nun (Karar no: 05-43/602-153) kararına göre takas işlemleri Türkiye içindeki işlemler için Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından yürütülmekte olup, takas komisyonları da bu kuruluş tarafından belirlenmektedir. Takas komisyonu oranı BKM Yönetim Kurulu tarafından genel olarak yönetim kurulu üyesi bir bankanın önerisi üzerine değerlendirilmekte ve gerek görülürse değiştirilmektedir. POS’u kullanılan bankalar tarafından kabulcülere (ihraççının POS’unu kullanan banka) uygulanan takas komisyonu nedeniyle ortaya çıkan maliyeti kabulcüler de işyeri komisyonunun içinde işyerlerine yansıtabilmektedirler. Takas komisyonu oranı bütün bankalar arasında aynı oranda uygulanmaktadır. Kararda ayrıca, takas işlemlerinin, BKM gibi ortak

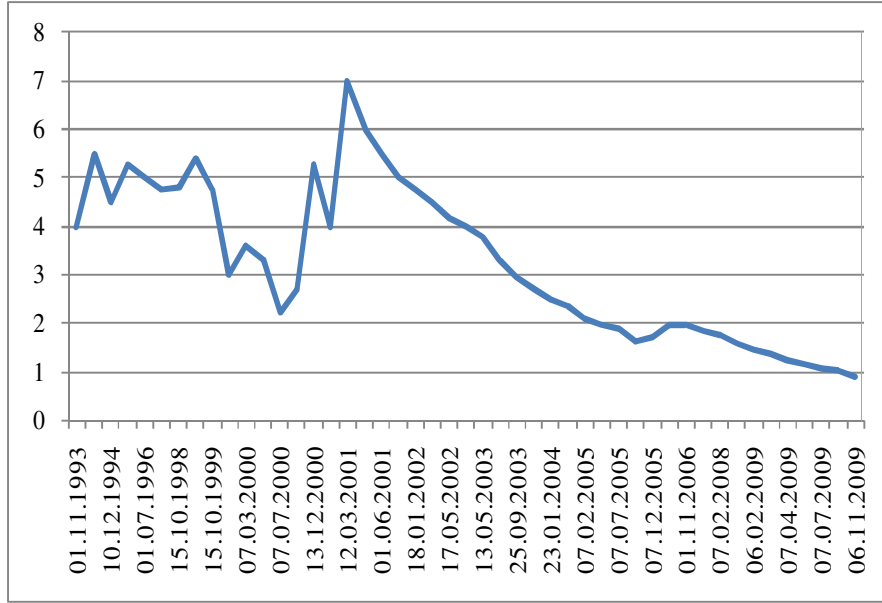
bir birim tarafından yapılmadığı durumlarda, kartlı ödeme kuruluşları tarafından yerine getirildiği ve kartlı ödeme kuruluşuyla (Visa, Mastercard vb.) bir lisans sözleşmesi imzalanması gerekmektedir. Türkiye’de kurulu bir bankanın çıkarttığı kart aracılığıyla yurtdışında yapılan harcamalar, onay ve takas işlemleri nedeniyle kartlı ödeme sistemi kuruluşu (Visa, Mastercard vb.) aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Uluslararası ortamda uygulanan takas komisyonu ise Visa ve Mastercard’ın uluslararası düzeyde tespit etmiş olduğu orana göre belirlenmektedir

Grover (2007), Rekabet Kurumları açısından takas komisyonunun değil, bu komisyonun bankalardan oluşan bir konsorsiyum tarafından belirlenmesinin asıl sorunu teşkil ettiğini belirtmiştir. Ayrıca Polonya Rekabet Kurumu (UOKIK) başkanı, ücretlerin seviyesini sorgulamadıklarını, fakat bu komisyonların bankalar arasında yapılan bir anlaşma ile belirlendiğini, bu nedenle piyasanın bağımsız olmadığını vurgulamıştır (Grover, 2007).

Kartlı işlemde kart hamilinin bankası ile üye işyerinin anlaşmalı olduğu bankanın aynı olduğu durumlarda, işlem on-us olmakta ve takas maliyeti işlemine konu olmamaktadır. Diğer yandan, borçlarını zamanında ödemeye önem veren ve kredi kartlarını bir ödeme aracı olarak kullanan (convenience) kart sahipleri, hediye puan, ödül, indirim gibi promosyon imkanlarından yararlandıkları ve genel olarak faiz ödemesi yapmadıkları için takas komisyonuna ilişkin bilgilerinin sınırlı olabileceğini ancak, söz konusu komisyonun artan rekabetin bulunduğu sektörlerde maliyetlerinin artması nedeniyle işyerleri takas komisyonu hakkındaki daha fazla bilgi edinmek isteyebileceklerdir. Ancak rekabetin etkin olmadığı sektörlerde faaliyet gösteren firmalar, diğer bir ifade ile tekeli işyerleri ise takas komisyonu maliyetinin fiyatlara yansıtılabileceği düşüncesiyle söz konusu komisyonun üzerinde durmayabilirler (Karayol 2007).

Türkiye’de 1993-2007 yılları arasında BKM tarafından belirlenen takas komisyonu oranları aşağıda yer almaktadır.

Grafik 2: Takas Komisyonu Oranı



Kaynak: BKM (Grafikte, takas komisyonu oranının değiştiği tarihler belirtilmiş olup, tarih aralıklarında farklılıklar bulunabilmektedir.)

İlave Ödeme Yasağı (İÖY-no surcharge rule)

İlave Ödeme Yasağı kuralı, alış veriş işleminin kredi kartı ile yapılması durumunda üye iş yerlerinin artan maliyeti kart sahibine yansıtmasının önüne geçen yasal bir kuraldır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da 2003 yılında yapılan değişiklik ile ilgili kanunun 10/A maddesinde "Mal veya hizmetin kredi kartı ile satın alındığı durumlarda, satıcı veya sağlayıcı, tüketiciden komisyon veya benzeri bir isim altında ilave ödemede bulunmasını isteyemez" ibaresi getirilmiştir. Böylece nakit kullanımı ile kart kullanımı arasında kart hamili açasından farklı fiyat seviyeleri oluşmaması sağlanmaktadır.

Ancak Evans ve Schmalensee'nin (1995) çalışmalarında da belirtildiği üzere işyerlerinin nakit ve kartlı alışverişlerde farklı indirim oranları uygulamalarının gözden kaçarılmaması gerekmektedir. İlave ödeme ya da bu

kapsama girebilecek uygulamaların kredi kartı kullanımını olumsuz etkileyeceği düşünülmektedir.

Wright (2003) üye işyerleri arasından yoğun rekabetin olduğu durumlarda, İÖY'nin refaha etkisinin olmadığını, dolayısıyla nakit ya da kart kullanımını sonucu fiyatın değişmemesi durumunun sosyal refaha etkisinin üye işyerleri arasındaki rekabete bağlı olduğunu belirtmiştir. Katz ise (2001) bu durumun ancak kredi kartları ile daha fazla alım yapmaları durumunda gerçekleşebileceğini vurgulamış olup, Karayol (2007) dünyada kartlı satışlardan en çok şikayet edenlerin perakendeciler ve perakendeci birlikleri olduğunu ileri sürmüştür.

Ayrıca Karayol (2007), kartlı ödeme sistemlerinde “*Tüm Kartları Kabul Kuralını*” bir kart birliğine üye olan kabulcü bankasıyla bir kartı kabul etmek üzere sözleşme imzalayan işyerinin, o kart birliğinin tüm kartlarını kabul etmesini gerektiren kural olarak tanımlamıştır. İşyerleri iki ürünü birlikte satın almaya zorlandığı için bu kural, işyerinin elini bağlama iddialarıyla çeşitli davalara konu olmuştur.

2.2 Kredi Kartı Sektöründe Rekabet ve Rekabeti Etkileyen Faktörler

Kredi kartı sektöründe rekabet ve rekabeti etkileyen faktörler fiyat ve promosyon rekabeti olmak üzere iki ana başlık altında incelenecektir. Fiyat rekabetinde daha çok kredi kartı faiz oranları üzerinde durulurken, promosyon rekabetinde taksit, hediye puan ve kampanyalar gibi rekabet faktörlerine değinilecektir.

2.2.1 Fiyat Rekabeti

Bu bölümde, fiyat rekabeti ile ilgili uluslararası uygulamalarda karşılaşılan finansman maliyeti, tüketicinin kredi kartı araştırma ve değiştirme maliyeti, irrasyonel davranışları gibi faktörler kullanılarak kredi kartı faiz oranlarındaki katılık üzerine literatürde yer alan değerlendirmelere ve ülkemiz uygulamasına yer verilecektir.

Kredi kartlarında fiyat rekabetinin daha çok borcunu zamanında ödemeyerek faiz ödemek zorunda kalan (revolver) müşterileri ilgilendirdiği, promosyon rekabetinin ise borcunun vaktinde ödeyen (convenient) müşteriler açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Uluslararası çalışmalarda, kredi kartı sistemindeki rekabeti açıklamak amacıyla temel olarak finansman maliyeti üzerinde durulmuş olmakla birlikte, farklı veri setleri ve varsayımlarla ekonometrik modeller oluşturulmuştur. Bu kapsamda Ausubel (1991) tarafından hazırlanan çalışmada, FED tarafından açıklanan ve bankalarla periyodik olarak yapılan anketler sonucu elde edilen kredi kartı faiz oranları ile yazar tarafından sistemde etkili 58 banka ile yapılan anket sonucu elde edilen veriler kullanılarak, katı kredi kartı faiz oranları incelenmiştir. Finansman maliyetinin, faiz oranlarını belirlemedeki temel faktör olması nedeniyle, söz konusu çalışmada maliyet değişkeni (finansman maliyeti) olarak bir yıllık hazine bonusu faiz oranı + 75 baz puan, ayrıca diğer bir değişken olarak önce dönem kredi kartı faiz oranı kullanılmıştır. Finansman maliyetinin, istatistiksel olarak anlamlı olmasına rağmen, fiyata yansımalarının uzun zaman alması nedeniyle, ekonomik olarak anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kredi kartı faizindeki katılığın önüne geçmek için kredi güvenilirliği daha az olan müşterilerin kart kullanımına yönlendirildiği ve kredi kartları piyasasında fiyat rekabeti olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Söz konusu model Aysan ve Muslim (2007) tarafından Türkiye için üç aylık kredi kartı faiz oranı (bileşik) ile test edilmiş, finansman maliyeti olarak gecelik (O/N) faiz oranı kullanılmıştır. Çalışmada Ausebel'i destekleyecek şekilde, kredi kartı faiz oranının belirlenmesinde finansman maliyetinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ancak, etkileme gücünün yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca, Hsing 1991-1998 dönemine ait FED (Federal Reserve Bank) faizinin kredi kartı faiz oranlarına etkilerini inceleyen bir model oluşturmuş, CRWD testi iki değişken arasında eşbütünleşme olmadığını ve kredi kartı faiz oranlarının gecikmeli değerlerine de önemli ölçüde bağlı olduğunu vurgulamıştır.

Ayrıca, yazar aslında beklenildiğinin aksine FED faiz oranlarındaki düşüşün kredi kartlarını ne kadar etkilediğinin belirsiz olduğunun ve bu durumun sistemdeki rekabetin yeterli olmadığına ışık tuttuğu sonucuna ulaşmıştır.

Hsing, Gibson, Lin, ve Wallace (2003)'ın 1991Ç2-2000Ç4 yılları arasında kredi kartlarında temerrüde düşme oranı, kredi kartları borcu, finansman maliyetleri değişkenlerine ek olarak FED faiz oranı veya kredi faiz oranı değişkenlerini kullanarak bunların ayrı ayrı kredi kartı faiz oranlarına etkilerini inceleyen logaritmik regresyon yöntemiyle bir model oluşturmuş, esnekliğin çok küçük olmasına rağmen, federal fon oranının kredi kartı faiz oranını etkilediği sonucuna ulaşmıştır. kredi faiz oranı ve finansman maliyetlerinde anlamsız bir sonuca ulaşılmış, bu iki değişkenin de kredi kartı faiz oranlarını etkilemediği tespit edilmiştir.

Bertaut ve Haliassos (2005) ise Amerika'da "Survey of Consumer Finances"'in 1983-2001 yıllarına ait sonuçlarından faydalanarak demografik gruplar itibarıyla kredi ve banka (ATM) kartı sahipliği ve kullanımına ilişkin trendleri incelemiştir. Yazarlar, çalışmalarında kredi kartı faiz oranlarının, kart kullanıcılarının (özellikle araştırma ve değiştirme masrafları kaynaklı) faiz oranlarına kayıtsız olmaları nedeniyle kredi kartı piyasasındaki rekabete duyarlı olmadığını belirtmişlerdir.

Chakravorti ve Emmons (2001) kart kullanıcılarını risk seviyelerine göre likit ve likit olmayan (kredi kartı kullanımına daha çok yönelen) müşteriler olmak üzere ikiye ayırmıştır. Kredi kartı işlemlerinden dolayı üye işyerinin katlandığı bir maliyet olması nedeniyle nakit satışlarda, likit tüketiciler daha düşük fiyat opsiyonuna sahip olmakta, likit olmayan tüketiciler kredi kartını kullanmak zorunda kalmaktadırlar.

Johnson (2005), kredi kartı faiz oranlarının 1990'ların ortalarından önce fon maliyetlerindeki değişikliklere karşı duyarsız olduğunu ve bir çok yazarın fon maliyetleri düştüğünde, kredi kartı çıkaran kuruluşların kâr getirmeyen müşterilere

hitap etmemek amacıyla faiz oranlarını düşürmediklerini ileri sürmüştür. Ayrıca yazar, savını kanıtlamak için Ausebel (1991) tarafından ortaya üç temel müşteri tipine değinmiştir. İlk tip, kredi kartını sadece günlük harcamalar için bir ödeme aracı olarak kullanan ve borcunu zamanında ödeyen, borç bakiyesi taşımayan müşterilerdir. İkinci tip, kredi kartını bir kredi aracı olarak kullanan ve bakiye taşımayı planlayan müşterilerdir. Üçüncü tip ise, kredi kartını uzun dönemde bir kredi aracı olarak kullanmayı planlamayan ancak bakiye taşınması muhtemel müşterilerdir.

Birinci ve üçüncü tip müşteriler taksitlerini vadesinde ödeyecekleri ve böylece faize maruz kalmayacakları için daha düşük bir faiz oranı öneren karta geçmeyecek, sadece faiz ödeyeceğini bilen müşteriler kartını değiştirecektir. Taksitlerini, borçlarını vadesinde ödemeyecek ve böylece faiz yüklenecek müşteriler, ilk tip müşterilere göre yüksek temerrüt oranından dolayı bankalar açısından daha az kârlı ise kart çıkaran kuruluşlar faiz oranlarını düşürmeye isteksiz olacaklardır.

İkinci teori ise Calem, Gordy ve Mester'ın (1995) çalışmalarından yararlanarak, yapışkan faiz oranlarını, en çok kâr getiren müşterilerin araştırma ve kart değiştirme maliyetlerine katlanan müşteriler olduğunu iddia ederek açıklamaktadır. Bu argümana göre yüksek borç bakiyeli müşteriler en fazla kâr getiren müşterilerdir. Fakat bu müşteriler sabırsız olduklarından muhtemelen daha düşük faiz öneren bir kredi kartı için araştırma yapmayacaklar ve zaten yüksek borçları nedeniyle yeni kart için başvurduklarında muhtemelen reddedileceklerdir. Böylece, bu faktörler bir kart kuruluşunun faiz oranlarını düşürdüğünde portföyündeki müşterileri daha düşük kâr getiren müşterilere dönüştüreceğini göstermektedir.

Bir diğer teoride ise kredi kartı faiz oranlarının yapışkan olduğunu çünkü, kredi kartı borçlularının fon maliyetleri düştüğünde kredi kartlarını diğer çeşit kredilere çevirdiklerini öne sürülmektedir (Brito ve Hartley, 1995). Ülkemizde de son dönemde rastlanan bu duruma göre yüksek kredi kartı borç bakiyesi taşıyan

müşteriler tüketici kredisi ve ihtiyaç kredisi gibi faiz oranı daha düşük olan kredi türleri ile kredi kartı borçlarını kapatma ya da borçlarını yapılandırma yöntemini seçmektedirler.

Söz konusu müşteri kaybına bir tepki olarak kart kuruluşları riskli hanehalkına, yüksek temerrüt olasılığından dolayı, yüksek faiz oranlarıyla kredi kartlarını vermişlerdir. Kredi kartı müşterilerinin yapısındaki bu değişim düşük fon maliyetlerinin etkilerini dengelemiş, kredi kartı faiz oranları fon maliyetleri ile birlikte düşmemiştir.

Stango (2000) diğer yandan, 1991'den itibaren sabit kredi kartı faizinin yanında değişken faizlerin de kullanılmaya başlanması ve banka maliyetinin farklılaşması nedeniyle, sistemin bu ayrıma gidilerek değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Zywicki (2004) Amerika'da kredi kartı faiz oranlarının 1992-1994 arasındaki kısa dönemde 2,5 puanlık bir düşüşle yüzde 18,23'ten yüzde 15,77'ye gerilediğini ve bu düşüşte rekabet ve tüketici talebinin etkili olduğu belirtilmiştir. 1990'lardan önce kredi kartı rekabeti, kredi kartı yıllık ücretinden feragat etmekten ve özellikle borcunu zamanında ödeyen (convenient) müşterilere hitap ederek kredi kartı programlarının geliştirilmesinden ibaret olduğu belirtilmiştir. Bu dönemden sonra ise faiz oranı rekabeti daha önemli bir rol oynamış ve piyasa payı en yüksek bankaların neredeyse tamamı da dahil bir çok kart çıkaran kuruluş 1980'ler ve 1990'ların başında genellikle yüzde 18, yüzde 19 düzeyinde sabit kalan faiz oranlarını düşürmüşlerdir.

Ausubel (1991) kredi kartı faiz oranlarının sadece yapışkan olmadığını, özellikle "yüksek" oranlarda yapışkan olduğunu iddia etmektedir. Ausubel'in argümanı kredi kartı faiz oranlarının fon maliyetleriyle uyumlu bir şekilde hareket etmesi gerektiği iddiasına dayanmakta, 1982 sonrasında olduğu gibi fon maliyetleri düştüğünde kredi kartı faiz oranlarının düşmemesi kredi kartı çıkaran kuruluşların çok büyük kârlar elde ettiğinin kanıtı olarak değerlendirilmektedir.

Kredi kartı faiz oranlarının bu yapışkanlığını kredi kartı operasyonlarının arz tarafından açıklayan önemli bir dinamik bulunmaktadır. Aşağıda ortaya konulan iki faktör,

1. Kredi kartı maliyetlerinde, fon maliyetlerinin diğer tüketici kredilerine göre daha küçük bir kalem olması nedeniyle, kredi kartı faiz oranlarının fon maliyetlerine duyarlılığının diğer tüketici kredilerine göre daha düşük olması gerekliliği,
2. Kredi kartı faaliyetlerinin diğer kredi türlerine göre taşıdığı riskin daha yüksek olması,

kredi kartı faaliyetlerini diğer tüketici kredilerinden ayırmaktadır (Zywicki, 2004).

Debelle (2004) hanehalkının borçluluğu ve makroekonomi üzerine yaptığı çalışmada daha yüksek borç / gelir oranının hanehalkının şoklara karşı daha duyarlı olması sonucunu doğuracağı, değişken faizli kredilerin politika faiz oranlarına daha duyarlı olduğu hatta birebir değiştiği değerlendirmesini yapmıştır.

Ausebel (1991) sistemde rekabetin önüne geçen nedenler arasında tüketicilerin faiz oranlarına duyarlılıkları, değişim maliyeti, araştırma maliyeti ve rasyonel olmayan tüketici davranışları üzerine yaptığı değerlendirmelerde, borcunu zamanında ödeyen tüketiciler ve ödemeyenler (revolver) arasındaki davranış farklılıklarına yer vermiştir. Ayrıca müşterilerin araştırma ve başka kart kullanımına geçişleri nedeniyle ortaya çıkacak maliyeti ve zamanı göz önüne alarak rekabeti etkiledikleri, ancak gelişen teknoloji ile araştırma maliyetinin düşmesi ve değişken faiz oranları sayesinde 1990'larda bu alanda rekabetin artmaya başladığını belirtmiştir. Ancak, Berlin ve Mester (2004) bankanın marjinal maliyeti, üretimi, karlılığı, araştırma yapan her bir müşterinin faiz oranını incelediği banka sayısı gibi değişkenleri kullanarak müşteri davranışları, araştırma (search) maliyeti ve kredi kartı faiz oranı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma sonucunda ise kart kullanıcısının kredi kartı araştırması yapması üzerine

oluşturulan modeller, kredi kartı sisteminde yapılacak düzenlemelerin rekabet artışıdaki desteğinin sınırlı kalacağını ortaya koymuştur.

Kart değişim maliyeti (switch cost) üzerine araştırma yapan Calem ve Mester (1995) yüksek bakiye taşıyan kart kullanıcılarının başka bir karta geçmek istediklerinde geri çevrilme ya da daha düşük bir kredi limitine maruz kalma olasılıklarının, kart değiştirme maliyetini artırdığı ve zorlaştırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, kredi riskiyle ilgili olarak kart değiştirmek isteyen kullanıcıların kredi riskine ışık tutmak amacıyla mevcut kredi kartı maliyetlerinin kullanılabileceği de belirtilmiştir.

Calem, Gordy ve Mester (2005) kart pazarındaki büyümenin gelişen kredi takip süreci ve artan rekabete bağlı olduğu, aynı zamanda kredi kalitesindeki kötüleşmenin ise artan rekabet nedeniyle kart çıkaran kuruluşların kredi güvenilirliği düşük olan müşterilere kullandırdıkları kredilerde artışa neden olduğunu vurgulamıştır. Aynı çalışmada ortalama kredi kartı faizinin 1992’de yüzde 18’den düzenli olarak 2004’te yüzde 12,5’e düştüğü ve bu durumun kredi kartı sektöründeki rekabetten kaynaklandığı belirtilmiştir. Ancak kredi kartı faiz oranları ile diğer piyasa faiz oranları arasındaki marj, pazardaki rekabet ile açıklanamamıştır. Ayrıca faiz oranına duyarlılıkla ilgili olarak çalışmada kredi kartını sadece bir ödeme aracı olarak görüp, zamanında ödeme yapan kullanıcıların yıllık ücrete ve parasal olmayan diğer faydalara duyarlı oldukları hipotezi ekonometrik bir modelle açıklanmaya çalışılmış ve borcunu zamanında ödeyenlerin, faiz oranına göreceli olarak duyarlı olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bunlara ek olarak, banka değişimi için bilgi edinmede yaşanan sorunların, araştırma yaparak düşük faiz oranlı kredi kartı elde etmelerinin önüne geçtiği vurgulanmıştır.

Chakravorti ve To (2007) kredi kartı ağını (müşteri, üye işyeri ve kart çıkaran kuruluş olarak) inceleyen bir model oluşturmuş ve ilk olarak, kart çıkaran kuruluşun fon maliyetinin çok yüksek olmadığı, üye işyerinin kâr marjının oldukça

yüksek olduğu, işyerlerinin kredi kartlarını kabul ettiği ve müşterilerin pozitif bir temerrüt olasılığına maruz kaldıkları sonuçlarına ulaşmıştır.

Banka bazında rekabet açısından bakıldığında ise kredi kartı sisteminde bankaların asıl geliri borcunu zamanında ödemeyen kart sahiplerinden elde ettikleri görülmektedir. Böylece, kredi kartı faiz oranlarını diğer bankalara göre düşük tutan bir bankanın yüksek riskli, ancak daha fazla gelir getiren müşterilere cazip gelebileceği düşünülmektedir.

Kelly ve Reilly (2005), sistemdeki rekabeti açıklamak amacıyla rekabeti ölçmek için kullanılan iki temel endeks olduğunu belirtmişlerdir. Öncelikle, CR-4 olarak adlandırılan model dört büyük firmanın pazar paylarının toplamıyla elde edilen dört şirketin yoğunlaştığı bir modeldir. Hirshmann Index (HHI) olarak bilinen diğer yöntem ise her bir şirketin pazar payının karesinin toplamı ile hesaplanmaktadır. Piyasanın göreceli olarak eşit pazar payına sahip birçok şirketten oluşması durumunda bu endeks düşük çıkacaktır. HHI'nin sifıra yakın olması tam rekabetçi piyasaya, 10,000'e yakın olması ise tam tekelci piyasaya işaret etmektedir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, İrlanda'da kredi kartı sektöründe yoğunlaşma olmasına karşın, yeni kart sağlayıcılarının da piyasaya girmesiyle son dönemlerde rekabetin arttığı ortaya konulmuştur. Karayol (2007), çalışmasında Merrill Lynch tarafından 2004 yılında hazırlanan CR4 modeline yer vermiş ve ülkemizde en büyük 4 bankanın oldukça yüksek bir paya sahip olduğunu, bu nedenle Bankalararası Kart Merkezi (BKM) Yönetim Kurulu'nda da yer alan bu bankaların piyasada oldukça etkili olduğunu belirtmiştir. Raporda, en büyük 4 bankanın toplam pazar payının [CR4] 2000 yılında yüzde 55, 2002 yılında yüzde 63 olduğu belirtilmektedir.

Ausebel (2000) bireysel iflaslar üzerine yaptığı bir çalışmada, iflas krizlerinin kendiliğinden düzeldiğini belirtmiş ve kredi verenlerin kullanılmak istedikleri kredi tutarını kullanıcıların risklilik derecelerine göre belirlediklerini açıklamıştır. Çalışmanın gerçekleştirildiği dönemde kredi kartı faiz oranı yüzde 15 iken, fonlama maliyetinin yüzde 6,5 olduğu ve aradaki marjın kart çıkaran

kuruluşların nispeten daha riskli müşterilere kredi vermeleri nedeniyle elde ettikleri kârlılığı yansıttığı belirtilmiştir.

Guariglia ve Loke (2004)'ın nakit olmayan işlemlerin promosyonu ve sayısı üzerine yaptıkları çalışmada geçmiş alışkanlıkların, nakit olmayan alışverişleri artırdığı, ayrıca söz konusu alışkanlıkların çek işlemlerinin tutarı üzerindeki etkisinin kartlı işlem tutarından daha fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Kelly ve Reilly (2005) çalışmasının kullandığı verilere göre İrlanda'da faize duyarlı olmayan tutarın, toplam kredi kartı kullanımına oranı 2002-2004 döneminde ortalama yüzde 30 olduğu ortaya konuşmuştur. Bu çalışma kapsamında kullanılan veri setine göre 2004 yılının ilk iki ayında kurumsal kredi kartı sayısında ciddi bir düşüş yaşanmış, bu durum rasyonel bir mantıkla maliyet bilincindeki artış ve hiç kullanılmayan ya da düşük meblağlar ile kullanılan kartların iptal edilmesi ile açıklanmıştır.

Ausebel (1991) çalışmasında, araştırma ve değiştirme maliyetlerinin yaygın olmasına ilişkin aşağıdaki 5 neden sıralamıştır.

1. Hangi bankanın düşük kredi kartı faiz oranı önerdiğini belirlemek için katılan bilgi edinme maliyetleri:

Zywicky (2004), Ausubel'in müşterilerin yüksek bilgi edinme maliyetlerine maruz kaldığı savına karşı çıkmakta, bunun sorgulanması gerektiğini ifade etmektedir. Nitekim, iletişim araçlarındaki gelişmelerle birlikte, reklamın temel amaçlarından birinin müşterilerin bilgi edinme maliyetlerini azaltmak olduğu belirtilmektedir. Çalışmada, ayrıca kredi kartı pazarının doymuş bir pazar olduğu, bu reklam faaliyetlerinin çoğunun halihazırda kart sahibi olan kişilere yönelik olduğu vurgulanmaktadır. Kredi kartı sahipleri için gönderilen kart başvurularının artan rekabetle birlikte kart değiştirme maliyetlerinin (switch costs) düşmesi yönünde etkili olduğu belirtilmiştir.

Ayrıca, internet kullanımının artması ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte bilgiye ulaşmanın kolaylığı da dikkate alındığında, artık bilgi

edinme maliyetlerinin kararı etkileyecek düzeyde olmadığı düşünülebilir. Türkiye için BDDK'nın web sitesinde faaliyet gösteren bankaların tüm kartlarının özelliklerinin belirtildiği “Kredi Kartı Bilgileri” bölümü buna güzel bir örnektir⁴.

2. Yeni bir kart başvurusu yapmak için katlanılan zaman, enerji ve duygusal maliyetler (ve sonunda reddedilme olasılığı):

Kart çıkaran kuruluşların, müşteri açısından başvuru maliyetlerini en aza indirmeleri, posta yoluyla gönderilen başvurular Ausubel'in iddiasının aksine günümüzde kredi kartı sahibi olmayı çok kolay bir hale getirmiştir.

3. Kart ücreti yıllık olarak alındığı için, kart değiştirildiğinde hem eski kart, hem de yeni kart için ücret ödeme olasılığı:

Ausubel'in kart ücreti yıllık olarak alındığı için, kart değiştirildiğinde hem eski kart, hem de yeni kart için ücret ödeme olasılığına ilişkin tespiti Amerika'da yıllık kart ücretinin kalkmasıyla birlikte geçersizdir. Ancak, Türkiye için bu maliyet hâlen tüketicinin tercihini etkileyebilecek bir unsur olarak görülebilir.

4. Bir bankanın kartının uzun bir dönem için kullanılmasının kişiye daha yüksek bir kredi notu veya kredi limiti sağlayabileceği düşüncesi:

Ausubel (1991) bir bankanın kartı uzun bir dönem için kullanıldığında kişiye daha yüksek bir kredi notu veya kredi limiti sağlayabileceği düşüncesinin bulunduğunu tartışmaktadır. Diğer yandan, Zywicki (2004), bir müşteri kartını değiştirdiğinde kısa dönemde kredi limitinde bir miktar düşüş olabileceğini, ayrıca rasyonel davranan bir kredi kartı sahibi kullandığı kartın kalitesinden memnun olduğu sürece denenmemiş bir karta geçmeye isteksiz olacağını belirtmiştir. Fakat kullanılan kart yüksek kalitede bir hizmet sağlıyorsa müşterinin yeni kartı reddederek bir refah kaybına uğrayıp uğramayacağını sorgulanabilir olduğu vurgulanmıştır.

⁴ <http://www.bddk.org.tr/bankabilgileri/kredibilgileri.aspx>

5. Başvuru yapıldığı ve kartın alınıp kullanılmaya başlanacağı zaman arasındaki uyumsuzluk:

Ausubel kart değiştirme ve araştırma maliyetine ilişkin olarak başvuru ve kartın alınıp kullanılmaya başlanacağı zaman arasında bir uyumsuzluk bulunduğunu ifade ederken, Zywicki (2004) günümüzde bir kredi kartı için başvurulduğunda en geç birkaç hafta içerisinde kart sahibine ulaşmakta olup, zaman uyumsuzluğu aslında çok kısa olduğunu belirtmiştir. Diğer yandan, bu uyumsuzluğun pratik olarak bir problem olup olmadığının belli sorgulanabilir olduğunu ve birçok insanın iki veya daha fazla kredi kartı olduğundan artık kart değiştirmenin çok kolay olduğu vurgulamıştır.

Sonuç olarak, Zywicki (2004), Ausubel'in (1991) hem araştırma (search costs) hem de kart değiştirme (switch costs) maliyetlerinin yaygınlığı yönündeki iddiasının günümüz şartlarıyla uyuşmadığını, piyasanın yeni katılımcıları, yeni müşterileri çekebilmek için bu engelleri kaldırdığını belirtmiştir.

Office for Fair Trade (OFT) ise kredi kartı kullanıcılarının kart seçimi konusundaki davranışlarını değerlendirmek amacıyla bir anket uygulamış olup, bu sonuçlara göre örneklemin yüzde 30'unun kredi kartı araştırması ve karşılaştırması yaptığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca kart seçiminde kullanıcılarının çoğunun APR ya da diğer maliyet faktörlerine dikkat etmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Aysan (2007) ise, yüksek kart değiştirme maliyetlerini Türkiye'deki yüksek kredi kartı faiz oranlarının potansiyel nedenlerinden biri olarak analiz etmiştir. Söz konusu çalışmada kart çıkaran kuruluşların piyasa payları kart faiz oranlarıyla birlikte analiz edilerek kart değiştirme maliyetlerinin yoğunluğu bulunmaya çalışılmıştır. Çalışmada 2002-2004 döneminde ardışık 3 yılın ortalamasında en yüksek faiz oranları piyasanın lider bankasına ait olduğu belirtilmektedir. Bu sonuç, Türkiye'de yüksek kart değiştirme maliyetlerini yüksek kredi kartı faiz oranlarının potansiyel nedenlerinden biri olarak gören senaryoyu desteklemektedir.

2.2.2 Promosyon Rekabeti

Promosyon rekabeti konusunda literatürün sınırlı kalmasına karşın, bu çalışmada Türkiye’de kredi kartı sektöründe promosyonlar, taksitlendirmeler kısacası parasal olmayan araçlarla bankaların pazar paylarını artırmaya çalışmaları eğilimleri üzerinde durulacaktır.

Kredi kartı sistemlerine giriş kartlı ödeme ağlarında rekabeti etkileyen önemli unsurlardandır. Economides (1995) daha önce de değinilen dörtlü sistemlerde üye işyerlerinin müşteri için diğer üye işyerleriyle, anlaşma yapan kuruluşların kendi aralarında ve kart çıkaran kuruluşların yine müşteriler için başka kart çıkaran kuruluşlarla rekabet hâlinde olduğunu vurgulamıştır.

Karayol (2007) kartlı ödeme sistemlerinde fiyat-dışı rekabet uygulamalarını, sistemlere erişim, sistemlerdeki münhasırlık uygulamaları ve işyerleri tarafından sistem kartlarının tamamının kabul edilmesine yönelik sistem kuralları olarak incelemiştir. Ayrıca yazar çalışmada, , etkili bir ödeme ağı kurmanın yüksek sabit maliyeti olması nedeniyle ödeme kartlarının diğer birçok endüstriden farklılaştığını da belirtmiştir. Türkiye’de ise fiyat dışı rekabet konusunda, tek ağ işleticisi BKM olup, bu nedenle üyelik koşulları önem arz etmektedir. Ayrıca taşırken, diğer kartlı ödeme sistemleri de olduğu gibi çeşitli üyelik kriterleri bulunmaktadır.

Ülkemizde fiyat dışı rekabetin işleyişini açıklamak amacıyla öncelikle kredi kartı sisteminde uygulamada yaşanan fiyat dışı özelliklere değinilecektir. Fiyat rekabeti altında incelenen kredi kartı faiz oranlarının dışında ülkemizde yaygın olarak görülen taksit ve ödül puan uygulamaları önemli promosyon çalışmalarındandır.

Ülkemizde kredi kartı sektöründe etkin olarak yer alan ilk altı bankanın pazar hakimiyeti Aralık 2007 itibariyle yüzde 86,4’tür. Kart çıkaran kuruluşların yani bankaların yoğun bir şekilde uyguladıkları taksit olanakları dikkat

çekmektedir. Genel olarak 12 aya kadar olan taksit uygulamaları bazı bankalarda sektöre bağı olarak artabilmektedir.

Kredi kartı kullanılarak yapılan alışverişlerde üye işyerinin satış tutarını tahsilinde üç tür ödeme şekli mevcuttur. Öncelikle taksitli alışverişlerde üye işyeri satış tutarını ertesi gün tahsil etmek isterse, taksit tutarına göre artan bir iskonto oranına maruz kalarak satış tutarını hesabına aktarabilmektedir. Diğer yandan, banka tarafından belirlenen bloke dönemlerine uyarak taksit dönemlerinde taksit tutarının tamamının hesabına aktarılmasını sağlayabilmektedir. Taksitli ödemelerin dışında tek ödemeli işlemlerde ise yine bankaya göre değişen bloke gün sayısı ya da iskonto oranı belirlenmektedir (Y. Güngör, 2010).

Müşterinin kredi kartı kullanımında son ödeme tarihinden önce borcunu ödemesi durumunda katlandığı maliyet yıllık ücret, üyelik bedeli olmaktadır. Ayrıca taksitli alışverişler sonucu vade imkanlarından yararlanılabilmektedir. Vade farkının fiyatlar üzerinden müşteriye yansıtılmaması durumunda vade farkından kaynaklanan maliyete banka ve/veya üye işyeri katlanmaktadır.

Kart çıkaran kuruluşlar kredi kartı markalarının kullanımını artırmak amacıyla başka kuruluşlarla da promosyon çalışmaları yapmakta olup, böylece müşteri sadakatini artırmaya çalışmaktadırlar. Ayrıca kart ile yapılan harcamalar, nakit çekim ile hediye puan uygulaması ülkemizde sistemdeki bir çok bankada mevcuttur.

Mann (2005) kredi kartı politikalarına ilişkin çalışmasında kredi kartı ödül programlarının (kart harcamalarından kazanılan ödül, puan, uçuş mili ve sağlanan diğer tüm maddi imkanları içeren programlar) sektörün büyümesindeki katkısını aşırı önem atfetmenin zor olduğunu, ancak 2000 yılından bu yana Amerika'da bu tarz kartların piyasa payının yüzde 10'dan yüzde 25'e çıktığını, standart kartların piyasa payının ise yüzde 57'den yüzde 36'ya gerilediğini belirtmektedir. Sektör için asıl dikkat çeken husus, ödüllü bir kartla yapılan aylık ortalama harcamanın

943 USD olmasına karşılık, ödül içermeyen kartlarla 360 USD tutarında harcama yapılıyor olmasıdır.

Frankel (1998) ise fiyat dışı rekabetin ABD kredi kartı piyasasında çok gözlenen bir durum olduğunu, bu rekabetin sadece uçuş mili ve nakit indirimi şeklinde değil, kart çıkaran bankalar tarafından müşterilere gönderilen talep formlarının artması yoluyla da gerçekleştiğini belirtmektedir. Kart çıkaran kuruluşlar 2004 yılında ABD hanehalkına yaklaşık 5,25 milyar adet talep formu göndermişlerdir. Bu yöntemle alınan sonuç ise yalnızca yüzde 0,4'e oranında gerçekleşmiştir. Hanehalkının (kredilendirilebilir olanların) çoğunun Mastercard veya Visa kartı zaten bulunmaktaydı.

Durukan, Elibol ve Özhavzalı (2007) ise araştırmalarında, tüketicilerin, kredi kartında taksit uygulamasının harcamalarını önemli ölçüde artırdığı düşüncesine katıldığını tespit etmişlerdir. Çalışmada kullanılan anket sonuçlarına göre tüketicilerin yarısı kredi kartı ile alışverişlerde taksit, reklam ve diğer promosyon (bonus/chip para gibi) araçlarının rolünün “oldukça etkili” olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, reklamların ve çeşitli promosyonların tüketiciye satın alma yönünde motivasyon sağlayan nedenler arasında olduğu ve kart sahiplerinin ödeme güçlerine göre tüketimlerini artırdıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra kimi durumlarda kred kartı sahiplerinin gelir düzeylerinin üzerinde harcama yaptıkları vurgulanmıştır. Bu kapsamda kredi kartı kullanımı nedeniyle oluşan borcun ödenmemesi durumunda karşılaşılabilecek sorunların kredi kart formlarında yazılı olmasına karşın sözlü olarak da ifade edilmesinin gerekliliği yazarlar tarafından vurgulanmıştır.

Ayrıca, Eylül 2006'da US. Government Accountability Office tarafından yapılan açıklamada bankaların bilgi verme yükümlülükleri çerçevesinde müşterilere verdikleri dokümanların kolay anlaşılır olmaması nedeniyle müşterinin kartı kullanmanın maliyetleri konusunda bilgi edinebilmesini olumsuz etkilediği belirtilmiştir.

Türkiye’de kredi kartı pazarında promosyon rekabetinin önemli unsurlarından bazıları da yoğun reklam kampanyaları, bonus ve para puan uygulamaları, ürün çeşitliliği-uçuş milleri v.b., yıllık ücretin düşürülmesi veya alınmaması ve çeşitli vade imkanlarıdır. Ayrıca, bankalar işlem hacmi açısından büyük şirketlerle küçük şirketleri ayırıştırıp, hem komisyon oranları hem de taksitlendirme açısından farklı imkanlar sunarak rekabet edebilmektedirler. Bu çerçevede, bankaların büyük kuruluşlar ile küçük bir mağaza için sundukları kredi kartı uygulamalarının farklılık gösterebilmektedir.

Benzer şekilde bankalar sektörlerin çeşitli özelliklerini göz önünde bulundurarak, farklı sektörler için sektöre uygun seçenekler geliştirmektedirler. Örneğin; daha önce senet kullanımının yaygın olduğu beyaz eşya ve mobilya gibi sektörlerde taksitlendirme uygulamaları ön plana çıkarken, akaryakıt gibi ülkemizde kartlı ödemelerin sıkça kullanıldığı ürünlerin homojen olduğu piyasalarda üye işyerlerine uygulanan komisyonlarda rekabet söz konusu olabilmektedir. Tekstil gibi her iki özelliğin de görülebildiği sektörlerde ise hem vade, hem de iskonto olanakları sağlamaktadır. Sektörler arası farklılıkların ortaya konulması için firma ve kampanya bazında inceleme yapılması gerekmektedir. Diğer yandan, bankaların aynı holding içerisinde yer alan şirketlere daha avantajlı kampanyalar ve komisyon oranları sunmaları nedeniyle rekabetin etkilendiği kabul edilmektedir.

Reklam harcamalarının, borcunu zamanında ödeyen müşterilere (convenience) yönelik olduğu düşünülse de, bankalar için çok daha kârlı olmaları nedeniyle bu reklamların borcunu zamanında ödemeyerek faiz ödemek zorunda kalan müşterileri (revolver) hedeflediği de söylenebilir. Nitekim, bankaların borcunu zamanında ödemeyen müşterilerin (revolver) riskinin fazla olmasına karşın, bu kullanıcılardan elde ettikleri faiz gelirleri ile getirilerini artırdıkları göz önünde bulundurulmalıdır.

Türkiye’de kredi kartı pazarının hızlı bir şekilde büyüdüğü dikkate alındığında, bu pazardan pay almaya çalışan bankalar farklı stratejiler

geliştirmektedirler. Bu çerçevede, günümüzde kredi kartı pazarındaki gelişmelerden bir tanesi de pazarda küçük bir paya sahip olan bazı bankaların büyük pazar payına sahip olan bankaların kartlarını pazarlamalarıdır.

3. Sonuç

Dünyada ve Türkiye’de kredi kartlarına ilişkin literatür incelendiğinde kredi kartı sisteminin genel yapısını ve fiyat rekabetini anlatan çok sayıda çalışma bulunmasına karşın, promosyon rekabetini detaylı bir şekilde anlatan çalışmalar sınırlı kalmaktadır. Oysa Türkiye’de kredi kartı sektöründe promosyonlar ve taksitlendirmeler gibi parasal olmayan araçların rekabetin temel araçları olarak kullanıldığı dikkate çekmektedir.

Ayrıca, fiyat rekabeti konusunda faizlerin yüksek olmasının kredi kartı kullanımını azaltmadığı düşünülmekte, böylece kredi kartı pazar paylarını artırmak isteyen bankalar arasında yoğun bir promosyon rekabeti yaşandığı görülmektedir. Fiyat rekabetinde sadece borcunu zamanında ödemeyen müşterilere (revolver) uygulanan faiz oranları değil, üye işyerlerine uygulanan komisyon oranları da önem teşkil etmektedir. Kredi kartı faiz oranlarının halen yüksek seviyelerini koruması kredi kartı piyasasında bankaların faiz rekabeti yerine, faiz dışı rekabete de önem verdiklerini teyit etmektedir.

Ülkemizde, kredi kartları sisteminin özellikleri dünya uygulamalarından farklılık göstermektedir. Ülkemizdeki uygulamayla ilgili olarak Karayol (2007) çalışmasında, yakın zamana kadar yüksek enflasyon sorunu yaşayan ülkemizde, gelişen taksitli mağaza kartlarının özelliklerinin, bankalar tarafından sunulan kredi kartlarıyla birleştirilerek taksit ve ödül imkanı sunan çok markalı kartların ortaya çıktığını belirtmiştir. Kredi kartları, bankanın anlaşmalı olduğu birçok iş yerinde, taksitli/ödüllü alışveriş ve promosyon imkanı sağlamaktadır.

Piyasa faiz oranlarının düşmesi nedeniyle kaynak maliyetlerinin azalmasına rağmen, kredi kartı faiz oranlarının yapışkanlık göstermektedir. Bu durumun, kredi kartı piyasasındaki eksik rekabetten ve kredi kartı kullanıcılarının

faiz oranı değişimlerine olan duyarsızlığından kaynaklandığı düşünölmektedir. Riskli müşterilerden kaçınmak isteyen bankalar ise bu amaçla faiz oranlarında rekabete gitmeyip, promosyon rekabetine yönelmektedirler.

Sonuç olarak Türkiye’de kredi kartı faiz oranları bankaların finansman maliyetlerinin üzerinde gerçekleştiği ve piyasa faiz oranlarında görölen düşüşlere rağmen kredi kartı faiz oranlarında bir katılık bulunduğu görölmektedir.

KAYNAKÇA

- Aysan, F. Ahmet, G. İ. Kara ve L. Yıldırım (2007). Competition And Sticky Interest Rates in the Turkish Credit Card Market
- Ahlborn, C., H. H. Chang, ve D. S. Evans (2001). The Problem of Interchange Fee Analysis: Case without a Cause?. *European Competition Law Review*
- Akers, D., J. Golter, B. Lamm ve M. Solt (2005). Overview of Recent Developments in the Credit Card Industry. *FDIC Banking Review, 23, Volume 17, No: 3.*
- Ausubel, M.L. (1991). The Failure of Competition in the Credit Card Market. *The American Economic Review, 50-81.*
- Ausubel, M.L. (2000). Personal Bankruptcies Begin Sharp Decline: *Millenium Data Update. University of Meryland*
- Aysan, A. F., ve N.A. Müslim (2007). Analyzing the Competition in the Credit Card Market in Turkey with the New Emprical Evidence.
- Aysan, A. F., L. Yıldırım, A. N. Müslim, G. İ. Kara ve U. Dur (2007). Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet. *Boğaziçi Üniversitesi, Ekonomi Bölümü*
- Baxter, W.F. (1983). Bank Interchange of Transactional Paper: Legal Perspectives. *Journal of Law and Economics*
- Berlin, M. ve L. J. Mester (2004). Credit Cart Rates and Consumer Search. *Review of Financial Economics 13, 179-198*
- Bertaut, C.C. ve M. Haliassos (April 2005). Credit Cards: Facts and Theories. *CFS Working Paper, No: 2006/19.*
- Brito, D.L. ve P.R. Hartley (1995). Consumer Rationality and Credit Cards. *Journal of Political Economy.*
- Budde, S. L. (2001). Card Industry Directory 2002 Edition.
- Calem, P.S ve L.J Mester (1995). Consumer Behavior and the Stickiness of Credit-Card Interest Rates. *American Economic Review.*

- Calem, P.S., M.B. Gordy ve L.J. Mester (2005). Switching Costs and Adverse Selection in the Market for Credit Cards: New evidence. *Journal of Banking and Finance*.
- S. Chakravorti ve W.R. Emmons (2001). Who Pays for Credit Cards. *Federal Reserve Bank of Chicago Policy Studies*.
- Chakravorti, S. (2003). Theory of Credit Card Networks: A survey of the Literature. *Review of Network Economics, Vol.2, Issue 2*.
- Chakravorti, S. ve T. To (2007). A theory of credit cards. *International Journal of Industrial Organization, 25 (2007) 583–595*.
- Debelle, G. (March 2004). Household Debt and the Macroeconomy. *BIS Quarterly Review*
- Durukan, T., H. Elibol ve M. Özhavzalı (2007). Kredi Kartlarındaki Taksit Uygulamasının Tüketicinin Harcama Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma (Kırıkkale İli Örneği).
- Economides, N. (1995). Features of Credit Card Networks. *Federal Reserve Bank of St. Louis, Review November/December 1995*.
- Evans, D.S. ve R. Schmalensee (1995), Economic Aspects of Payment Card Systems and Antitrust Policy Toward Joint Ventures. *Antitrust Law Journal*.
- Recent Developments in the Credit Card Market and the Financial Obligations Ratio. *Federal Reserve Bulletin, Autumn 2005*.
- Frankel A.S. (1998). Interchange Fees in Various Countries: Commentary on Weiner and Wright.
- GAO-06-929 Credit Cards (September 2006). Increased Complexity in Rates and Fees Heightens Need for More Effective Disclosures to Consumers.
- Grover, E. (2006). MasterCard Europe: Different, But Not Better, Card Technology.
- Grover, E. (January 2007). Options Abound for Post-Spinoff Discover. *American Banker*
- Grover, E. (2007). Regulation of interchange is not the Solution. *Lafferty Councils Insider, February/ March 2007*.

- Grover, E. (2007). Card-payment Network Competition “Reduces Eurozone’s Grey Economy, *Intrepid Ventures*.
- Guariglia, A. ve Y.J. Loke (2004). What Determines The Value And Volume Of Noncash Transactions? Evidence From A Panel Of European And North American Countries, *Applied Economics*, 291-303
- Hsing, Y., J.A. Gibson, T.C. Lin ve D. Wallace (September 2003), Determinants of Credit Card Rates and Policy Implications, *International Journal of Management*, Vol.20, No:3.
- Hsing, Y. Responses of Credit Card Rates Changes in the FFR, *Southeastern Louisiana University*.
- HSBC Bank A.Ş., 2006 yılı Faaliyet Raporu, www.hsbc.com.tr
- Johnson, K. W. (Autumn 2005). Recent Developments in the Credit Card Market and the Financial Obligations Ratio, *Federal Reserve Bulletin*
- Karayol, H. (2007). Kartlı Ödeme Sistemleri. Rekabet Kurumu
- Katz, M. (2001). Reform of Credit Card Schemes in Australia II, RBA
- Kelly, J. ve A. Reilly (2005), Credit Card Debt in Ireland : Recent Trends. *Quarterly Bulletin*
- Kutukuz, D. (2003) Finansal Yeniliklerin Gelişimi, Piyasalar Üzerindeki Etkileri ve Türkiye Üzerinde Deneysel Bir Çalışma, *Muğla Üniversitesi Fethiye Ali Sıtkı Meşharet Koçman Meslek Yüksekokulu*
- Mann, R. J. (2005). Global Credit Card Use and Debt: Policy Issues and Regulatory Responses, *Express Preprint Series Paper 490*
- Office of Fair Trading (June 2007). Response to the super-complaint on credit card interest rate calculation methods by Which?, *OFT935*
- Reisoğlu, S. (2004). Banka Kredi Kartları ve Uygulama Sorunları konulu TBB Konferansı’nda yapılan sunum.
- Rochet, J. C. ve J. Tirole (2003). An Economic Analysis of Determination of Interchange Fees in Payment Card Systems.

Rekabet Kurulu Kararı, 1.7.2005 Tarih ve 153 Sayılı BKM Takas Komisyonuna ilişkin Rekabet Kurulu Kararı, <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/05-43-602-153.pdf>

Stango, V. (August 2000). Competition and Pricing in the Credit Card Market. *The Review of Economics and Statistics*, 499-508.

Wright, J. (2003). Optimal Card Payment Systems. *European Economic Review*.

Zywicki, T. J. (2004). The Economics of Credit Cards

Y.Güngör, G. (2010). Taksitli ve Peşin İşlemlerde Bankalar Tarafından Üye İşyerlerine Uygulanan İskonto Oranları. *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası*.

www.bkm.com.tr

www.bddk.org.tr

Kredi Kartı Dzenlemeleri ve Dzenlemelerin Kredi Kartı Faiz Oranları Üzerindeki Etkisi

F. Gülfem Karahan*

ÖZET

Türkiye’de kredi kartlarına ilişkin ilk bütünsel düzenleme 23 Şubat 2006 tarih ve 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile yapılmıştır. Kanunun 26 maddesi, T.C. Merkez Bankası’na bankalarca kredi kartlarına uygulanacak azami akdi ve gecikme faiz oranlarını tespit etme yetkisi vermiştir. Kanunla birlikte kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarında düşüş gerçekleşse de, bankalar kredi kartları faiz oranlarını diğer tüketici kredileri faiz oranlarına göre yüksek belirlemeye devam etmişlerdir. Bu çalışmada, Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununun, kredi kartı faiz oranlarını etkileyebileceği düşünülen maddeleri etraflıca tartışılmış ve bu maddelerin bankalara ve kredi kartı kullanıcılarına getirmiş olduğu kolaylıklar ve maliyetler incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kredi kartları, Banka, Faiz oranları, Düzenleme

JEL sınıflandırması: E400, G210, G280, L500

Credit Card Regulations and Their Effects on Credit Card Interest Rates

ABSTRACT

The first legal regulation on credit cards in Turkey is Bank Cards and Credit Cards Law No. 5464 dated February 23, 2006. The Article 26th of the Law gives to the Central Bank of the Republic of Turkey the duty of determination of the maximum contractual interest rate and maximum default interest rates applied on credit cards. Together with the Law, decrease in the credit interest rates was achieved but banks still tend to determine higher credit card interest rates than those of consumer credits. In this research, some articles, which are related with credit card interest rates, are discussed and cost-benefit analysis of these Articles with respect to issuers and card-holders is examined.

Keywords: Credit cards, Banks, Interest rates, Regulation

JEL classification: E400, G210, G280, L500

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye ▪ KARAHAN: gulfem.karahan@tcmb.gov.tr ▪ Çalışmada sunulan görüşler yazara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Kredi Kartı Düzenlemeleri ve Düzenlemelerin Kredi Kartı Faiz Oranları  zerindeki Etkisi

1. Giriş

Türkiye’de kredi kartlarına ilişkin ilk yasal düzenleme 1 Mart 2006 tarihinde y r rl ge giren, 23 Şubat 2006 tarih ve **5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu** ile yapılmıştır.

Ülkemizde kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, bir taraftan tüketicilere, bankalara ve işyerlerine pek çok kolaylık sağlarken, diğer taraftan kredi kartı sektöründeki sorunları da beraberinde getirmiştir. Kredi kartlarının ülkemizde 1980’lerde yoğun olarak kullanılmaya başlanması, ancak, 2003 yılına kadar hiç bir yasal düzenlemenin olmaması, ardından Mart 2003 yılında çıkartılan 4822 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 23 Şubat 1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun’a eklenen bir madde ile kredi kartlarına yasal bir dayanak oluşturulmaya çalışılması sorunların uzun yıllar ötelenmesine neden olmuştur. Nihayet 2005 yılında, kredi kartları için bir kanun hazırlığına girişilmiş ve tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerini korumak, ekonominin gereklerini de dikkate alarak finansal piyasalarda güven ve istikrarı sağlamak ve kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışmasını sağlamak amacı ile 23 Şubat 2006 tarihli ve 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanun’u¹³ kabul edilmiştir.

Türkiye’de kredi kartı kullanımını 1998 ve 2004 yılları arasında yüzde 275 oranında artırmıřtır¹⁴. Bu artış kredi kartı borularının sayısında da belirli bir artışı beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, yasal boşluğu doldurma gereksiniminin yanı sıra, gerek 4077 sayılı Kanun’la ilgili kredi kartı borularının yeniden yapılandırılması ile ilgili yasal değişikliğin gerekse 5464 sayılı Kanun’un

¹³ 1 Mart 2006 tarihinde y r rl ge girmiştir.

¹⁴ Aysan ve Yıldız,2007

yürürlüğe girmesinde, temerrüde¹⁵ düşen kredi kartı sahiplerinin içine düştüğü sıkıntı ve bankaların kredi riskini üstlenmeleri etkili olmuştur. Bankalarca Bildirimi Yapılan ve T.C. Merkez Bankası Negatif Nitelikli Kredi Kartları Sisteminde yer alan kişi sayısı 2003 yılında¹⁶ 25.552 iken, 2004 yılında 44 bine, 2005 yılında yaklaşık 123 bine yükselmiştir. 2007 yılında ise kredi kartını ödeyemeyenlerin sayısı 222 bin kişiye ulaşmıştır. 2002 yılından 2007 Eylül ay sonuna kadar kredi kartları borcunu ödememiş toplam kişi sayısı ise 587 bin kişidir (Tablo 1).

Tablo 1. Bankalarca Bildirimi Yapılan ve T.C.M.B Negatif Nitelikli Kredi Kartları Sisteminde Yer Alan Kişi Sayısı

	KREDİ KARTLARI BORCUNU ÖDEMEMİŞ KİŞİ SAYISI
2003	25.552
2004	44.322
2005	123.132
2006	155.319
2007	222.023
2008	53.396
Ocak	53.396
TOPLAM *	651.588
TÜM YILLAR **	587.422

* Bir kişinin yıl içinde bir kez sayılması durumundaki dağılımdır.

** Bir kişinin tüm yıllar içinde bir kez sayılması durumundaki dağılımdır.

Kaynak: www.tcmb.gov.tr/veriler/bankacilik_verileri

2. Kredi Kartları İle İlgili İlk Yasal Düzenlemeler ve 2003 Yılı Kredi Kartları Borçlarının Yeniden Yapılandırılması

Takibe düşen kredi kartı sahiplerinin sayısındaki ilk önemli artışın 2002 yılında gerçekleşmesi tüketici birliklerini harekete geçirmiş ve baskılar sonucunda 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'un ilgili maddeleri, 4822

¹⁵ Borcun zamanında ifa edilmemesi halidir.

¹⁶ <http://www.tcmb.gov.tr>. Çalışma 2006 Haziran'da başlatıldığı için 2003 verisi, 2006 yılında 2003 yılından kalan ödeme yapmayan kişi sayısıdır.

sayılı Yasa¹⁷ ile değiştirilerek temerrüde düşen kredi kartı borçları için bazı kolaylıklar getirilmiştir. 6 Mart 2003 tarihli ve 4822 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un Geçici 1. Maddesi'ne göre, icra aşamasına gelen veya icra takibine konu edilen kredi kartı borçları, temerrüt halindeki ana paraya, yıllık yüzde 50'yi geçmemek üzere gecikme faizi uygulanmak suretiyle 12 eşit taksitte ödenmesine olanak sağlanmıştır.

2000 yılında ayda ortalama 836 kişi kredi kartı borcu nedeniyle icralık olurken, 2001'de bu rakam 5 bin 582'ye yükselmiştir. Krizin atlatılmasının ardından 2002'de kredi kartı borcu nedeniyle ortalama ayda 2 bin 276 kişi takibe düşmüştür.¹⁸ Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın 25 Eylül 2003 tarihli basın duyurusunda¹⁹, ilgili dönem itibariyle 860 bin kredi kartı işleminin temerrüde düştüğü ve bunun yaklaşık 180 bin tüketiciye karşılık geldiği belirtilmiştir.

14 Mart 2003-14 Nisan 2003 tarihleri arasındaki 1 aylık resmi başvuru süresi içinde;

i) 180 bin tüketiciden 120 bininin geçici 1. Maddeden yararlanmak istediğini bankalara bildirdiği,

ii) 120 bin tüketiciden protokol yapanların sayısının 100 bin olduğu,

iii) Söz konusu 100 bin tüketiciden 6 aydır taksitlerini düzenli olarak ödeyenlerin sayısının ise 80 bin olduğu açıklanmıştır

Sonuç olarak; 2003 yılında 4822 sayılı Kanunla getirilen kredi kartı borcu affı ile 80 bin tüketicinin bankalarla olan kredi kartı problemlerinin çözüme kavuşturulduğu anlaşılmaktadır.

¹⁷ 14 Mart 2003 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

¹⁸ <http://arsiv.sabah.com.tr/2005/09/29/eko102.html>

¹⁹ <http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfaNo=1513>

3. 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu

4822 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un Geçici 1. Maddesi ile getirilen söz konusu af, kredi kartları ile ilgili sorunlara kısmen ve geçici bir yarar sağlamaktan öteye gidememiştir. Bu nedenle, kredi kartı piyasasını yasal bir düzenleme içine alması gereksinimi devam etmiştir. Aralık 2005 itibariyle, ödenmeyen kredi kartı borcu tutarının 1,3 milyar TL'ye ulaşması, kredi kartı borcu yüzünden ödeme güçlüğüne düşenlere her ay ortalama 30 bin kişinin eklenmesi ve kredi kartı borcunun aylık ortalama 58 milyon TL artması²⁰, kredi kartlarını yasal bir çerçeveye alınması gereksinimini zorunlu hale getirmiştir. Sonuç olarak, 01 Mart 2006 tarihinde **5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu** yürürlüğe girmiş ve kredi kartlarına oldukça kapsamlı yasal bir düzenleme getirilmiştir.

Söz konusu Kanunun getirdiği en önemli yenilik, bankaların kredi kartlarına uyguladıkları faiz oranlarının büyük farklılıklar göstermesi ve bazı bankaların sektör ortalamalarının oldukça üzerinde faiz uygulamaları nedeniyle Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na kredi kartlarına uygulanacak azami faiz oranlarını belirleme yetkisi vermiş olmasıdır. Dünya örneklerine de bakıldığında, bir dönem İtalya ve Fransa gibi bazı ülkelerin merkez bankalarının benzer objektif yaklaşımları kullandığı ve kendi temel politikaları doğrultusunda azami sınırları belirledikleri görülmektedir.

5464 Sayılı Kanun'un 26. maddesi 3. fıkrası gereğince Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na verilen görev, serbest piyasa şartlarına aykırı olarak faiz oranlarına doğrudan müdahale etmek yerine, ortalama faiz oranlarının çok üzerinde kalan kredi kartları faiz oranı uygulamalarının önlenmesi, finansal istikrar hedefi doğrultusunda söz konusu pazardaki gelişmelerin yakından izlenmesi ve faiz oranlarının piyasa dinamikleri içerisinde dengeye gelmesinin sağlanmasıdır.

²⁰ Bireysel ve kurumsal kredi kartları toplamı. BDDK ve TCMB.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun 26/3. maddesi hükmü ile kendisine verilen görevin yerine getirilmesi konusunda tamamen objektif davranmış, öncelikle müdahaleci bir yaklaşım izlemek yerine serbest piyasa işleyişi çerçevesinde kredi kartı piyasasındaki faiz oranlarının kendi iç piyasa dinamiklerine ve rekabete bağlı olarak istikrarlı bir gelişim göstermesini sağlayacak, objektif bir yaklaşım izlemiştir.

İlgili Kanunun getirdiği bir diğer önemli yenilik ise Geçici 4. Madde ile kredi kartı borçlularına sağlanan aftır. 2005 yılında takibe düşen müşteri sayısı yılın ilk çeyreğinde 491 bin kişi iken, yıl sonu itibariyle bu tutar 735 bine yükselmiştir. Bankaların kredi kartı pazarında agresif bir pazarlama faaliyeti başlatması ve tüketicilerin bilinçsizce kredi kartı kullanmaları sonucunda kredi kartı borcu nedeni ile borcunu ödeyemeyen sayısı hızla artmıştır. Tüm bu yaşanan toplumsal ve finansal sorunlar nedeniyle, 5464 sayılı Kanun'un geçici maddesi ile kredi kartı borçlularına 2006 yılında bir kez daha aftan yararlanma hakkı tanınmıştır.

3.1. 2006 Affi : 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun Geçici 4. Maddesi

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanun'un Geçici 4. Maddesi gereğince temerrüde düşmüş ve haklarında icra takibi başlatılmış borçlulara, bir defalığına ödeme kolaylığı sağlanmıştır. Geçici 4. Maddeye göre bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarih itibariyle, kendisine dönem sonu borcunun ödenmesi için ihtar çekilmiş veya haklarında icra takibi başlatılmış ya da 31.01.2006 tarihine kadar temerrüde düşmüş olan kredi kartı borçluları, altmış gün içerisinde ilgili kredi kartı veren kuruluşa veya avukatına yazılı olarak güncel tebligat adresi de belirtilmek suretiyle müracaat ederek, borçlarını taksitle ödemek istediklerini beyan etmeleri halinde düzenlenecek ödeme planını imzalamaları ve ilk taksiti de peşin ödemeleri şartıyla, kendisine bildirilen son dönem borcu tamamen tahsil edilinceye kadar yıllık yüzde 18 faiz oranı üzerinden hesaplanacak borç tutarını;

icra takibine konu olmuş ise takip, dava masraf ve harçları, vekalet ücretiyle birlikte 18 eşit taksitte ödeme hakkına sahip olmuşlardır.

Bu hükümden sadece bu tarihten önce haklarında icra takibi başlatılmış olan borçlular değil, kendisine bu tarihten önce ihtarname gönderilmek suretiyle temerrüde düşürülmüş olanlar da yararlanmışlardır.

Tablo 3.1.1. 5464 Kanun Kapsamında Yeniden Yapılandırılan Kredi Kartları

5464 Sayılı Kanun Kapsamında Yeniden Yapılandırılan Kredi Kartları ile İlgili İstatistikler				
Aylar	Protokol İmzalayan Kredi Kartı Sahibi Sayısı (Birikimli)	Toplam Borç Tutarı (TL) (Birikimli)	Protokolü Bozan Kredi Kartı Sahibi Sayısı	Protokol İmzalayan Kredi Kartı Sahiplerinin Toplam Borç Tutarı (TL)
Mar.06	89.479	221.412.301	6.327	28.525.364
Nis.06	206.591	580.308.695	8.334	38.633.531
May.06	275.008	713.122.970	14.794	44.617.474
Haz.06	294.625	763.444.318	32.409	124.573.648
Tem.06	319.922	831.683.209	39.720	132.128.848
Ağu.06	323.914	844.770.954	41.470	134.780.377

Kaynak: www.bkm.org.tr.

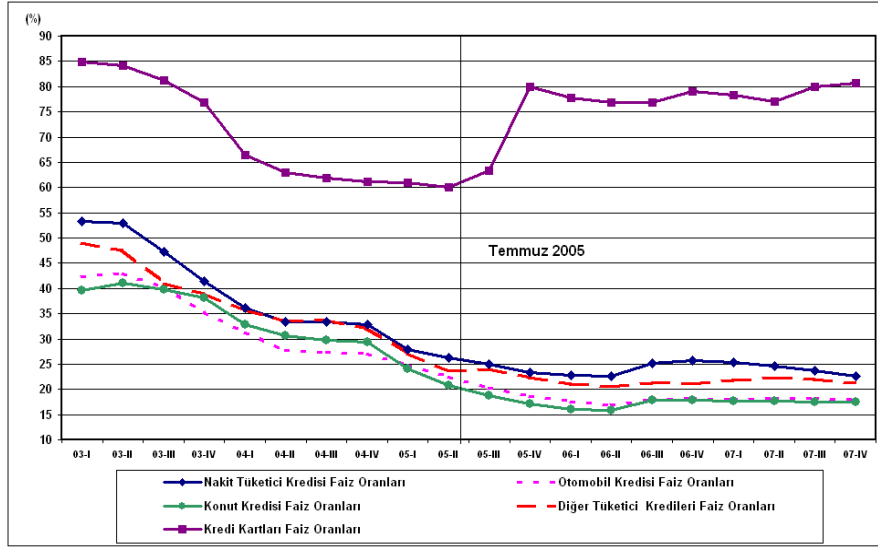
Kanun kapsamında Mart 2006 itibariyle yaklaşık 90 bin kişi protokol imzalamış ve kredi kartı borçlarını yeniden yapılandırmışlardır. Nisan ayında ise bu rakama 115 bin kişi daha eklenmiş ve Kanun'dan yararlanarak borçlarını yeni bir ödeme planına bağlayanların sayısı 206 bin kişiye, kredi kartı borçları tutarı ise 580 milyon TL'ye ulaşmıştır. Ağustos ayı itibariyle toplam 324 bin kişi aftan yararlanmak için başvurmuş (282.444 kişi aftan yararlanmış) ve 134,7 milyon TL tutarındaki kredi kartı borcu yeniden yapılandırılmıştır (Tablo 3.1.1).

4. Kanun'un Kredi Kartları Faizleri Üzerine Etkisi

Ülkemizde kredi kartı faiz oranları ile tüketici kredisi faiz oranları arasında fark oldukça yüksek olup, söz konusu farkın yüksek olmasının nedenlerinden biri 2005 yılından itibaren kredi kartlarına ilişkin yasal bir düzenleme yapılacağı beklentisi ve bu düzenlemenin içeriğinin ne olacağıın bankalarca öngörülememesi sonucunda kredi kartı işlemlerinde uygulanan faiz oranlarının, piyasa faiz oranlarına kıyasla oldukça yüksek tutulmasıdır. Nitekim, ağırlıklı ortalama (stok verilerle) faiz oranları üzerinden yapılan incelemelerde, bankaların kredi kartlarına uygulamış oldukları ağırlıklı ortalama yıllık (bileşik) faiz oranlarının, faiz oranları genel seviyesinde gözlenen düşme trendine paralel olarak, 2004 yılı başından itibaren gerileme trendine girdiği ve bu gelişimin 2005 yılı Temmuz ayına kadar devam ettiği; 2005 yılı başlarında kredi kartlarına ilişkin bir kanun tasarısı hazırlandığına ilişkin basında yer alan haberler sonrasında, özellikle 2005 yılı Temmuz ayından itibaren, bankaların kredi kartı alacaklarına uyguladıkları faiz oranlarını artırma eğilimine girdikleri ve 2005 yılı başlarında yıllık bileşik yüzde 60 seviyesinde bulunan faiz oranlarını, herhangi bir ekonomik nedene dayanmaksızın, Temmuz ayından itibaren yüzde 65'li seviyelere, Ekim ayından itibaren de yüzde 80'li seviyelere doğru yükselttikleri görülmektedir (Grafik 4.1).

Ülkemizde kredi kartı işlemlerinde uygulanan faiz oranlarının tüketici kredilerine uygulanan faiz oranlarına göre daha yüksek belirlenmesinin bir diğer nedeni ise, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'da yer alan gecikme faizinin akdi faiz oranının yüzde 30 fazlasını geçemeyeceğine ilişkin hükmün olduğu düşünülmektedir. Akdi faizin serbest olduğu bir ortamda bu bağlantı, gecikme faizlerinin yüksek tutulması amacıyla kredi kartı işlemlerinde uygulanan akdi faiz oranlarının yüksek oranda belirlenmesine yol açmıştır.

Grafik 4.1. Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faiz Oranları



Kaynak:TCMB

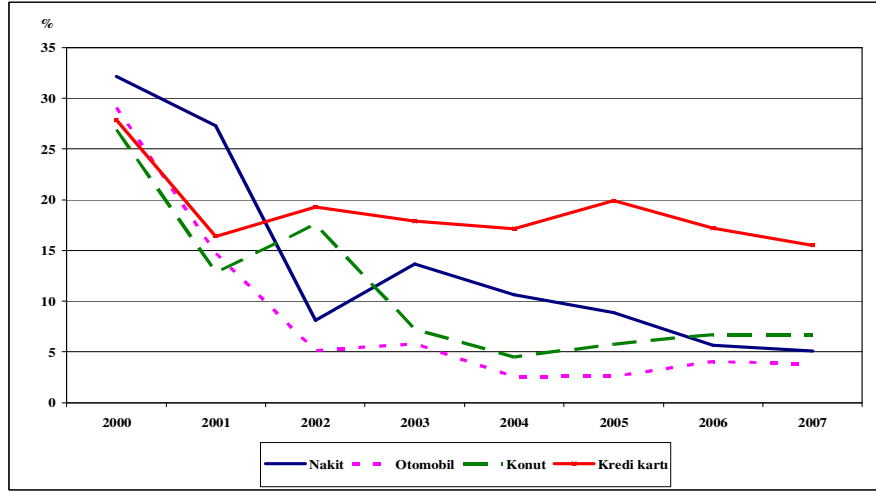
Ancak, söz konusu faizlerin oldukça yüksek olması, kredi kartı kullanımını olumsuz yönde etkilememiş ve kredi kartlarıyla yapılan harcamaların artması, bir takım gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Kredi kartı pazar paylarını artırmak isteyen bankalar arasında yaşanan yoğun rekabet; taksit sayısının artması, harcamalara promosyon uygulanması ve reklam harcamalarının artırılmasına ve kredi kartı limitlerini müşterinin ödeyebilirliğine bakmadan artırmalarına neden olmuştur. Önceleri herhangi bir sınırlama olmadığı için bankalar asgari ödeme tutarlarını nispeten düşük tutmuş ve faiz oranlarının diğer kredilere kıyasla yüksek olmasının da etkisiyle, elde ettikleri harcanabilir gelirleriyle orantısız harcama yapan kart sahipleri, borçlarını ödemede sıkıntılar yaşamaya başlamıştır.

T.C. Merkez Bankası tarafından yapılan düzenlemenin kredi kartı faiz oranları üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde, sektör ortalaması olarak gerek akdi, gerekse gecikme faiz oranlarında sınırlama getirilmeden önce uygulanan faiz oranlarına göre önemli bir azalış gerçekleşmekle birlikte, söz konusu değişimin

beklenen ölçülerde olmadığı görülmektedir. Aşağı yönlü değişimler yaşanmasına rağmen kredi kartı ağırlıklı ortalama faiz oranlarının halen yüksek seviyelerini korumasının ana nedeni, kredi kartı piyasasında pazar payı yüksek olan bankaların kredi kartı işlemlerinde uyguladıkları faiz oranlarını düşürmemeleridir. Bu durum, kredi kartı piyasasında bankaların faiz rekabeti yerine faiz dışı promosyon, taksit sayısı ve benzeri rekabete önem verdiklerini düşündürmektedir²¹.

Kredi kartı faiz oranlarının tüketici kredileri faiz oranlarından yüksek olmasının yanı sıra, kredi kartı faiz oranlarının bankalar arasındaki değişkenliğinin daha fazla, diğer tüketici kredileri faiz oranlarının bankalar arasındaki değişkenliğinin ise daha az olduğu da görülmektedir (Grafik 4.2). Kredi kartı faiz oranlarının bankalar arasındaki standart sapması yüzde 16-20 bandında iken, diğer nakit, konut, otomobil gibi tüketici kredilerinin bankalar arasındaki standart sapması daha düşük seviyelerdedir. Kredi kartları faiz oranlarındaki bankaların bu katı tutumu da, bankaların kredi kartlarında faiz rekabetine gitmediklerinin bir diğer göstergesi olarak yorumlanabilir.

Grafik 4.2. Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faizlerindeki Standart Sapma



Her tür kredi faiz oranının standart sapması, her yıl için sektördeki bankaların ilgili kredi faiz oranlarındaki standart sapmaları hesaplanarak elde edilmiştir.

Kaynak:TCMB

²¹ Ayşin et al. 2010

5. Yeni Yasamın Kart Çıkaran Kuruluşlara Getirdiği Operasyonel ve Diğer Maliyetler²²

Bankalar arası rekabetin yetersiz olması ve ekonomik koşullar dışında, kredi kartı faiz oranlarının tüketici kredileri faiz oranlarından yüksek olması ve yıllardır bu seviyelerde katılığını koruyor olmasında yasal düzenlemelerin de etkisinin olup olmadığı tartışılmaktadır.

Diğer taraftan, Kanunun kabul edilmesinden sonra da kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarında rekabet yoluyla beklenen düşüşün gerçekleşmemesinde, bankalar, Kanunun daha çok tüketiciyi koruyan hükümler getirmiş olmasını neden olarak göstermektedirler. Kanunun, talepte bulunmayana ve borcunu ödemeyene yeni bir kart verilmesini engelleyen, çalıntı kartları kart hamili lehine sigortalayan, kart limitine sınır getiren, tüm hesaba değil de ödenmeyen miktara faiz uygulanması sağlayan ve sözleşmelerde tek taraflı şartlara yer verilmemesi gibi tüketiciyi koruyan hükümler getirmiş olması nedeniyle bankalar kredi kartı faiz gelirlerinin düşüğünü ve Kanunun kendilerine geçmişe nazaran ek yük getirdiğini belirtmektedirler.

5464 sayılı Kanunun ilgili maddelerini ele alacak olursak;

➤ “Kart Çıkarma ve Buna İlişkin Yükümlülükler” ile ilgili **8. Maddesinin 1. fıkrasında**; “Kart çıkaran kuruluşlar, talepte bulunmayan veya sözleşme imzalamayan kişiler adına hiçbir şekil ve surette kart veremezler.” ve **2. fıkrasında**: “Asgarî tutarın son ödeme tarihini takip eden üç ay içinde ödenmemesi durumunda kart çıkaran kuruluşça kart hamiline yapılacak bildirimden itibaren bir aylık süre içerisinde bu tutarın ödenmemesi ya da banka kartı ile kredi kartı kullanımından dolayı adli cezaların uygulanması halinde, ilgili kart çıkaran

²² Bu bölümde 24.11.2005 tarihli, T.B.M.M Başkanlığına sunulan 5/10/2005 tarihinde kararlaştırılan “Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu Tasarısı”nın Gerekçesinden yararlanılmıştır.

kuruluşça kart hamiline verilen kredi kartları iptal edilir ve borcun tamamı ödeninceye kadar yeni kredi kartı düzenlenemez.” hükümleri yer almaktadır.

8. Madde ile kart çıkaran kuruluşların, talepte bulunmayan veya sözleşme imzalamayan kişiler adına hiçbir şekil ve surette kart veremeyecekleri, bu kuruluşlarca genel müdürlük veya şube haricinde kredi kartı talebi toplanabilecek yerlerin Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunun uygun görüşü alınarak Türkiye Bankalar Birliği ile Türkiye Katılım Bankaları Birliği tarafından müştereken belirleneceği ve asgari tutarın son ödeme tarihini takip eden üç ay içinde ödenmemesi durumunda uygulanacak müeyyideler hüküm altına alınarak sistemin güvenli ve etkin bir şekilde çalışması amaçlanmıştır.

Ayrıca, madde ile tüketicilerin ödeyebilirliğine bakılmaksızın kredi kartı dağıtımına özellikle bu durumdan en olumsuz etkilenen yeterli bilgiye sahip olmayan tüketiciler (bilinçsiz tüketiciler) ile gelir sahibi olmayan öğrenci gruplarına kredi kartı teminine sınırlama getirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca kredi kartlarının kolayca dağıtılmasının önüne geçilmek istenmiş, kredi kartı borcunu ödemeyen müşterilerin daha çabuk sistemden çıkarılması ile kredi kartı borcunun birikmesinin önüne geçilmesi hedeflenmiştir.

➤ Kanunun “Kredi Kartı Limiti” ile ilgili **9. Maddesinin 1. fıkrasında** “...Kart çıkaran kuruluşlar, kart hamilleri talep etmedikçe kart limitlerini artıramazlar. Kart hamillerinin harcamalarıyla kart limitlerini aşmaları halinde, aşılan miktara işlem tarihi ile ödeme tarihi arasındaki süre için, akdi faizden başka herhangi bir ücret talep edilemez” hükmü ile **2. fıkrasında** “Kart çıkaran kuruluş tarafından bir gerçek kişinin sahip olduğu tüm kredi kartları için tanınacak toplam kredi kartları limiti, ilk yıl için, ilgilinin aylık ortalama net gelirinin iki katını, ikinci yıl için ise, dört katını aşamaz....” hükümleri bulunmaktadır.

9. Madde ile kredi kartı harcama limitlerine sınırlama getirilmiştir. Kart çıkaran kuruluşlara, kredi kartından kaynaklanabilecek risklerini azaltabilmeleri ve makul bir seviyede tutabilmeleri amacıyla kredi kartı almak isteyen kişilerin

yasaklılık veya engel durumu bulunup bulunmadığı, ekonomik ve sosyal durumu, aylık ve yıllık ortalama geliri, diğer kart çıkaran kuruluşlarca bu kişilere tahsis edilen kart limiti, bir model veya skorlama sistemi sonuçları, müşterini tanı ilkeleri ve temin edilebilecek diğer bilgileri dikkate alarak yapacakları değerlendirmeye istinaden bir kullanım sınırı tespit etme zorunluluğu getirilmiştir. Kartlı sistemin etkin, güvenli ve istikrarlı bir şekilde çalışmasında kart limiti çok önemlidir ve kart çıkaran kuruluşların kart limitlerini ancak bu hususlar çerçevesinde artıracakları öngörülmüştür.

➤ Kanun'un "Sözleşme Şartları" ile ilgili **24. Maddesinin 1 fıkrasında**; "Kart çıkaran kuruluşlar ile kart hamilleri arasındaki ilişkiler, bu Kanun ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde en az on iki punto ve koyu siyah harflerle hazırlanacak yazılı sözleşme ile düzenlenir." hükmü, **3. fıkrasında** "Sözleşmede belirtilen asgarî tutar, dönem borcunun yüzde yirmisinden aşağı olamaz. Hesap özetinde yer alan asgarî ödeme tutarı son ödeme tarihinde ödenmediği takdirde kart hamili ödenmeyen tutar için sözleşmede öngörülen gecikme faizi dışında bir yükümlülük altına sokulamaz." hükmü ve **4. fıkrasında** "Kart hamilinin yaptığı işlemler nedeniyle, sözleşmede yer almayan faiz, komisyon veya masraf gibi adlar altında hiçbir şekil ve surette ödeme talep edilemez ve kart hamilinin hesabından kesinti yapılamaz." hükmü yer almaktadır.

24. Maddenin **1. fıkrası** ile; banka kartı ve kredi kartı çıkaran kuruluşlar ile kart hamilleri arasındaki ilişkilerden doğacak her türlü hak ve yükümlülüklerin, taraflar arasında yazılı şekil esasına bağlı olarak özellikle kart hamili lehine açıkça okunabilir bir sözleşme ile düzenlenmesi sağlanmıştır. Maddenin **3. fıkrası** ile; asgari ödenmesi gereken tutar yüzde 10'dan yüzde 20'ye çıkartılarak, genellikle asgari tutarı ödeyerek geri kalan harcamalarını kredilendiren kart hamillerinin, kredi kartı borcunun birikmesinin önüne geçilmesi ve asgari tutar ödendikten sonra faiz uygulanacak olan kalan tutarın azaltılması amaçlanmıştır. Maddenin **4. fıkrası** ile ise kart hamillerinin mesnetsiz uygulamalarla karşılaşmamları amaçlanmıştır.

➤ Kanunun, “Faiz Hesaplaması” ile ilgili **26. Maddesinin 1. fıkrasında** “Bir hesap dönemine ilişkin toplam borç tutarı veya hesap bakiyesi üzerinden, o döneme ilişkin hesap özeti düzenlendiği hesap kesim tarihinden önceki bir tarih itibarıyla faiz yürütülebileceğine ilişkin kayıtlar hükümsüzdür. Nakit kullanımına ilişkin borçlar hakkında işlem tarihi esas alınabilir. Nakit kullanımı kapsamında değerlendirilecek işlemler Kurulca belirlenir.”, **2. fıkrasında** “Dönem borcunun bir kısmının ödenmesi halinde kalan hesap bakiyesi üzerinden faiz hesaplanır. Kalan hesap bakiyesine, asgarî tutar ve üzerinde ödeme yapılması durumunda akdi faiz, asgarî tutarın altında ödeme yapılması durumunda ise gecikme faizi uygulanır. Temerrüt hali de dahil olmak üzere, kart uygulamasından doğan borçlarda bileşik faiz uygulanmaz.” ve **4. fıkrasında** “Hesap kesim tarihi ile son ödeme tarihi arasında on günden az bir süre olamaz.” denilmektedir.

➤ Banka kartları ve kredi kartlarının çıkarılmasına, kullanımına ve kartlı ödemeler sisteminde yer alan kuruluşların faaliyet esaslarına ilişkin usul ve esasları düzenlemek amacı ile 10 Mart 2007 tarihli 26458 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan **Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmeliğin “Faiz Hesaplaması” ile ilgili 20. Maddesinin 3. fıkrasında** “Dönem borcunun bir kısmının ödenmesi halinde kalan hesap bakiyesi üzerinden faiz hesaplanır. Kalan hesap bakiyesine, asgarî tutar ve üzerinde ödeme yapılması durumunda akdi faiz; asgarî tutarın altında ödeme yapılması durumunda ise asgari tutarın ödenmeyen kısmı için gecikme faizi, kalan hesap bakiyesinin asgari tutarı aşan kısmı için akdi faiz uygulanır. Temerrüt hali de dahil olmak üzere, kart uygulamasından doğan borçlarda bileşik faiz uygulanmaz” hükmü yer almaktadır.

Kanunun 26. Maddesi ile; kartlı sistemlerde ödemelerini kartla yaparak sistemi kullanan kart hamillerinin, sistemin riskleri ve doğuracağı sorumluluklar açısından bilinçlendirilmeleri ve aynı zamanda kart hamilleri ile kart çıkaran kuruluşlar arasında yapılacak sözleşmelerde, mal ve hizmet tüketen ve bu anlamda tüketici haklarından faydalanması zorunlu olan kart hamillerinin bazı açılardan korunmaları gerektiğinden hareketle yapılacak sözleşmelerde özellikle faiz

oranlarına ilişkin müdahaleci bir anlayış benimsenmemekle birlikte, uygulanacak faiz dönemlerinin yasal olarak belirlenmesi ve tüm kart çıkaran kuruluşlarca aynı koşullara bağlanması zorunlu hale getirilmesi amaçlanmıştır.

Maddenin **4. fıkrası** ile; Hesap kesim tarihi ve son ödeme tarihi arasında on günden az bir sürenin olamayacağı hüküm altına alınmak suretiyle, kart hamillerine kolaylık tanınarak gecikme faizine maruz kalmayacakları bir süre öngörülmüştür.

Maddenin **1. fıkrası** ile; bir hesap dönemine ilişkin toplam borç tutarı veya hesap bakiyesi üzerinden, o döneme ilişkin hesap kesim tarihinden önceki bir tarih itibarıyla faiz yürütülebileceğine ilişkin kayıtların hükümsüz olduğu öngörülmüştür. Bu sayede, kart hamilinin ödeme gününde o hesap döneminde yaptığı harcamalara ilişkin toplam borç tutarının tamamını ödeyememesi halinde, kart çıkartan kuruluşça sadece *hesap kesim tarihinden sonraki döneme ilişkin olarak kalan bakiye üzerinden faiz talep edilebileceği* hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, eski uygulanan şekli ile faiz uygulanan gün sayısı; işlem tarihinden son ödeme gününe kadar olan ortalama *25 günden*, hesap kesim tarihinden son ödeme gününe kadar olan *10 günlük* süreye düşürülerek kart sahiplerinin faiz yükünden kurtarılması amaçlanmıştır. Bu uygulama ile **akdi ve gecikme faizi uygulanacak süre** geriye çekilmiştir.

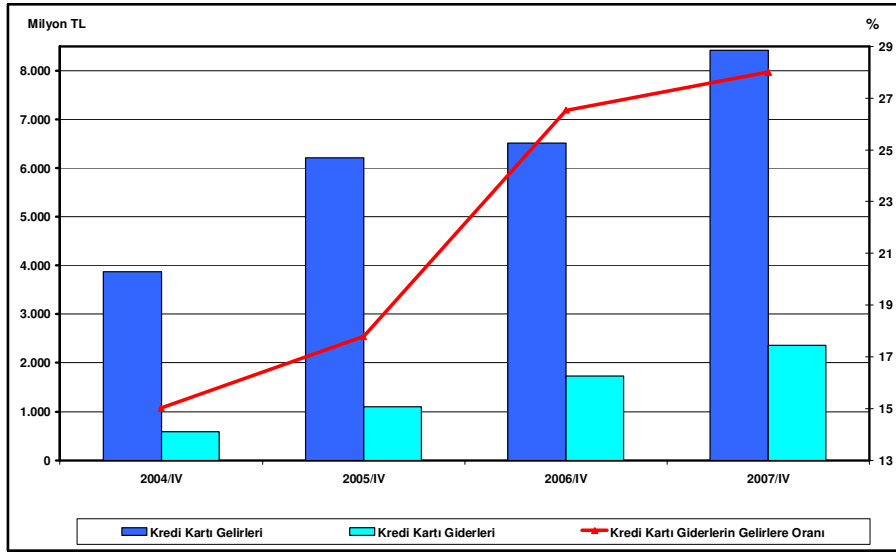
Nakit kullanımına ilişkin uygulamada karşılaşılabilecek sorunlar için ise nakit kullanımı olarak değerlendirilebilecek işlemleri belirleme yetkisi Kurula verilmiştir.

Kanun'un **26. Maddesinin 2. fıkrası** ve **Yönetmeliğin 20. Maddesinin 3. fıkrası** ile de **gecikme faizi ve akdi faiz uygulanacak tutarlara açıklık getirilmiştir**. Yönetmeliğin ilgili fıkrasında “asgarî tutarın altında ödeme yapılması durumunda ise asgari tutarın ödenmeyen kısmı için” açıklaması ile **gecikme faizi uygulanacak tutar** geriye çekilmiştir.

Dolayısıyla; bankaların asgari ödenmesi gereken tutarı ya da bunun da altında bir tutarı ödeyen veya hiç ödeme yapmayan kredi kartı alacaklarından elde ettikleri faiz gelirine sınırlama getirilmiştir.

Ancak faiz gelirlerine sınırlama getirilmiş olmasına rağmen, Banka ve Kredi Kartları Kanunu'nun Şubat 2006 tarihinde kabul edilmesinden sonra bankaların kredi kartları giderlerinin yaklaşık 3 kat arttığı gözlenmekle birlikte, kredi kartlarından elde ettikleri gelirlerinin azalmadığı görülmektedir. Kredi kartlarından elde edilen gelirler 2004 yıl sonu itibariyle 3,9 milyar TL iken, 2006 yıl sonunda 6,5 milyar TL'ye, 2007 yılında ise 2006 yıl sonuna göre yüzde 30 oranında artarak 8,4 milyar TL'ye ulaştığı görülmektedir (Grafik 5.1).

Grafik 5.1. Bankaların Kredi Kartları Giderlerinin Kredi Kartlarından Elde Edilen Gelirlerine Oranı



Kaynak: TCMB

- Kanun'un "Kartın Haksız Kullanımı ve Sigortalanması" ile ilgili **12. Maddesinin 1. fıkrasında** "Kartın ya da 16 ncı maddede belirtilen bilgilerin kaybolması veya çalınması halinde kart hamili, yapacağı bildirimden önceki yirmi dört saat içinde gerçekleşen hukuka aykırı kullanımdan doğan zararlardan yüz elli Yeni Türk Lirası ile sınırlı olmak üzere sorumludur. Hukuka aykırı kullanımın,

hamilin ağır ihmaline veya kastına dayanması veya bildirim yapılmaması hallerinde bu sınır uygulanmaz.” hükmü ile bankalara ek operasyonel yük getirilmiş gibi görülmektedir.

➤ Oysa, Kanun’un “Kartın Kontrolü ve Kabulü” ile ilgili **17. Maddesinin 2. fıkrasında** “Üye işyerleri, mal ve hizmet bedeli karşılığını banka kartı veya kredi kartı ile ödemek isteyen kişilerin imza gerektiren işlemlerde imza kontrolünü yapmak, kartın tahrifata uğrayıp uğramadığını kontrol etmek ve üye işyeri anlaşması yapan kuruluşlarca kendilerine ulaştırılan bilgiler çerçevesinde kartın geçerliliğini tespit etmekle yükümlü olup, gerekli durumlarda kart üzerinde yer alan bilgilerle kimlik belgesi üzerinde yer alan bilgileri karşılaştırmak üzere geçerli bir kimlik belgesi ibrazını talep etmek ve harcama belgesi üzerindeki bilgilerle kredi kartı üzerindeki bilgileri karşılaştırarak kontrol etmekle yükümlüdür. Bu kontrollerin yapılmamasından doğan zararlardan üye işyerleri sorumludur” hükmü nedeniyle kartın kaybolması durumunda, **doğacak zararların 150 TL kadarı kart sahibinin**, geri kalan tutar ise **üye işyerinin sorumluluğu altındadır**.

6. Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanan Faiz Oranlarında Beklenen Azalışların Gerçekleşmemesinin Nedenleri

Kredi kartı işlemlerinde uygulanacak azami faiz oranları konusunda yapılan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası düzenlemesinin yürürlüğe girdiği 02.04.2006 tarihinden itibaren kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarında rekabet yoluyla beklenen düşüş gerçekleşmemiştir. Kredi kartı faiz oranlarındaki ataletin, hem bankalar açısından, hem de kredi kartı kullanıcıları açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.

6.1. Bankalar açısından:

- Ülkemiz kredi kartı piyasasında uygulanan faiz oranlarının beklendiği şekilde düşmemesinin ardında yatan en önemli etkenlerden biri 2006 yılı Mayıs ayından itibaren gerek yurt dışı gerekse yurt içi, piyasalarda yaşanan olumsuz gelişmelere bağlı olarak piyasa faiz oranlarındaki yükseliş eğiliminin, bankaların

geleceğe yönelik faiz beklentilerini güncellemelerine ve faiz düşürme stratejilerini ertelemelerine neden olmasındır.

- Bir diğer neden ülkemiz gibi gelişmekte olan ekonomilerde söz konusu aracılık faaliyetlerinin etkinliğinin ve rekabetin az olmasıdır. Finansal aracılık faaliyetlerinin etkin bir şekilde yerine getirildiğinin en temel göstergelerinden birisi de söz konusu işlemlerdeki aracılık marjlarının en az düzeyde olmasıdır. Aracılık marjlarının daralması, finansal sistemde gerek finansal kuruluşlar, gerek fon kullanıcıları açısından rekabetin arttığını göstermektedir. Ülkemiz kredi kartı piyasasında fiyat etkinliğinin ve rekabetinin tam anlamıyla tesis edilemediği ise açıktır. Bu bağlamda, söz konusu piyasada kredi kartı ihraç eden kuruluşlar, para ve sermaye piyasalarında da derinliğin ve rekabetin kısıtlı olması ve fiyat değişkenliğinin yüksek olmasına da bağlı olarak, makro ekonomik ve para politikası değişimlerine esnek bir şekilde tepki gösterememekte ve bu nedenle faiz oranlarını ayarlamaları gecikmeli olabilmektedir. Bankalar, para piyasası faiz oranlarının yüksek değişkenlik gösterdiği dönemlerde, bu oranların gelecekte hızlı bir şekilde yeniden değişebileceğini beklmeleri nedeniyle, kendi kredi ve mevduat faiz oranlarını değiştirmeye yanaşmamaktadırlar.

- Kredi kartı çıkartan kuruluşların kredi kartı işlemlerindeki faiz oranlarını diğer faiz oranlarına kıyasla yüksek tutmalarının üçüncü nedeni, kredi kartı işlemlerinin diğer kredi işlemlerinden farklı özelliklere sahip olmasıdır. Bankalar, kredi kartlarının içerdikleri yüksek likidite ve kredi riski nedeniyle, kredi kartları faiz oranlarında gerçekleştirecekleri indirim, kredi riski yüksek müşterileri teşvik edeceğine ve bunun da kredi kartı riskini daha da artıracığını düşünerek faiz oranlarında rekabet etmeye yanaşmamaktadırlar. Dolayısıyla, bankalar riskli müşterilerden kaçınmak için faiz oranlarında rekabet etmezken, faiz oranı dışında sağlanan diğer yan fayda ve avantajlarla (taksitlendirme, bonus, para puan, uçuş mili, sigorta vs.) rekabet yoluna gitmektedirler.

6.2. Kredi kartı kullanıcıları açısından

- Kredi kartı kullanıcılarının faizlerin yüksek olmasındaki rolü ise tam rekabet piyasası için geçerli olan davranışsal varsayımlara uygun hareket etmemeleri ve faiz değişikliklerine duyarlı olmamalarıdır. Bunun nedenlerinin başında ise kredi kartı kullanıcılarının daha düşük faiz oranı öneren bankaları/kuruluşları araştırma maliyetlerinin yüksekliği ve zorluğu, başka kredi kartına geçiş maliyetleri (kredi riski yüksek kart kullanıcılarının yeni kredi kartı başvurularının reddedilme olasılığının yüksek olması nedeniyle bu tür bir değişime yönelmemeleri) ve kredi kartı kullanıcılarının marka bağımlılığı ve büyük kuruluşlardan alınan kartların, kart kullanıcısının kredibilitesini artıracakı düşüncesi gelmektedir.

Nitekim, kredi kartı kullanımının neden bu kadar yaygın olduğuna dair kullanıcılarla yapılan bir araştırmaya göre (Savaşçı ve Tatlıdil, 2007) tüketicilerin alışverişlerinde en çok tercih ettikleri kredi kartlarını kullanma nedenlerinin; taksitlendirme imkanının iyi olması, ödeme noktalarının kolaylığı, hipermarketlerde geçerli olması, kredi kartı başvuru işlemlerinin kolaylığı, kredi kartının maaş hesabıyla bağlantılı olması ve ödemenin buna bağlı olarak otomatik olarak gerçekleştirilmesi, puan ve ödül sisteminin olması (doyurucu promosyonlar olması), sağlam ve hızlı teknolojik altyapıya sahip olması, bazı alışverişlerde (örn. benzin, elektronik ürünler satın alırken) kişiye özel daha fazla taksit gibi özel avantajlar sunması ve kart limitlerinin yüksek olması gibi avantajlar olduğu saptanmıştır.

7. Sonuç

Ülkemizde kredi kartı kullanımı 1998 ve 2004 yılları arasında yüzde 275 oranında artmıştır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, bir taraftan tüketicilere, bankalara ve üye işyerlerine pek çok kolaylık sağlarken, diğer taraftan kredi kartı sektöründeki sorunları da beraberinde getirmiştir. Kredi kartları, ülkemizde 1980'lerde kullanılmaya başlanmış olsa da, kredi kartlarına uygulanan faizlerin çok

yüksek olması, faizlerin yüksekliği ile beraber temerrüde düşen alacakların da hızla artmasına neden olmuştur. Bu tür finansal sorunların yanı sıra kredi kartları ile ilgili 1995 yılına kadar hiç bir yasal düzenlemenin olmaması, ardından 23 Şubat 1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'un sadece bir maddesi ile kredi kartlarına yasal bir dayanak oluşturulmaya çalışılması sorunların uzun yıllar ötelenmesine neden olmuştur.

Kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarının, diğer alternatif tüketici kredileri faiz oranlarına göre yüksek olmasının yanı sıra, uygulanan yüksek enflasyonu ve reel faizleri düşürme politikaları ile tüketici faizleri düşme eğilimine girerken, kredi kartları faizlerinin aynı seviyede ataletini koruyor olması, tüketici birliklerinin ve tüketicilerin harekete geçmesine neden olmuştur. Sonuç olarak 5464 sayılı Kredi Kartları ve Banka Kartları Kanunu'nun 26. Maddesi 3. fıkrası gereğince Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na bankalarca kredi kartlarına uygulanacak olan azami faiz oranlarını belirleme yetkisi verilmiştir.

Ancak, 23 Şubat 2006 tarih ve 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun 1 Mart 2006 tarihinde yürürlüğe girmesinden itibaren kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarında rekabet yoluyla beklenen düşüşün gerçekleşmediği, bankaların, kredi kartı işlemlerinin diğer kredi işlemlerinden farklı özelliklere sahip olması, içerdikleri yüksek likidite ve kredi riski ve bunların yanı sıra faiz oranlarını düşürmenin, kredi riski yüksek müşterileri teşvik edeceği düşüncesi ile faiz oranlarında indirim gitmeye yanaşmadıkları gözlenmiştir. Kanunla beraber bankalar, kredi kartı işlemlerinden sağladıkları yüksek tutarlı faiz gelirleri ve üye kuruluşlardan aldıkları katkı payları ile finanse ettikleri ve özellikle son dönemde oldukça yoğunlaşan çeşitli promosyonlarla (daha fazla taksit, hediye çeki, bonus, para puan, uçuş mili vb.) kredi kartları pazarındaki rekabeti sürdürmeyi tercih ettikleri görülmüştür.

Kredi kartlarına uygulanan faiz oranlarının halen diğer alternatif tüketici kredileri faiz oranlarına kıyasla yüksek seviyelerde kalmaya devam ediyor olmasının başlıca nedenleri arasında, kredi kartlarının daha riskli olması,

bankaların fiyat rekabeti yerine promosyon rekabetini tercih etmeleri ve müşterilerin kredi kartlarında düşük faiz sunan diğer bankalara geçmeyi tercih etmemeleri yer almaktadır.

Diğer taraftan kredi kartı çıkaran kuruluşlar olarak bankalar ise, kredi kartı faiz oranlarını yüksek belirlemelerine gerekçe olarak, serbest piyasa koşullarından ziyade Kanun kapsamında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Tebliği doğrultusunda düşürmek zorunda kaldıklarını, Kanunun, talepte bulunmayana ve borcunu ödemeyene yeni bir kart verilmesini engellemesi, çalıntı kartların sigortalanması, kart limitine sınır getirmesi, tüm hesaba değil de ödenmeyen miktara faiz uygulanması ve sözleşmelerde tek taraflı şartlara yer verilmemesi gibi tüketiciyi koruyan hükümler getirmiş olmasından dolayı kredi kartı faiz gelirlerinin düştüğünü ve ilgili maddelerin bankalara geçmişe nazaran ek yük getirmesini göstermektedirler. Oysa Kanun'la birlikte bankaların kredi kartı işlemlerinden kaynaklanan giderlerinde artış olmakla birlikte, kredi kartlarından elde ettikleri gelirlerinde ciddi hiç bir azalma olmamıştır.

KAYNAKÇA

Aysan, A. ve L. Yıldız (2007). The Regulation of the Credit Card Market in Turkey Savaşçı, İ. ve R. Tatlıdil (2006). Bankaların Kredi Karı Pazarında Uyguladıkları CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) Stratejisinin Müşteri Sadakatine Etkisi”, *Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 6, sayı:1*

Finansal Piyasalar Raporu (Mart 2007). *Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu*

Kredi Kartları Taksitli ve Peşin İşlemlerinde Bankalar Tarafından Üye İşyerlerine Uygulanan İskonto Oranları

Gülcan Yıldırım Güngör*

ÖZET

Kredi kartları, taksit imkânı nedeniyle ülkemizde uzun vadeli bir kredi imkânı gibi algılanmakta ve ödül, puan, uçuş mili, indirim gibi promosyonlar nedeniyle kullanımı giderek artmaktadır. Bankaların gelirlerinin önemli bir bölümünü oluşturan kredi kartları taksitli ve peşin alış veriş seçenekleri sunmakta olup, bu işlemler sonucunda bankanın kendi kartı ya da diğer banka kartının kullanımına bağlı olarak belirli bir komisyon talep edilmektedir. Banka peşin işlemlerde, üye işyerine komisyon karşılığında ertesi iş günü ödeme yapma ya da alış-veriş tutarını banka tarafından belirlenen bir süre bloke ederek kesintisiz ödeme olanağı sunmaktadır. Üye işyerinin faaliyet gösterdiği sektör, ilgili banka ile aynı grubun iştiraki olup olmamak, sektörel rekabet (akaryakıt vs.) gibi nedenlerle komisyon oranları farklılık gösterebilmektedir. Bu çalışmada, bankaların iskonto oranlarını belirlerken dikkate aldıkları referans faiz oranları ve promosyon aracı olarak kullandıkları ödül puan uygulamalarından iskonto oranlarının hangi yönde hareket ettiği incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kredi Kartı, Banka, Faiz Oranı, Komisyon

JEL sınıflandırması: E400, G210

Discount Rates Applied in Instant and Installment Payments in Turkey

ABSTRACT

Since credit cards provide credits due to its installment opportunities and have also bonus, point, flying miles and discount opportunities, the credit card market is gradually expanding. Credit cards constitute an important part of the banks' incomes and presents in advance and installment base payment opportunities. Hence, a sector specific percentage of commission is taken in accordance with the usage of the bank's or other banks' cards. For in advance transactions, banks provide the next day payment choice in consideration of a commission and full payment choice after a specified blocked term. Discount rates differ with respect to the sector that the company is operating in, being a member of the bank's holding, sector-specific competition. In this paper, how discount rates are affected by reference interest rates and bonus applications is examined.

Keywords: Credit Cards, Bank, Interest Rates, Commission

JEL Classification: E400, G210

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye ▪ GÜNGÖR: gulcan.yildirim@tcmb.gov.tr ▪ Çalışmada sunulan görüşler yazara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

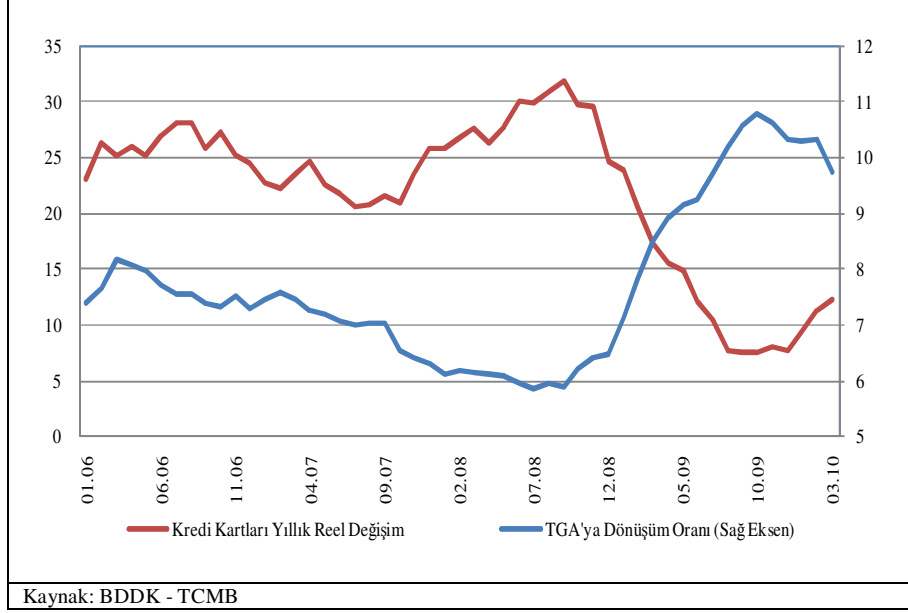
Kredi Kartları Taksitli ve Peşin İşlemlerinde Bankalar Tarafından Üye İşyerlerine Uygulanan İskonto Oranları

1. Giriş

Kredi kartı faiz oranları konusunda hazırlanan çalışmalar çoğunlukla kredi kartı faiz oranlarından hareketle fiyat rekabeti üzerine yoğunlaşmakla birlikte, promosyon rekabeti üzerine hazırlanan çalışmaların sınırlı kaldığı görülmektedir. Çalışmalarda temel olarak fiyat rekabetinin olmadığı ve bankaların daha çok fiyat dışı rekabete yöneldikleri belirtilmektedir (Aysan vd, 2008). Rekabetçi faiz oranları yerine ödül, puan, uçuş mili, indirim, taksit gibi bazı avantajlar sunulan bu sektörde, bankaların söz konusu maliyetlerin bir kısmını faiz gelirlerinin dışında üye işyerinden alınan komisyon gelirlerinden elde ettikleri dikkat çekmektedir.

Ülkemizde bankacılık sektöründe 2010 yılı Mart ayı itibarıyla kredi kartlarından elde edilen faiz gelirlerinin bankalarca tahsil edilen toplam faiz gelirlerine oranı yüzde 11,7 iken, toplam kredi kartları alacak tutarına oranı yüzde 14,6'dır. Diğer yandan, ücret ve komisyon gelirleri de önemli bir gelir kalemi oluşturmakta olup, kredi kartlarından elde edilen ücret ve komisyon gelirlerinin ortalama kredi kartı harcamalarına oranı aynı dönemde yüzde 11,8 olarak gerçekleşmiştir. Artan kredi kartı işlem hacmine paralel olarak yükselen ücret ve komisyon gelirlerine dikkat çekmekte olup, bu çalışmada fiyat rekabetinde etkili olduğu düşünülen, bankalarca üye işyerinden alınan komisyon oranları üzerinde durulacaktır.

Grafik 1. Kredi Kartları Yıllık Kullanımı Reel Gelişimi ve TGA'ya Dönüşüm Oranı (Milyar TL, %)

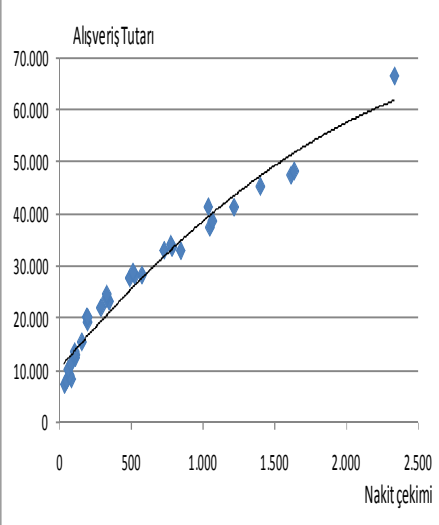
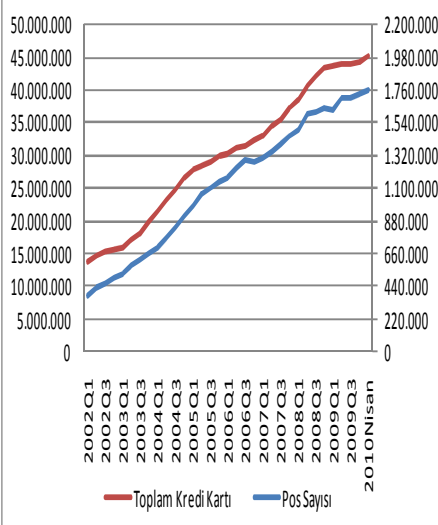


Kredi kartları tutarı reel artış hızı temel olarak yüzde 20-30 bandında hareket ederken, 2008 yılı Eylül ayında etkileri ülkemizde görülmeye başlanan küresel krizin etkisiyle gerilemeye başlamış ve söz konusu kredilerin TGA'ya dönüşüm oranı aynı dönemde önemli ölçüde artış göstermiştir. Ancak, 2009 yılı son çeyreğinden bu yana küresel ekonomideki normalleşme sürecine, iktisadi faaliyetteki toparlanmaya, istihdama ilişkin olumlu gelişmelere, bankacılık kesimi risk iştahındaki ve tüketici güvenindeki artışa paralel olarak kredi kartları hacmindeki ve özel kesimin borç ödeme kapasitesindeki artışa bağlı olarak TGA'ya dönüşüm oranı toparlanmaya başlamıştır. Söz konusu oran 2010 yılı Mart ayı itibarıyla yüzde 9,7'ye gerilemiştir (Grafik 1). Öte yandan, bu kredilerin TGA'ya dönüşüm oranlarının diğer bireysel kredi türlerine ait sorunlu kredi oranının üzerinde seyrettiği dikkat çekmektedir.

Tablo 1. Kredi Kartları Sektörel Dağılım (% Pay)			
	Kredi Kartı İşlem Tutarı	Kredi Kartı İşlem Sayısı	Toplam İşyeri Sayısı
Market ve Alışveriş Merkezleri	15,3	29,6	9,4
Benzin ve Yakıt İstasyonları	13,5	11,7	3,9
Giyim ve Aksesuar	8,1	13,2	13,7
Elektrik, Elektronik Eşya, Bilgisayar	7,9	3,2	6,5
Telekomünikasyon	7,1	5,5	4,9
Çeşitli Gıda	5,2	6,2	7,5
Doğrudan Pazarlama	4,4	3,3	1,2
Sigorta	4,0	2,9	1,0
Yapı Malzemeleri, Hırdavat, Nalburiye	4,0	1,9	6,6
Mobilya ve Dekorasyon	3,8	1,9	7,3
Araç Kiralama, Satış/Servis/Yedek Parça	3,6	1,3	5,3
Kuyumcular	3,3	0,7	2,3
Sağlık/Sağlık Ürünleri/Kozmetik	3,3	3,5	7,1
Hizmet Sektörleri	2,9	2,1	5,7
Yemek	2,3	5,9	5,5
Diğer	11,1	7,2	12,2

2010 yılı Mart ayı itibarıyla kredi kartı kullanılarak yapılan işlemlerin tutar olarak yüzde 15,3'ünü market ve alışveriş merkezlerinde, yüzde 13,5'ini benzin ve yakıt istasyonlarında ve yüzde 8,1'ini giyim ve aksesuar sektörlerinde yapılan harcamaların oluşturduğu görülmektedir. Diğer yandan iş yeri sayısının en fazla olan sektör de giyim ve aksesuar firmalarından oluşmaktadır (Tablo 1).

Kredi kartı aracılığıyla yapılan alışveriş tutarındaki artış, kart kullanımının nakit taşımama, taksit ve ödül gibi imkânları nedeniyle ne kadar yaygınlaştığını göstermektedir. Diğer yandan, kart sahiplerinin kredi kartlarını bir kredi aracı olarak görmeleri nedeniyle kredi kartları bakiyesinin yüzde 3,4'ü nakit çekimi amacıyla kullanılmaktadır (Grafik 3). Yaygınlaşan kredi kartı kullanıma bağlı olarak artan banka rekabeti nedeniyle POS sayısındaki artışı da beraberinde getirmiştir.

Grafik 2. Kredi Kartı Kullanılarak Yapılan Alışveriş Tutarı ve Nakit Çekimi (Milyon TL)	Grafik 3. Kredi Kartı ve POS Sayısı (Adet)
	
<p>Kaynak: BKM Not: Yerli ve yabancı bankalara ait kartlarla gerçekleştirilen yurtiçi ve yurtdışı kullanımıdır. Veriler 2010 yılı Mart ayı itibarıyladır.</p>	<p>Kaynak: BKM</p>

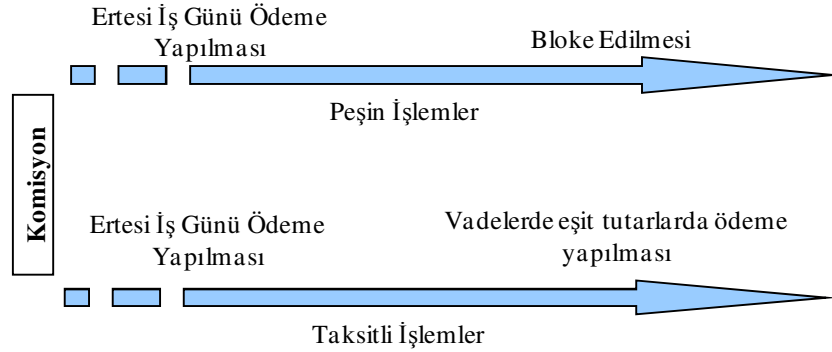
2. Kredi Kartları Sisteminin İşleyişi

Ülkemizde, mağaza kartlarının yerini alan kredi kartları ile taksitli işlemler yoğun olarak promosyon aracı olarak kullanılmaktadır. Taksit sayıları giderek artmakta ve dayanıksız tüketim malları için de 12+ taksitler uygulamalarıyla karşılanmaktadır. Bu kapsamda dayanıklı mallarda taksit sayısı daha uzun vadeli iken, raf ömrü kısa ve hızlı tüketilen mallarda ise daha sınırlı olması nedeniyle adımlar atılmıştır.

BDDK tarafından 22 Mart 2008 tarih ve 26824 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan bankaların sermaye yeterliliğinin ölçülmesi ile ilgili yönetmelikte kredi kartı harcamalarından kaynaklı kredi alacaklarının kalan vadesi 6 aydan 12 aya kadar olan taksit ödemeleri tutarının yüzde 150, kalan vadesi 12 ayı aşan taksit

ödemeleri tutarının ise yüzde 200 risk ağırlığına tabi olması hükme bağlanmıştır. Bu değişiklik ile artan taksit sayısı nedeniyle kart sahibinin önümüzdeki dönemlere ilişkin ödeme gücünün belirsizliğinin artması nedeniyle bankaların sermaye yeterliliklerinin güçlendirilmesi ve daha ihtiyatlı olmalarını sağladığı düşünülmektedir.

Şekil 1. Üye İşyeri Açısından Kredi Kartı Sistemi



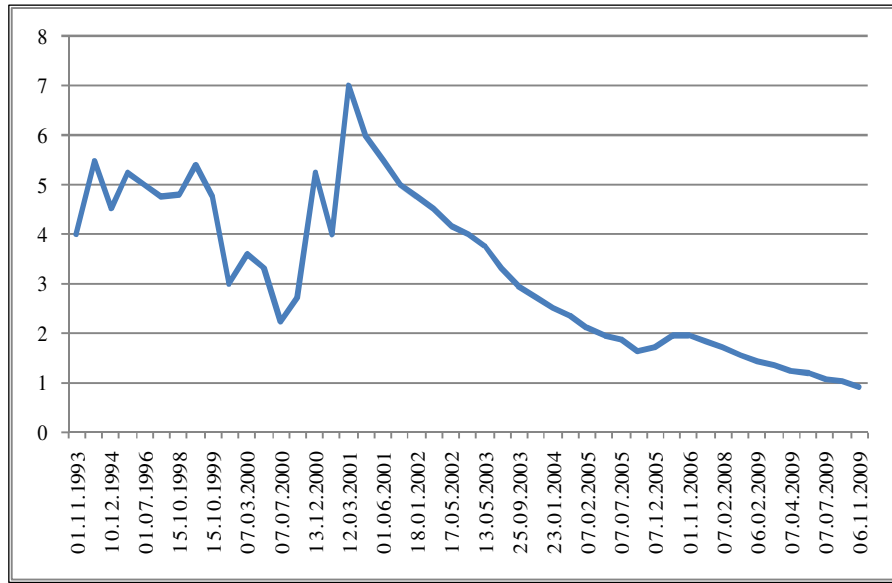
Kredi kartı kullanılarak peşin (tek çekim) işlem yapılabileceği gibi ülkemizde taksitli alışveriş de yapılabilmektedir. Üye işyerleri nakit ihtiyaçları nedeniyle, peşin ya da taksitli işlem sonucunda elde ettikleri satış tutarını vadeyi beklemeden anlaşmayla belirlenen bir iskonto karşılığında çekebilmektedirler. Peşin işlemlerde üye işyeri, alışveriş tutarını ertesi iş günü belirli bir komisyon karşılığında bankadan alabilmekte ya da banka tarafından belirlenen gün sayısına göre bu tutarı bankada bloke etmekte ve iskonto kesintisi olmaksızın bu sürenin sonunda tamamını alabilmektedir. Taksitli işlemlerde ise ertesi iş günü üye işyeri iskonto ettirerek alışveriş tutarını alabilmekte ya da vade sonlarında ödeme tutarlarını alabilmektedir (Şekil 1).

Kredi kartları sisteminde bankanın point of sale (POS) makinesi kullanılarak başka bir banka kartı ile işlem yapılması durumunda alınan komisyon oranı; kabulcü bankanın (üye işyeri ile anlaşma yapan ve ihraççı bankasının POS makinesini kullanan kuruluş) ihraççı bankaya (kredi kartını çıkaran kuruluş)

ödediği takas komisyonu faktörü nedeniyle artmaktadır. Bilindiği gibi takas komisyonu, kabulcü bankanın ihraççı bankaya yapılan işlem nedeniyle ödediği ve kart kuruluşları tarafından ortak olarak belirlenen orandır. Türkiye’de takas komisyonu Bankalararası Kart Merkezi tarafından belirlenmektedir. Son olarak Kasım 2009 tarihinde değiştirilen oran yüzde 0,91 olarak uygulanmaktadır.

Kartlı ödemeler sisteminde sistemin işlemlerini sağlayan taraflardan kabulcü bankalar takas komisyonuna katlanırken, vadeli işlemler nedeniyle üye işyerleri de satış tutarını belirli dönemlerde vade sonuna kadar aldıkları için nakit sıkıntısı çekebilmektedirler. Bankalar, üye işyerlerine alış veriş tutarını belirli bir komisyon karşılığında ertesi iş günü alma hakkı vermektedirler. Ancak burada üye işyerinin katlandığı komisyon oranı dikkat çekicidir.

Grafik 4. Bankalarca Kredi Kartlarına Uygulanan Takas Komisyonunun Gelişimi (%)



Kaynak: BKM (Grafikte, takas komisyonu oranının değiştiği tarihler belirtilmiş olup, tarih aralıklarında farklılıklar bulunabilmektedir.)

Takas komisyonunun kredi kartı sistemindeki yerini ortaya koyan farklı görüşler olmakla birlikte, Baxter (2003) takas komisyonunu, kart

kullanıcısı ve üye işyeri tarafından kredi kartlarının kullanımı sonucu ortaya çıkan maliyetin kart çıkaran kuruluş ve üye işyeri anlaşması yapan kuruluşun arasında paylaşılmasını dengeleyici bir ücret olarak tanımlamıştır.

Diğer yandan, Carlton ve Frankel (1995) ise takas komisyonunun olumsuz taraflarına değinmiş olup, sistem katılımcılarının maliyetlerini karşılamak için ihtiyaç duyulduğu ileri sürülen takas komisyonu yerine, kredi kartlarını kullanan tüketicilerden, kredi kartı kullandıkları için ilave ödeme tahsil edilmesinin, sistem maliyetlerini karşılamakta etkili olacağını savunmuşlardır.

Kredi kartı çıkaran bankaların POS makinesi kurmak, işletmek, sigorta gibi maliyetleri olmasının yanı sıra borcunu zamanında ödeyen müşterinin alışveriş – ödeme dönemi arasındaki işlemlerinin finansmanı sağlamaktadır. Diğer yandan, kredi kartları için ayrılan limitler nedeniyle karşılık ayırmaları gerekmektedir. Söz konusu maliyetleri karşılamak için faiz gelirleri ve ücret ve komisyonlardan elde ettiği gelirler mevcuttur. Ayrıca, bankaların kredi kartını ödeme aracı olarak kullanan müşteriler nedeniyle ortaya çıkan maliyetin önemli bir kısmını üye işyerinden elde edilen komisyonla karşıladıkları da düşünülmektedir. Diğer yandan ekonominin kayıt altına alınması konusunda kredi kartlarının sağladığı avantaj da göz ardı edilmemelidir.

Bu çalışmada amaç Türkiye’de kredi kartı sektöründe pazar payı büyük olan bankalara ait veriler kullanılarak taksitli ve peşin işlemlerde uygulanan komisyon oranları ve bloke gün sayılarını analiz ederek, bankaların belirledikleri bu oranların ve katlandıkları fırsat maliyetinin, piyasa faiz oranları ile arasındaki ilişkiyi incelemektir.

3. Veri

Kredi kartlarından elde edilen komisyon oranlarını ve promosyonları incelemek amacıyla ülkemizde kredi kartı sektöründe faaliyet gösteren ve 2007 yılı sonu itibarıyla kredi kartı piyasasının yüzde 89’unu oluşturan 7 özel bankadan

peşin ve taksitli işlemlerde uyguladıkları komisyon oranları ve ödül puan, mil gibi promosyonlara ilişkin bilgi talep edilmiştir.

Peşin işlemlerde bankalar üye işyerlerine iki seçenek sunmaktadır. Peşin satış sonrası üye işyeri isterse alış veriş tutarını ertesi iş günü belirli bir komisyon oranı karşılığında alabilmekte isterse, sektöre göre belirlenen gün kadar bankada bloke ederek komisyon ödemedi çekebilmektedir. Ayrıca kabulcü banka ile ihraççı bankanın farklı olması durumunda takas komisyonu nedeniyle, banka POS makinesi kullanılarak başka bir banka kartı ile işlem yapılması durumunda uygulanan bloke gün sayısı ve komisyon oranı artmaktadır.

Bankalardan peşin işlemlerde uygulanan komisyon oranlarının sektör bazında kampanya bilgileri dikkate alınarak verilmesi istenmiş ancak kampanyalardaki farklılıklar nedeniyle bütün bankalarda aynı sektörlerle ait bilgiler toplanamamıştır. Söz konusu bankalardan alınan bu bilgilere göre, peşin işlemlerde uygulanan komisyon oranları genel olarak yüzde 0,5-2 arasında seyrettiği, ancak yine de tek düze bir komisyon oranından bahsetmenin güç olduğu görülmektedir. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı sektörlerde ya da bankalar ve üye işyerinin aynı yapının iştirakleri olması durumunda kimi firmalara daha düşük komisyon oranı seçenekleri sunulabilmektedir. Diğer yandan, ürün çeşitliliğine gidilemeyen akaryakıt sektörü gibi rekabetin yoğun olduğu sektörlerde uygulanan komisyon oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Bankalardan alınan bilgilere göre bir banka tarafından dayanıklı tüketim mallarına (mobilya sektörü, beyaz eşya, tekstil sektörü) uygulanan komisyon oranları daha yüksek olup, dayanıksız tüketim mallarına uygulanan komisyon oranları ise daha düşük gerçekleşmektedir.

Bankaların sektör bazında verdikleri bilgilerde ilgili kuruluşun banka ile aynı holding kapsamında olması, uzun süreli müşteri ilişkisi ve diğer faktörlerin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu kapsamda, sektör kapsamında farklı firmalara farklı komisyonlar da uygulanmaktadır.

Taksitli işlemlerde ise tüm sektöre ait toplu bir komisyon oranı verilmesi talep edilmiş olup, böylece vade yapısının değişimi ile bankaların elde ettikleri iskonto geliri ile finansman maliyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Peşin işlemlerde bankalar kimi sektörlerle, hem komisyon karşılığında ertesi gün ödeme hem de bloke etmeyi, kimi sektörlerde ise bu seçeneklerden sadece birini sunduğu görülmektedir. Yaptığımız araştırmanın sonucu ulaşılan saptamalar aşağıdaki şekildedir.

➤ Küçük firmaların, büyük firmalara göre pazarlık güçleri zayıf olması nedeniyle bu firmalara uygulanan komisyon oranları daha yüksek olabilmektedir. Dolayısıyla sektörel bazda ve firma büyüklüklerine bağlı olarak uygulamada değişikliğe gidilebilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus bankanın, devamlı müşterisiyle olan işlemlerin sadece kredi kartı sektörüyle sınırlı olmamasıdır. Üye işyerinin aynı zamanda farklı bankacılık işlemlerini de aynı banka üzerinden gerçekleştirilebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

➤ Aynı holding çatısı altında bulunan şirketlerin iç içe geçmiş finansal ilişkileri nedeniyle daha uygun komisyon oranı seçeneği sundukları gözlemlenmiştir.

➤ Akaryakıt sektörü gibi rekabetin yoğun olarak yaşandığı ve ürün çeşitliliğinin pek olmadığı sektörlerde, komisyon oranları birbirine daha yakın ve düşük belirlenmektedir.

➤ Beyaz eşya, mobilya gibi dayanıklı malların satışında taksitlendirme tercih edilmekte olup, bu gelişmede bankaların geçmişte çek, senet kullanımının yaygın olduğu sektörlerde kredi kartının yaygınlaştırılması amacının temel oluşturduğu düşünülmektedir.

Taksitli işlemlerde ise bankaların alışveriş tutarının ertesi gün üye işyerine ödenmesi durumunda, üye işyerlerine uyguladıkları iskonto oranları hesaplamada dikkate aldıkları maliyetlerin analizi amacıyla TCMB O/N borç alma faiz oranı ana

maliyet kalemi olarak kullanılmıştır. Buna göre, üye işyerine ödenecek net bugünkü değerin (NBD), (bankalarca vadeye yani taksit sayısına göre verilen iskonto oranı x 100) olduğu ve vadelerde ödenen tutarların eşit olduğu varsayımı ile her banka için bu eşitliği sağlayan aylık basit faiz oranı hesaplanmıştır. Burada amaç, bankanın kart müşterisine kredi vermek yerine TCMB'ye borç verdiği takdirde elde edeceği getiri ve taksitli işlemler sonucu elde ettiği iskonto getirisi arasındaki ilişkinin incelenmesidir.¹

Takas komisyonu nedeniyle bankalar katlandıkları maliyetin bir kısmını iskonto oranlarını yüksek tutarak üye işyerlerine yükleme motivasyonuna sahip olabilecekleri düşünülmektedir. Bu durumda yüksek komisyon oranlarıyla karşılaşan üye iş yerleri bu maliyetlerinin bir kısmını fiyatlara yansıtma eğiliminde olacaklardır. Fiyatlardaki katılık ve artış nedeniyle kredi kartı sistemindeki maliyetlerin enflasyon hedeflerine ulaşmada katılık yaratabileceği düşünülmektedir.

4. Metodoloji

Taksitli işlemler için yukarıda belirtilen ilişki kapsamında, analiz sonucunda TCMB gecelik borç alma faiz oranının, NBD eşitliğini sağlayan iskonto oranının üzerinde olması durumunda, bankanın, taksitli işlem tutarını ertesi gün üye işyerine ödediği takdirde katlandığı zararı kredi kartlarından elde ettiği komisyon gelirleriyle ikame ettiği sonucuna ulaşılacaktır. Aksi durumda ise TCMB faizlerinin üzerinde bir maliyet hesaplaması yaptıkları ve bankaların söz konusu iskonto oranları ile kâr sağladıkları ve sonucuna varılacaktır.

Net bugünkü değer (NBD) hesaplamasında ise;

n: vade (taksit sayısı)

¹ Taksitli işlemler için uygulanan komisyon oranları için tüm sektöre ait toplu veri talep edilmesine rağmen, bir bankanın taksitli işlemler için üye işyerine uyguladığı iskonto oranlarını farklı sektörler bazında belirtmesi ve her sektör için 1-12+ aralığında taksit bulunmaması nedeniyle, çalışmada piyasanın tamamına uygulanan iskonto oranını belirlemek için taksit sayısına göre en çok kullanılan iskonto oranından yararlanılmıştır.

i : işlem tutarını ertesi gün üye işyerine ödemek için yapılan iskonto miktarını belirlemede kullanılan faiz oranı (aylık),

$$\text{Taksitlerin Net Bugünkü Değer Toplamı} = \frac{\text{Taksit}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{Taksit}_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{Taksit}_n}{(1+i)^n}$$

$$\text{Dönemsel İskonto Oranı} = (100 - \text{Üye İşyerine Yapılacak Net Ödeme})/100$$

formülasyonu kullanılmıştır.

Dönemsel iskonto oranı = [(1-Taksitli İşlem Komisyonu)*Vergi Dahil İskonto Oranı] + Taksitli İşlem Komisyonu + Hediye Puan

Bankalar, taksitli işlemler için uyguladıkları üye işyeri iskonto oranlarını belirlerken vergi maliyetini hesaplamalara dahil etmekte olup, hediye puan maliyetini üye işyerine yansıtmaktadırlar. Bu çalışmada, bankaların komisyonu belirlemede dikkate aldıkları gösterge faizler üzerinde durulacaktır. Analizde taksit tutarlarının birbirine eşit olduğu ve dönem sonunda ödendiği varsayımı yapılmıştır.

Örneğin, 100 YTL'lik 4 taksitli bir alış veriş tutarını üye işyeri ertesi iş günü bankadan çekmek isterse, bankanın yüzde 5 komisyon (iskonto) oranı uygulandığını düşünelim. Bu durumda kredi kartı sahibinin alış veriş tutarını her ayın sonunda eşit taksitlerde yani 25 TL olarak bankaya ödeyeceği ve bankanın başka bir maliyetinin olmadığı varsayımıyla bu komisyon oranını belirlemede kullanılan faiz oranının hesaplanması aşağıdaki şekilde yapılmaktadır.

$$\frac{(100 - 5)}{(1+i)^1} = \frac{25}{(1+i)^1} + \frac{25}{(1+i)^2} + \frac{25}{(1+i)^3} + \frac{25}{(1+i)^4} = 95$$

Burada bankanın iskonto oranını belirlerken dikkate aldığı faiz oranı belirlenecek ve farklı bankalar ve taksit sayıları için bu faiz oranlarının nasıl gerçekleştiğine bakılacaktır. Ayrıca, bankanın kart müşterisine kredi vermek yerine TCMB'ye borç verdiği takdirde elde edeceği getiri ve taksitli işlemler sonucu elde ettiği iskonto getirisi arasındaki ilişki incelenecektir. Ancak, burada bankanın bu işlemde katlandığı tek maliyetin TCMB gecelik faiz oranından kaynaklanan fırsat

maliyeti olduğu, dolayısıyla diğer maliyet unsurlarının olmadığı varsayımı yapılmıştır.

Tablo 1: Taksitli İşlemlerde Alış Veriş Tutarının Ertesi Gün Üye İşyerine Ödenmesi Durumunda Uygulanan Komisyon Oranı (%)

Taksit Sayısı \ Komisyon (%)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ortalama	3,9	4,8	5,7	6,6	7,5	8,3	9,2	10,0	10,9	11,7	12,5
Minimum	1,6	2,4	4,0	4,8	5,6	6,4	7,2	7,9	8,7	9,4	10,2
Maksimum	5,9	6,7	7,5	8,3	9,1	9,9	10,9	11,8	12,7	13,6	14,5
Standart Sapma	1,5	1,5	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5

Kaynak : Analize dahil edilen bankalardan alınan bilgiler.

Bankaların daha uzun vadelerde uyguladıkları iskonto oranlarının, kaynak maliyeti nedeniyle arttığı görülmektedir. Bankaların komisyon oranlarının dağılımındaki farklılıkları bu sektördeki rekabete yaklaşımlarını da göstermektedir.

Tablo 2: Üye İşyerinin Alışveriş Tutarını Ertesi Gün Bankadan Çekmesi Durumunda Bankanın Alacağı Komisyonu Hesaplama Kullandığı Yıllık Basit Faiz Oranı (%)

Taksit Sayısı \ Yıllık Faiz (%)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ortalama	32,3	29,8	29,0	28,0	27,3	26,8	26,4	26,1	25,9	25,7	25,4
Minimum	13,0	14,7	19,9	20,0	20,1	20,2	20,2	20,2	20,2	20,2	20,3
Maksimum	50,2	42,5	38,4	35,5	33,5	32,1	31,5	30,9	30,6	30,2	30,0
Standart Sapma	12,6	9,5	7,0	5,9	5,2	4,7	4,3	4,0	3,8	3,7	3,4

Kaynak : Analize dahil edilen bankalardan alınan bilgiler ve yazarın hesaplamaları.

Yukarıda tabloda görüldüğü üzere, analize dâhil olan bankaların uyguladıkları iskonto faiz oranlarının standart sapma değerleri taksit vadesi uzadıkça gerilemekte olup, uzun vadede bankalar dikkate aldıkları iskonto faiz oranları birbirlerine yaklaşmaktadır. Vade yapısı uzadıkça bazı bankaların

komisyon oranını belirlemede dikkate aldıkları faiz oranlarının düştüğü dikkat çekmekte olup, bu bankaların Merkez Bankası'nın o dönemde faiz oranlarını indireceği beklentisinin etkili olduğu düşünülmektedir. Diğer bir ifade ile kısa vadeli işlemlerde üye işyerinin katlandığı faiz oranı daha yüksek olarak belirlenmektedir. Sonuç olarak, bankalar iskonto oranlarını belirlerken TCMB O/N borç alma faizinde üzerinde bir maliyet oranı belirlemektedirler.

Senaryo A

Bankalar, toplam iskonto oranlarını belirlerken kart sahibine verilen hediye puanı (bonus) da maliyetlere dahil etmekte, böylece taksitli işlemlerde üye işyerinin vadeyi beklemeden ertesi iş günü işlem tutarını çekmesi durumunda katlandığı maliyet de artmaktadır.

Çalışmada müşteriye verilen hediye puanının maliyetine tamamen bankanın katlandığı durum Senaryo A'da ele alınmış olup, iskonto oranı hesaplamasında hediye puanının dikkate alınmadığı varsayımı ile komisyonun hesaplanmasında dikkate alınan piyasa faiz oranı yeniden hesaplanmıştır. Bankalardan talep edilen bilgiler kapsamında hediye puanların sektör genelinde yüzde 0,5-2 aralığında seyrettiği gözlenmiş olup, Senaryo A'da bu oranın yüzde 1 olduğu kabul edilmiştir. Buna göre, mevcut iskonto oranları ile üye işyerlerini katlandığı komisyon oranları yüzde 1 oranında azalmış olup, bu iskontoların hesaplanmasında dikkate alınan faizler aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

Tablo 3 - Senaryo A (Aylık)

Taksit Sayısı \ Komisyon (%)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ortalama	2,9	3,8	4,7	5,6	6,5	7,3	8,2	9,0	9,9	10,7	11,5
Minimum	0,6	1,4	3,0	3,8	4,6	5,4	6,2	6,9	7,7	8,4	9,2
Maksimum	4,9	5,7	6,5	7,3	8,1	8,9	9,9	10,8	11,7	12,6	13,5
Standart Sapma	1,5	1,5	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5

Senaryo A'ya göre hesaplanan aşağıdaki tabloda, hediye puanların banka tarafından karşılandığı varsayılan durumda uygulanan faiz oranlarının standart sapmasının mevcut duruma göre 4 bankada arttığı görülmektedir.

Tablo 4 - Senaryo A (Yıllık)

Taksit Sayısı \ Yıllık Faiz (%)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ortalama	23,8	23,4	23,8	23,6	23,5	23,4	23,4	23,3	23,3	23,3	23,2
Minimum	4,8	8,5	14,8	15,7	16,4	16,9	17,2	17,5	17,8	17,9	18,1
Maksimum	41,3	35,8	33,0	30,9	29,5	28,6	28,4	28,1	28,0	27,7	27,7
Standart Sapma	12,3	9,4	6,8	5,8	5,1	4,6	4,2	3,9	3,7	3,6	3,3

Özellikle bir bankanın ödül puan maliyetine bankanın katlandığı durumda vadeye göre dikkate aldığı faizlerin vade uzadıkça önemli ölçüde arttığı ve 2 taksitli işlem ile 12 taksitli işlem için komisyon oranının hesaplamasında dikkate alınan faiz oranı arasındaki farkın 8 puan olduğu görülmektedir.

Senaryo A sonucunda dahi bankaların, belirledikleri iskonto oranları, finansman maliyeti olarak kabul edilen Merkez Bankası borç alma faiz oranının üzerinde gerçekleşmektedir. Bu durumda, bankaların iskontolar aracılığıyla kredi kartlarından kâr elde ettikleri düşünülmektedir.

Senaryo B

Senaryo B'de ise müşteriye verilen hediye puanın maliyetine yine tamamen bankanın katlandığı, iskonto oranı hesaplamasında dikkate alınmadığı ve ödül puan oranının yüzde 0,5 olduğu varsayımı ile hesaplamalar yeniden yapılmıştır.

Tablo 5 - Senaryo B (Aylık)

Taksit Sayısı \ Komisyon (%)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ortalama	3,4	4,3	5,2	6,1	7,0	7,8	8,7	9,5	10,4	11,2	12,0
Minimum	1,1	1,9	3,5	4,3	5,1	5,9	6,7	7,4	8,2	8,9	9,7
Maksimum	5,4	6,2	7,0	7,8	8,6	9,4	10,4	11,3	12,2	13,1	14,0
Standart Sapma	1,5	1,5	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5

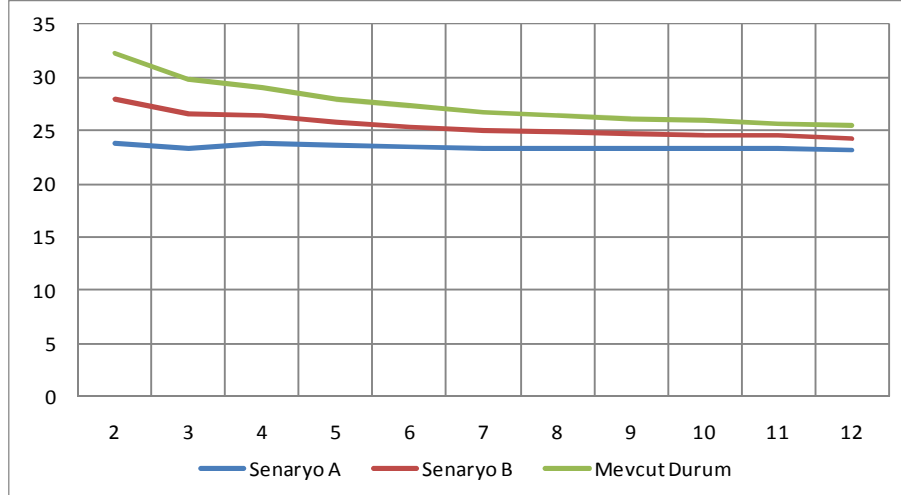
Bir bankanın dikkate aldığı faizler mevcut durumda yatay seyretmekle birlikte senaryo A ve B’de vade uzadıkça artış eğilimine girmekte olup, aynı zamanda faizlerin hareket ettiği alan da genişlemektedir.

Tablo 6 - Senaryo B (Yıllık)

Taksit Sayısı \ Yıllık Faiz (%)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ortalama	28,0	26,6	26,4	25,8	25,4	25,1	24,9	24,7	24,6	24,5	24,3
Minimum	8,9	11,6	17,3	17,8	18,2	18,6	18,7	18,9	19,0	19,1	19,2
Maksimum	45,7	39,1	35,7	33,2	31,5	30,3	30,0	29,5	29,3	29,0	28,8
Standart Sapma	12,4	9,4	6,9	5,9	5,2	4,6	4,3	4,0	3,8	3,6	3,3

Bir bankada ise mevcut durumda vade uzadıkça artan faizler, ödül puan maliyetinin yüzde 1 olduğu banka tarafından karşılandığı Senaryo A’da düşerken, yüzde 0,5 olarak kabul edilen senaryo B’de ise artış göstermektedir (Grafik 4).

Grafik5. Taksit Sayısına Göre Yıllıklandırılmış Faiz Oranlarının Gelişimi (%)



Kaynak: Analize dahil edilen bankalardan alınan veriler, yazarın hesaplamaları

Mevcut durum ve senaryo analizleri karşılaştırıldığında bankaların iskonto oranları belirlerken dikkate aldıkları faiz oranlarının farklı aralıklarda hareket etmekte birlikte temel olarak aynı faiz aralığına yaklaştığı görülmektedir. Dikkate alınan faiz oranları genel olarak yüzde 20-30 faiz bandında hareket etmektedir. Diğer yandan uzun vadeli taksitlendirme anlaşmalarının çoğunlukla büyük firmalarla yapıldığı için rekabetçi ortam nedeniyle faizlerin aynı aralıkta hareket ettiği düşünülmektedir.

5. Sonuç

Bu çalışmada, bankacılık sisteminde toplam kredi kartı harcamalarının krediye dönüşen tutarının toplam kredi kartlarına oranının 2007 yılsonunda yüzde 30 olduğu ortamda, piyasa faiz oranlarının oldukça üstünde gerçekleşen kredi kartı faiz oranlarının ve aslında faiz gelirleri kadar önemli bir kalem olan bankaların kredi kartı işlemleri üzerinden aldıkları ücret ve komisyonlar üzerinde durulmuştur. Kredi kartlarından elde edilen faiz gelirlerinin kredi kartları bakiyesine oranı yüzde 14,6 iken ücret ve komisyon gelirlerinin oranı ise yüzde 11,8 seviyesindedir. Dolayısıyla, faiz oranları nedeniyle elde edilen faiz gelirlerinin dışında,

komisyonlar kanalıyla bankalar kârlılıklarını artırmaktadırlar. Ancak rekabetin yoğunluğuna bağlı olarak sektörel bazda komisyon oranlarında farklılık olduğu gözlenmiştir. Örneğin akaryakıt gibi homojen ürünlerin olduğu sektörlerde komisyon rekabetin çok olması nedeniyle komisyon oranları yüzde 1'in altında gerçekleşirken, rekabetin daha az olarak gözlendiği gıda, giyim vs. gibi sektörlerde daha yüksek yüzde 2'ye yaklaşan komisyon oranları uygulanmaktadır. Diğer yandan, banka ile ilgili kuruluşun aynı yapının iştiraki olması durumunda firma bazında kâr gözetilmeksizin komisyon oranları belirlenebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ausubel, L. (1991). The Failure of Competition in the Credit Card Market. *The American Economic Review*.
- Aysan, A. F., L. Yıldırım, G.İ. Kara, N. A. Müslim ve U. Dur (2008). Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet. *İşletme İktisat Finans. Yayınlanmak Üzere*.
- Aysan, A. F., ve N. A. Müslim (2007). An Empirical Examination of Price Competition in the Turkish Credit Card Market, *Topics in Middle Eastern and North African Economies, MEEA Online Journal, Vol. 9*.
- Aysan, A. F., ve N. A. Müslim (2006). Assessing the Competition in the Credit Card Market in Turkey: A New Empirical Evidence. *International Management Development Research Yearbook, K. Erdener & H. Talha (eds.), Vol.15, pp. 147–154, International Management Development Press, Hummelstown, Pennsylvania, USA*.
- Aysan, A. F. and Yildiz, L. (2007). The Regulation of the Credit Card Market in Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics, Vol.2, No. 11, pp. 141-154*.
- Baxter, W.F. (1983). Bank Interchange of Transactional Paper: Legal Perspectives. *Journal of Law and Economics*
- Carlton, D.W. ve A.S. Frankel (1995). The Antitrust Economics of Payment Card Networks. *Antitrust Law Journal*.

Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı Ve Maliyeti

Hasan Erol*

ÖZET

Kredi Kartı Kanunu çerçevesinde TCMB tarafından belirlenen kredi kartı faiz oranlarının, kredi kartı kullanımına bağlı olarak farklı ve daha düşük değerler aldığı ve kredi kartı efektif faiz oranlarının çeşitli parametrelere bağlı olarak değişken olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kredi kartı efektif faiz oranı, kredi kartı harcamalarının ekstre dönemindeki dağılımına, kredi vadesinin uzunluğuna, kredi kartı harcama limitlerine ve asgari ödeme tutarına bağlı olarak farklı değerler alabilmektedir. Kredi kartı kredilendirilmesinin kısa vadelerde kullanılması ve kart harcamalarının hesap döneminin ilk iş gününde yapılması durumunda kredi kartı efektif faiz oranları en düşük değerlerini almaktadır. Ayrıca, kredi kartı ürünü bireysel ihtiyaç kredisi ürünü ile de karşılaştırılmış, kredi kartının düşük kredi tutarlarında ve kısa vadelerde bireysel ihtiyaç kredisine göre daha hesaplı bir ürün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kredi Kartı, Bireysel Kredi, Efektif Faiz Oranı

JEL Sınıflandırması: G210, E400, G280

Credit Card Effective Interest Rate and Cost

ABSTRACT

It has been concluded that credit card interest rates determined by CBRT are variable depending on different parameters and credit card interest rates might have different and low values. Credit card effective interest rate might have different values depending on how credit card expenditures are distributed through the credit card statement period, the length of credit term, credit card expenditure limit and minimum payment amount. Credit card effective rate has its lowest value when card credit is used for short terms and card expenditure is done at very first day of card statement period. In addition, credit card product was compared by personal loan and it has been concluded that credit card is a rational product to use when it is used at small loan amounts and for short terms.

Keywords: Credit Card , Personal Credit, Effective Interest Rate

JEL Classification: G210, E400, G280

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye • EROL: hasan.erol@tcmb.gov.tr • Çalışmada sunulan görüşler yazara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı ve Maliyeti

1. Giriş

2006 yılı Mart ayında kredi kartları hakkında yapılan yasal düzenleme ile maksimum kredi kartları faiz oranlarının belirlenmesi hususu Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasına (TCMB) bırakıldı. Bu tarihten itibaren TCMB üçer aylık dönemler itibarıyla kredi kart faiz oranları belirlemektedir. Bununla birlikte kredi kartları faiz oranı seviyesi hakkında birbirine zıt iki görüş geçerliliğini korumaktadır. Bunlardan birincisi kredi kartı kullanıcılarına ait olup kredi kartları genel faiz seviyesinin halen çok yüksek olduğu ve kredi kartı faiz oranlarının daha da düşürülmesi gerektiği görüşüdür. Diğer yandan bankalar ise kredi kartı faiz oranlarının olması gerekenden daha fazla düşürüldüğü ve efektif faiz oranlarının liste faiz oranlarından daha da düşük olduğunu savunmaktadır.

Bu iki zıt görüşten hangisinin kredi kartı faiz oranlarının genel seviyesi hakkında daha doğru olduğunun anlaşılması ve kredi kartı fiyatlama mekanizmasının sektördeki tüm oyucular açısından daha iyi kavranabilmesi için bu çalışma yapılmış ve gerçekte müşteriye yansıyan efektif kredi kartı faiz oranının liste faiz oranlarından daha farklı olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan, hesaplanan kredi kartı efektif faiz oranlarının farklı senaryolar altında farklı değerler aldığı ve tek bir efektif faiz oranından bahsetmenin doğru olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, farklı senaryolar altında elde edilen efektif faiz oranları alternatif ürün faiz oranları ile karşılaştırılmış ve alternatif ürün faiz oranı seviyelerinden ne kadar farklı oldukları ortaya konulmuştur.

Kredi kartı ürününün tüketiciye çok maliyetli olup olmadığı farklı bir yaklaşımla da incelenmiş, aynı tutarlardaki bireysel ihtiyaç kredisi ile kredi kartı kredisinin geri ödemeleri karşılaştırılmış, göreceli maliyetleri ortaya konularak hangi durumlarda kredi kartının daha hesaplı olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır.

Ayrıca, söz konusu maliyet oranının kredi kartı faiz oranına duyarlılığı da ortaya konulmuştur.

Çalışmanın ilk bölümünde, kredi kartı faiz oranının görüldüğünden daha az olduğu iddiası incelenmiş, kredi kartı liste faiz oranının, müşteriye yansıyan efektif faiz oranından farklı olduğunun ve kredi kartı efektif faiz oranının hesaplanması için kullanılan yaklaşımın anlaşılması amaçlanmıştır. Farklı senaryolarda, kredi kartı liste faiz oranları üzerinden hesaplanan kredi kartı efektif faiz oranları elde edilmiş ve alternatif ürün faiz oranları ile karşılaştırılmıştır. İkinci bölümde ise kredi kartı geri ödemeleri ile bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin karşılaştırılması yapılmış ve özellikle söz konusu geri ödemelerin birbirine oranının kredi kartı faiz oranına olan esnekliği anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışma sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

2. Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı

Bu bölümde, kredi kartı efektif faiz oranı hesaplama tekniği ortaya konularak kredi kartı efektif faiz oranlarının nasıl hesaplanacağı, kredi kartı efektif faiz oranlarının her bir liste faiz oranı için sabit bir değer olamayacağı ve farklı senaryolarda farklı değerler alabileceği gösterilmiş ve elde edilen kredi kartı efektif oranlarının alternatif ürün faiz oranları ile karşılaştırılması yapılmıştır.

2.1. Efektif Faiz Oranı Hesaplama Yöntemi

Tarafımızca yapılan hesaplamada yıllık maliyet oranı hesaplama mantığı kullanılmış ve kredi kartı müşterisinin harcama tutarları ile geri ödemelerinin bugünkü değerlerinin toplamını birbirine eşitleyen değer kredi kartı faiz ödemelerinin müşteriye gerçek maliyetini yansıttığı düşünülmüştür. Bu yöntemle yapılan hesaplamalarda elde edilen efektif faiz oranlarının farklı senaryolar altında kredi kartı liste faiz oranının altında olduğu görülmektedir.

Yıllık maliyet oranı, Avrupa Topluluğu Konseyi'nin 22 Aralık 1986 tarihli (87/102/EEC) sayılı Direktifinin II(I)(a) maddesinde tanımlandığı üzere banka ve müşteri arasında yapılan kredi anlaşması çerçevesinde mevcut ve gelecekteki tüm taahhütlerin (kullandırılan kredi tutarı, geri ödemeleri ve kredi dışındaki maliyetler) şimdiki değerlerini birbirine eşitleyen faiz oranı olarak tanımlanmakta ve aşağıda 2.1 no.lu denklemde gösterilmektedir.

$$\sum_{K=1}^{K=m} \frac{A_K}{(1+i)^{t_K}} = \sum_{K'=1}^{K'=m'} \frac{A'_{K'}}{(1+i)^{t_{K'}}} \quad (2.1)$$

Burada K, kredinin sayısını, K'; kredi geri ödemelerinin ve kredi dışındaki diğer maliyetlerin sayısını, A_K ; K'nıncı kredinin tutarını, A'_{K'}; K'nıncı kredi geri ödemesinin ve diğer maliyet tutarını, t_k; iki kredi arasındaki zaman aralığını; t_{k'}; iki kredi geri ödemesi ve diğer maliyet arasındaki zaman aralığını, i; kredi ve kredi geri ödeme tutarları ile kredi dışındaki diğer maliyet tutarlarının bugünkü değerini eşitleyen oranı (yıllık maliyet oranını) göstermektedir.

Tablo 1'de kredi kartı ile yapılan harcamaların bugünkü değerlerinin toplamı ile kredi kartı borç geri ödemelerinin bugünkü değerlerinin toplamını birbirine eşitleyen oran (Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı 30 Günlük), kredi kartı kredisinin müşteriye efektif maliyet oranı olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, kredi kartı ödeme planına müşterilerden her yıl sonunda alınan ve ortalama 22 TL olarak hesaplanan kredi kartı ücretinin 70 günlük değeri olan 4 TL'de eklenmiştir. Böylece kredi kartı liste faiz oranı olan yüzde 4,93'ün altında yüzde 2,65 değeri elde edilmiştir.

Tablo 1'de sunulan hesaplamada müşterinin 1000 TL'lik limit dahilinde yaptığı kredi kartı harcamalarının ay içerisinde eşit dağıldığı ve müşterinin ikinci ay harcamaya devam etmediği senaryosu altında müşteriye yansıyan efektif faiz oranının yüzde 2,65 olarak gerçekleşeceği bulunmaktadır.

Tablo 1. Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı Hesaplama Tablosu (Harcamaya devam etmeyen)

Kredi Kartı Harcama Planı					
Harcama Miktarı (A)	Gün	Vade	Gün/Vade	İskonto Değeri (B)	Harcama Tutarının Bugünkü Değeri (A/B)
33,333	1	70	0,014286	1,0009	33,30425
.....
33,333	30	70	0,428571	1,0265	32,47187
Harcamaların Bugünkü Değerlerinin Toplamı					986,591
<i>Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı (70 Günlük) (%)</i>					6,30
<i>Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı (30 Günlük) (%)</i>					2,65

Kredi Kartı Borcu Geri Ödeme Planı					
Ödeme Tutarı (C)	Gün	Vade	Gün/Vade	İskonto Değeri	Geri Ödemelerin Bugünkü Değeri
200	40	70	0,571429	1,0355	193,1382
839,44	70	70	1	1,063	789,6896
4	70	70	1	1,063	3,762935
Geri Ödemelerin bugünkü Değerlerinin Toplamı					986,291
<i>Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı (70 Günlük) (%)</i>					6,30
<i>Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı (30 Günlük) (%)</i>					2,65

2.2. Efektif Kredi Kartı Faiz Oranı Hesaplama Senaryoları

Efektif kredi kartı faiz oranları, kredi süresinin uzunluğuna, kredi kartı harcama tutarlarına, kredi kartı asgari ödeme tutarına, kredi kartı harcamalarının ay içindeki dağılımına duyarlı olmakta ve bu parametrelerdeki değişikliklere bağlı olarak farklı değerler alabilmektedir. Dolayısıyla tek bir liste kredi kartı faiz oranı için tek bir efektif kredi kartı faiz oranından bahsetmek mümkün değildir. Yukarıda bahsi geçen dört parametreye bağlı olarak efektif oranlar liste faiz oranına

yakınsayıp uzaklaşabilmektedir. Bu bölümde alternatif kredi kartı efektif faiz oranı hesaplama senaryoları ortaya konulacaktır.

Aşağıda Tablo 2’de kredi kartı efektif faiz oranı hesaplama senaryoları ortaya konulmaktadır. Harcama durumu, kredi kartı müşterisinin kredi kartı limiti dahilinde ilk ay harcama yaptıktan sonra harcamaya devam etmesi ya da devam etmemesine bağlı olarak iki farklı senaryoda incelenmektedir. Kredi kartı harcamalarının dağılımı da harcamaların ay içinde eşit dağılması, yani her gün aynı miktarda harcama yapılmış olması, harcamanın ayın ilk iş günü ya da son iş günü yapılması olarak üç ayrı durumda analiz edilmiştir.

Tablo 2. Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı Hesaplama Senaryoları

Harcama Durumu	Harcamanın Dağılımı	Kredi Süresi	Harcama Limiti	Minimum Ödeme Oranı
Harcamaya devam etmeyen	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılması	1 ay	500 TL	% 10
	Harcamanın ekstre döneminin ilk iş günü yapılması	3 ay	1000 TL	% 20
Harcamaya devam eden	Harcamanın ekstre döneminin son iş günü yapılması	6 ay	2500 TL	% 30
		9 ay	5000 TL	% 40

Kredi kartı kredisinin vadesi, 1 ay, 3 ay, 6 ay ve 9 ay olmak üzere dört ayrı senaryoda incelenmiş, kredi kartı harcama tutarlarının da 500, 1000, 2500 ve 5000 TL, kredi kartı minimum ödeme oranlarının sırasıyla yüzde 10, 20, 30 ve 40 olma durumları analize dahil edilmiştir.

Yapılan hesaplamalarda iki hesap kesim tarihi arasındaki sürede yapılan harcamalara faiz oranı uygulanmaması efektif faiz oranını azaltıcı bir etkide

bulunmuştur. Yani müşterilerin işlem amaçlı kredi kartı kullanımını da bankanın kredi verme işlemi olarak düşünülmüştür. Örneğin, 1 ay kredilendirilen ve yüzde 4,93 maksimum faiz uygulanan durumda, faiz oranı hesaplamasına ödemesiz dönemin hesaba dahil edilmesi ile kredinin vadesi artmış ve efektif faiz oranını aşağıya çekmiştir. Bununla birlikte yukarıdaki beş parametreye bağlı olarak tüketicinin efektif olarak maruz kaldığı faiz oranı liste faizine yaklaşıp uzaklaşabilmektedir.

Aşağıda Tablo 3’de efektif kredi kartı faiz oranları hesaplamasında kullanılacak olan senaryolar gösterilmektedir. Söz konusu senaryolar altında elde edilecek efektif faiz oranları, kredi kartı liste faiz oranı, TCMB gecelik borç verme faiz oranı ve bireysel tüketici kredisi faiz oranları ile karşılaştırılmaktadır. Tablo 3, vakalarda hangi senaryoların kullanıldığını açıklamaktadır. Aslında dört vaka çalışması hem harcamaya devam eden hem de harcamaya devam etmeyen durumlar için ayrı olarak uygulanmıştır. Diğer dört parametre için ise baz senaryolar olarak kredi kartı sektöründe ortalama olarak düşünülen değerler alınmıştır. Harcamaların ay içinde eşit dağıldığı, kredi süresinin 6 ay, harcama limitinin 1000 TL ve minimum ödeme tutarının yüzde 20 olduğu her vakada baz senaryo olarak alınmıştır.

Tablo 3. Kredi Kartı Efektif Faiz Hesaplama Vakaları

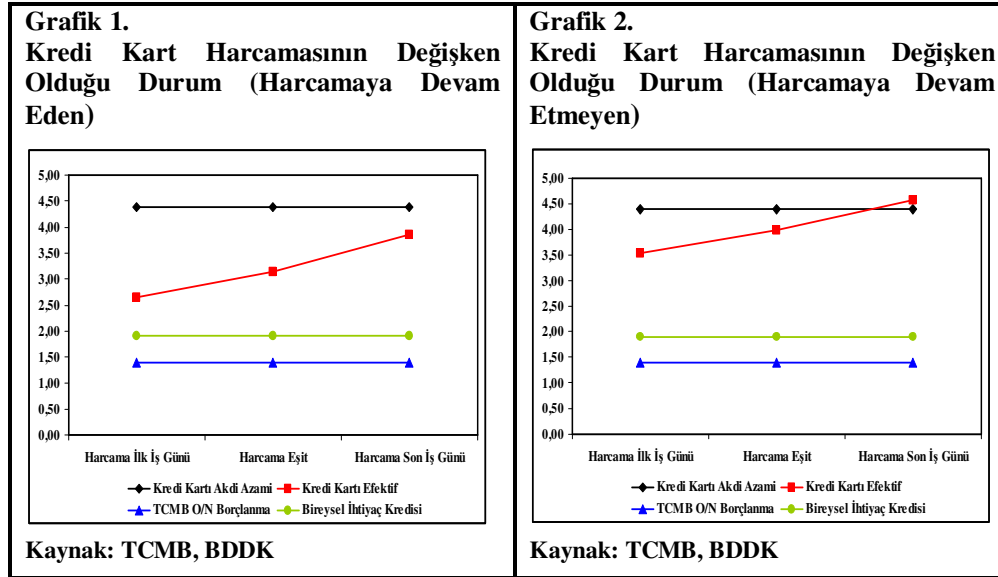
Vakalar	Harcama Durumu	Harcamanın Dağılımı	Kredi Süresi	Harcama Limiti	Minimum Ödeme Oranı
Vaka 1a	Harcamaya devam eden	Değişken	6 ay	1000 TL	% 20
Vaka 1b	Harcamaya devam etmeyen	Değişken	6 ay	1000 TL	% 20
Vaka 2a	Harcamaya devam eden	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılımı	Değişken	1000 TL	% 20
Vaka 2b	Harcamaya devam etmeyen	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılımı	Değişken	1000 TL	% 20
Vaka 3a	Harcamaya devam eden	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılımı	6 ay	Değişken	% 20
Vaka 3b	Harcamaya devam etmeyen	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılımı	6 ay	Değişken	% 20
Vaka 4a	Harcamaya devam eden	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılımı	6 ay	1000 TL	Değişken
Vaka 4b	Harcamaya devam etmeyen	Harcamanın ekstre dönemi içinde eşit dağılımı	6 ay	1000 TL	Değişken

2.3. Farklı Senaryolar Altında Elde Edilen Efektif Kredi Kartı Faiz Oranları

Analizlerde, liste faiz oranı olarak 11 Haziran 2008 tarih ve 26903 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan, Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair 2008/5 sayılı TCMB Tebliği'nde belirlenen ve 01 Temmuz 2008 tarihinden itibaren geçerli olan ve 8 Eylül 2008 tarihli TCMB basın duyurusunda açıklanan 01 Ekim 2008-31 Aralık

2008 tarihleri arasında da uygulanacak olan Türk Lirası için aylık azami akdi faiz oranı olan yüzde 4,39 kullanılmıştır. Hesaplamalarda bu faiz oranının Tablo 3’de gösterilen senaryolar altında alacağı efektif değerler hesaplanmış ve karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. Ayrıca, hesaplanan efektif kredi kartı faiz oranları TCMB gecelik faiz oranları ve bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranları ile karşılaştırılmaktadır. Bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranı olarak, 17.09.2008 tarihi itibarıyla sektörde bu kredi türünde önde gelen beş bankanın internet sitelerinden elde edilen faiz oranlarının aritmetik ortalaması çalışmada kullanılmıştır.

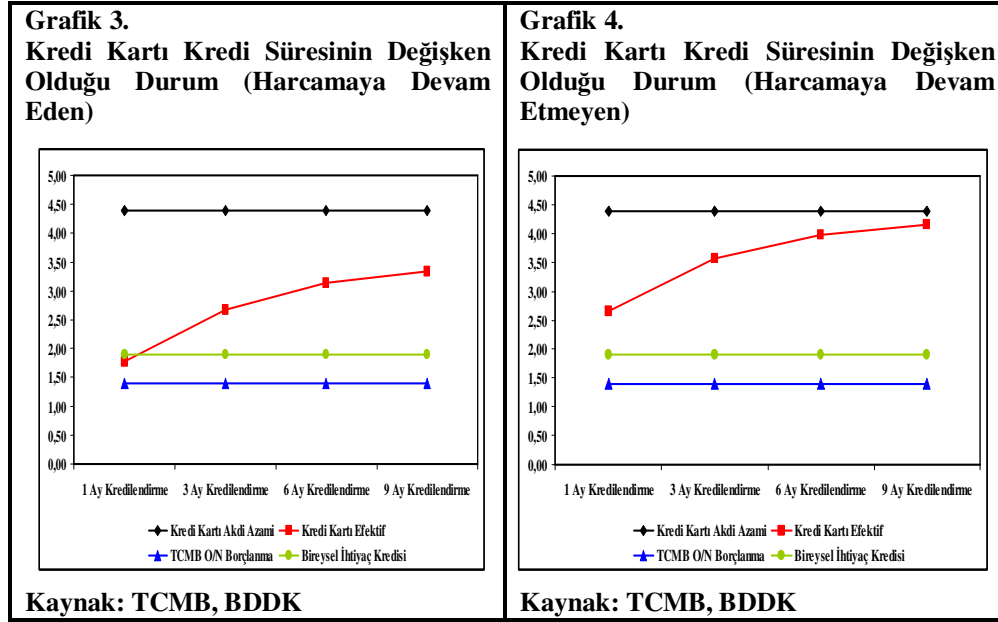
Vaka 1: Birinci vaka çalışmasında, kredi süresinin 6 ay, harcama limitinin 1000 TL ve minimum ödeme tutarının da yüzde 20 olduğu durumda harcamaların ay içinde eşit dağılması ya da ekstre döneminin ilk iş günü ya da son iş günü yapılıp yapılması durumlarının kredi kartı efektif faiz oranları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Elde edilen efektif faiz oranları TCMB gecelik borç alma ve bireysel tüketici kredisi faiz oranı ile karşılaştırılmıştır. Tüm hesaplamalarda Tablo 1’de gösterilen ve bölüm 2.1’de açıklanan yöntem kullanılmıştır. Grafik 1’de kart kullanıcısının harcamaya devam ettiği durum, Grafik 2’de ise kart kullanıcısının harcamaya devam etmediği durum analiz edilmiştir.



Harcamaya devam edildiği varsayılan senaryoda kredi kartı kullanıcısının her ay 1000 TL harcadığı, harcamaya devam etmediğinin varsayıldığı senaryoda ise ilk ay 1000 TL harcadıktan sonra takip eden aylarda hiç harcamadığı sadece 6 ay boyunca kredi kartı borç tutarının yüzde 20'sini ödediği varsayılmıştır. Her iki senaryoda da kredi kartı efektif faiz oranlarının harcamanın ekstre dönemi içindeki dağılımına oldukça duyarlı olduğu görölmektedir. Harcamaya devam edilen senaryoda harcamaların ilk iş gününde yapılması durumunda efektif kredi kartı faiz oranı yüzde 2,65 olarak hesaplanırken harcamaların ekstre döneminin son iş gününde yapılması senaryosu altında yüzde 3,86'ya çıktığı görölmektedir. Harcamaya devam edilmeyen durumda ise harcamanın ilk iş günü yapılması durumunda efektif faiz oranı yüzde 3,53, harcamanın ayın son iş günü yapılması durumunda ise yüzde 4,57 olacağı hesaplanmaktadır. Burada harcamaya devam edilmediği durumda yıllık kart ücreti nedeniyle kredi kartı efektif faiz oranı liste faiz oranının üzerine çıkmaktadır.

Sonuç olarak, kart kullanıcılarının harcamalarını ekstre döneminin ilk iş günlerine denk gelecek şekilde ayarlamaları kredi kartı efektif faiz oranlarını ve faiz maliyetlerini aşağıya çekecek ve liste faiz oranlarının altında oranlarda kredi kullanmış olacaklardır. Diğer yandan, efektif faiz oranlarının TCMB gecelik borçlanma faiz oranının ve bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranlarının üzerinde değerler aldığı görölmekte ve kart harcamalarının ayın hangi döneminde yoğunlaştığına bakılmaksızın kredi kartı oranlarının alternatif ürün oranlarının üzerinde değerler aldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca efektif kredi kartı efektif faiz oranını doğrusunda ki kırılmalara bakarak harcamaların ay içinde eşit dağılmasından ayın son iş günü yapılması durumunda geçildiğinde doğrunun eğiminin arttığı ve harcamanın ekstre döneminin ilk iş günü yapılması durumuna göre efektif faiz oranını daha çok etkilediği görölmekte ve bu durumda kart kullanıcılarının en azından harcamalarını ayın son iş gününe denk getirmemeleri gerektiği sonucu çıkmaktadır.

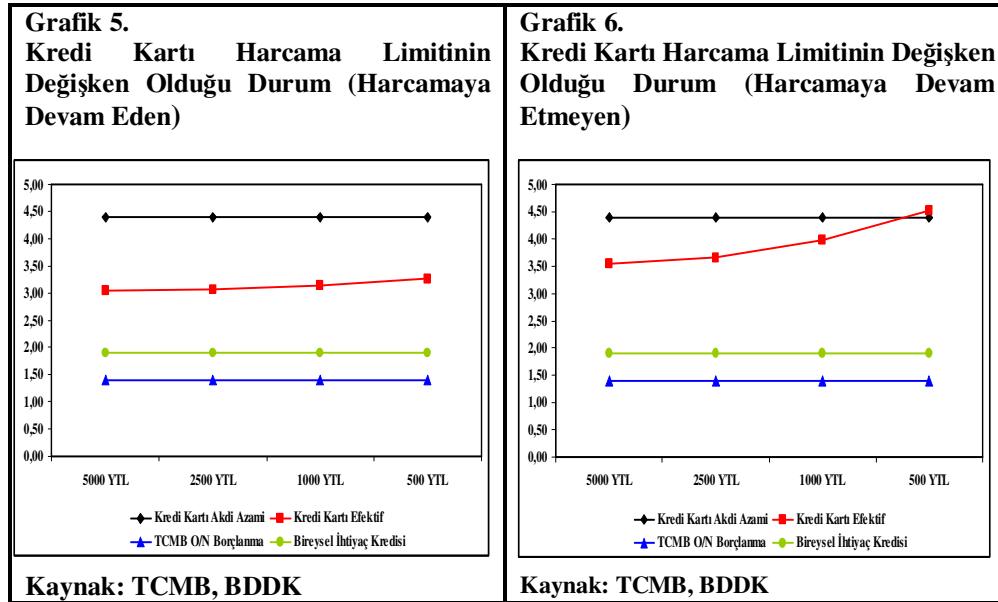
Vaka 2: İkinci vaka çalışmasında, harcamanın ay içinde eşit dağıldığı, harcama limitinin 1000 YTL ve minimum ödeme tutarının da yüzde 20 olduğu durumda kredi kartı kredi süresinin 1 ay, 3 ay, 6 ay ve 9 ay olması durumlarının kredi kartı efektif faiz oranları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Grafik 3’de kart kullanıcısının harcamaya devam ettiği durum, Grafik 4’de ise kart kullanıcısının harcamaya devam etmediği durum analiz edilmiştir.



Her iki senaryoda da kredi kartı efektif faiz oranlarının kredi kartı kredi süresine oldukça duyarlı olduğu görülmektedir. Harcamaya devam edilen senaryoda kredi süresinin 1 ay olması durumunda efektif kredi kartı faiz oranı yüzde 1,77 olarak hesaplanırken kredi süresinin 9 ay olması durumunda ise efektif kredi kartı faiz oranının yüzde 3,34’e çıktığı görülmektedir. Harcamaya devam edilmeyen durumda ise kredi süresinin 1 ay olması durumunda efektif faiz oranı yüzde 2,65, kredi süresinin 9 ay olması durumunda ise yüzde 4,15 olacağı hesaplanmaktadır.

Sonuç olarak, kart kullanıcılarının kredi süresini kısa tutmaları, kredi kartı efektif faiz oranlarını ve faiz maliyetlerini aşağıya çekecek ve liste faiz oranlarının altında oranlarda kredi kullanmış olacaklardır. Özellikle kredi vadesinin azaldığı durumlarda efektif faiz oranının eğimi daha da artmakta, buradan kredi kartı kredisinin 3 ay ve daha düşük vadelerde kullanılmasının faiz maliyetini daha düşürücü bir etki yaptığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan, efektif faiz oranlarının TCMB gecelik borçlanma faiz oranının ve bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranlarının üzerinde değerler aldığı görülmekte ve kredinin vadesine bakılmaksızın kredi kartı efektif oranlarının alternatif ürün oranlarının üzerinde değerler aldığı anlaşılmaktadır.

Vaka 3: Üçüncü vaka çalışmasında, harcamanın ay içinde eşit dağıldığı, kredi vadesinin 6 ay ve minimum ödeme tutarının da yüzde 20 olduğu durumda kredi kartı harcama limitlerinin 500 TL, 1000 TL, 2500 TL ve 5000 TL olması senaryolarının kredi kartı efektif faiz oranları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Grafik 5’de kart kullanıcısının harcamaya devam ettiği durum, Grafik 6’de ise kart kullanıcısının harcamaya devam etmediği durum analiz edilmiştir.

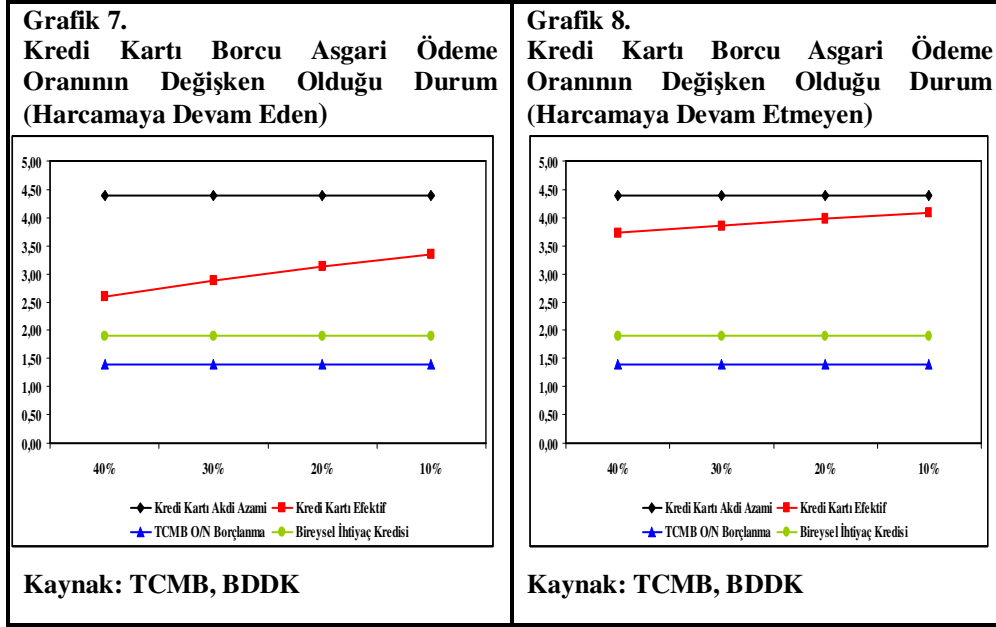


Harcamaya devam edilen senaryoda efektif faiz oranlarının harcama limitlerine duyarlı olmadığı, diğer yandan harcamaya devam edilmeyen senaryoda ise kredi kartı efektif faiz oranlarının kredi kartı harcama limiti tutarlarına duyarlı olduğu görülmektedir. Harcamaya devam edilen senaryoda harcama limitinin 5000 TL olması durumunda efektif kredi kartı faiz oranı yüzde 3,04 olarak hesaplanırken harcama limitinin 500 TL olması durumunda ise efektif kredi kartı faiz oranının yüzde 3,27'e çıktığı görülmektedir. Harcamaya devam edilmeyen durumda ise harcama limitinin 5000 TL olması durumunda efektif faiz oranı yüzde 3,54, harcama limitinin 500 TL durumunda ise yüzde 4,51 olarak gerçekleşmektedir.

Sonuç olarak, kart kullanıcılarının harcamaya devam ettiği durumlarda harcama limitlerinin efektif faiz oranı üzerinde çok etkili olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Harcama limitinin 500 TL olması ile 5000 TL olması durumlarında kredi kartı efektif faiz oranlarında çok büyük bir değişiklik ortaya çıkmamaktadır. Diğer yandan kart kullanıcısının harcamaya devam etmediği durumda ise harcama limitinin 500 TL olması durumunda kredi kartı efektif faiz oranı yüzde 4,51 olarak gerçekleşmekte, kart harcama limitinin 5000 TL olması durumunda ise efektif faiz oranı yüzde 3,54'e kadar düşmektedir. Böylece ilk ay harcama yapıp daha sonraki aylarda kredi kartı borcunu 6 ay boyunca yüzde 20 asgarisini ödeyerek kapatan kullanıcıların düşük tutarlarda harcama yapmamaları gerekmektedir. Her iki senaryoda da kredi kartı efektif faiz oranlarının harcama limitine duyarlılığının azaldığı görülmektedir. Diğer yandan, bu vaka çalışmasında da efektif faiz oranlarının TCMB gecelik borçlanma faiz oranının ve bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranlarının üzerinde değerler aldığı görülmekte ve kredi kartı harcama limitlerine bakılmaksızın kredi kartı oranlarının alternatif ürün oranlarının üzerinde değerler aldığı anlaşılmaktadır.

Vaka 4: Dördüncü vaka çalışmasında, harcamanın ay içinde eşit dağıldığı, kredi vadesinin 6 ay ve kredi kartı harcama limitinin 1000 TL olduğu durumda kredi kartı borcu asgari ödeme oranlarının yüzde 40, yüzde 30, yüzde 20 ve yüzde 10 olması durumlarının kredi kartı efektif faiz oranları üzerindeki etkileri analiz

edilmiştir. Grafik 7’de kart kullanıcısının harcamaya devam ettiği durum, Grafik 8’de ise kart kullanıcısının harcamaya devam etmediği durum analiz edilmiştir.



Her iki senaryoda da kredi kartı efektif faiz oranlarının asgari ödeme oranlarına duyarlı oldukları görülmekte, harcamaya devam edilmeyen senaryoda duyarlılığın azaldığı göze çarpmaktadır. Harcamaya devam edilen senaryoda asgari ödeme oranının yüzde 40 olması durumunda efektif kredi kartı faiz oranı yüzde 2,60 olarak hesaplanırken asgari ödeme oranının yüzde 10 olması durumunda ise efektif kredi kartı faiz oranının yüzde 3,36’ya çıktığı görülmektedir. Harcamaya devam edilmeyen durumda ise asgari ödeme oranının yüzde 40 olması durumunda efektif faiz oranı yüzde 3,72, asgari ödeme oranının yüzde 10 olması durumunda ise efektif faiz oranı yüzde 4,08 olarak hesaplanmaktadır.

Sonuç olarak, asgari ödeme oranlarının kredi kartı efektif faiz oranı üzerinde etkili olduğu, efektif faiz oranlarının harcamaya devam eden senaryoda asgari ödeme oranındaki değişikliklere harcamaya devam etmeyen duruma göre daha duyarlı oldukları ve her iki senaryoda da efektif oranlardaki değişimlerin asgari ödeme oranlarındaki değişikliklere aynı şekilde tepki verdikleri sonuçlarına

ulaşmıştır. Diğer yandan, bu vaka çalışmasında da efektif faiz oranlarının TCMB gecelik borçlanma faiz oranının ve bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranlarının üzerinde değerler aldığı görülmekte ve kredi kartı asgari ödeme oranlarına bakılmaksızın kredi kartı efektif faiz oranlarının alternatif ürün oranlarının üzerinde değerler aldığı anlaşılmaktadır.

Aşağıda Tablo 4’de kredi kartı efektif faiz oranlarının yukarıda incelenen senaryolar altında nasıl etkilendiği özetlenmektedir. Özellikle, kredi kartı efektif faiz oranlarının kredi kartı harcamalarının ay içindeki dağılımına ve kredi vadesine çok duyarlı oldukları anlaşılmaktadır. Kart kullanıcılarının harcamalarını ekstre döneminin ilk iş günlerine yoğunlaştırmaları ve kredi süresini kısa tutmaları önerilmektedir. Böylece kredi kartı kullanıcılarının kredi kartı borçlanmalarından ötürü maruz kalacakları faiz maliyetlerini düşürebilecekleri düşünülmektedir.

Tablo 4. Kredi Kartı Efektif Faiz Oranının Duyarlılığı

Vakalar	Harcama Durumu	Değişken	Duyarlı	Duyarlılığın Yönü	Minimum Efektif Oran İçin
Vaka 1a	Harcamaya devam eden	Harcamanın Ay İçindeki Dağılımı	Evet	Artarak	Harcamanın İlk İş Günü Yapılması
Vaka 1b	Harcamaya devam etmeyen	Harcamanın Ay İçindeki Dağılımı	Evet	Artarak	
Vaka 2a	Harcamaya devam eden	Kredilendirme Süresi	Evet	Azalarak	1 ay kredilendirme
Vaka 2b	Harcamaya devam etmeyen	Kredilendirme Süresi	Evet	Azalarak	
Vaka 3a	Harcamaya devam eden	Harcama Limiti	Hayır	-	-
Vaka 3b	Harcamaya devam etmeyen	Harcama Limiti	Kısmen	Artarak	Yüksek Tutarlı Harcama
Vaka 4a	Harcamaya devam eden	Minimum Ödeme Oranı	Evet	Aynı	Minimum Ödeme Oranının Artırılması
Vaka 4b	Harcamaya devam etmeyen	Minimum Ödeme Oranı	Evet	Aynı	

3. Kredi Kartı ve Bireysel İhtiyaç Kredisi Geri Ödemelerinin/Maliyetlerinin Karşılaştırılması

Çalışmanın bu bölümünde iki ayrı tüketici kredisi ürünü olarak kredi kartı kredisi ile bireysel ihtiyaç kredisinin maliyetleri karşılaştırmalı analize tabi tutulmaktadır. Buradan hangi ürünün hangi vadelerde ve tutarlarda tüketiciye daha cazip bir alternatif olduğu anlaşılmaya çalışılacaktır. Ayrıca söz konusu maliyetlerin kredi kartı faiz oranına duyarlılığı anlaşılmaya çalışılacak ve bu analizde kredi kartı faiz oranının önemli bir değişken olup olmadığı anlaşılmaya çalışılacaktır.

İlk olarak geri ödemelerin karşılaştırılması için hangi kredi tutarının esas alınması gerektiğini ortaya koyan hesaplama yöntemi anlatılacaktır. Sonrasında, kredi kartı harcamasına devam edilen ve edilmeyen senaryoları altında iki ürüne ait geri ödeme tutarlarının aldığı değerler anlatılacak ve son olarak geri ödeme tutarlarının kredi kartı faiz oranlarına duyarlılığı hesaplanacak ve yorumlanacaktır.

3.1. Kredi Kartı-Bireysel İhtiyaç Kredisi Tutarı

Bireysel ihtiyaç kredisi kredi sözleşmesinin yapıldığı tarihte bir bütün olarak kullanılırken harcamaya devam edilen durum için kredi kartı harcamaları dolayısıyla kredisi aylık olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle her iki kredi ürününe ait geri ödemelerinin karşılaştırılması için eşdeğer bir kredi tutarı bulmak gerekmektedir. Harcamaya devam edilmeyen durumda ise kredi kartı harcaması ilk ay yapıp daha sonra devam edilmediği için bu hesaplama gerekliliği yoktur.

Kredi tutarlarını bulabilmek için bugünkü değer mantığı kullanılmış ve kredi kartı harcamaları TCMB gecelik borçlanma faiz oranı ile iskonto edilerek bugünkü değerleri bulunmuş ve ilgili vade dilimi için bu değerler toplanarak bireysel ihtiyaç kredisi toplam değeri bulunmuştur. Daha sonraki kredi geri ödemeleri bu değerler üzerinden hesaplanmıştır.

Hesaplama 1 aydan 12 aya kadar 1000'er TL'lik kredi kartı harcaması yapıldığı varsayılmış, bu harcamaların bugünkü değerleri hesaplanmış ve son olarak örneğin üç aylık bireysel ihtiyaç kredisi tutarı hesaplanırken üç aylık kredi

kartı harcamasının bugünkü değerlerinin toplamı eşdeğer bireysel ihtiyaç kredisi tutarı olarak hesaplanmıştır. Yukarıda Tablo 5, örnek hesaplamayı göstermektedir.

Tablo 5. Bireysel Kredi Tutarı Hesaplama

Ay	Kredi Kartı Harcama Tutarı (TL)	Bugünkü Değerleri (TL)	Bireysel Kredi Tutarı (3 ay)	Bireysel Kredi Tutarı (6 ay)	Bireysel Kredi Tutarı (9 ay)	Bireysel Kredi Tutarı (12 ay)
1	1000	1000	2958 (3000)	5797 (6000)	8519 (9000)	11129 (12000)
2	1000	986				
3	1000	973				
4	1000	959				
5	1000	946				
6	1000	933				
7	1000	920				
8	1000	907				
9	1000	895				
10	1000	882				
11	1000	870				
12	1000	858				

Böylece, kredi kartı borçlarının 3 ay döndürülmesi durumunda ve her ay 1000 TL'lik harcama yapılması halinde karşılaştırma yapılacak bireysel kredi tutarının 2958 TL olması gerekmektedir. 12 ay vadede ise bireysel ihtiyaç kredisi tutarı 11129 TL olarak hesaplanmaktadır. Kredi kartı harcama tutarlarının bugünkü değerlerinin yerine kredi kartı harcamalarının toplam değerinin kullanılması durumunda bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemeleri daha yüksek olacak ve bu durumda kredi kartı olduğundan daha ucuz bir ürün olarak görülecektir.

3.2. Kredi Kartı-Bireysel İhtiyaç Kredisi Geri Ödemelerinin Karşılaştırılması

Bu bölümde farklı kredi tutarlarında ve vadelerinde kredi kartı kredisi geri ödemeleri ile bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin karşılaştırılması yapılmakta ve hangi ürünün hangi durumlarda ucuz olduğunun anlaşılması çalışılmaktadır. Karşılaştırmalar 3 ayrı kredi kartı azami faiz oranı ile 2 ayrı harcama senaryosu

altında yapılmaktadır. Kredi kartı azami faiz oranları olarak 8 Eylül 2008 tarihli bankamız basın duyurusunda 01 Ekim 2008-31 Aralık 2008 tarihleri arasında uygulanacak olan Türk Lirası için aylık azami akdi faiz oranı olan yüzde 4,39'un yanı sıra bu oranın bir puan fazlası ve eksiği de karşılaştırma da kullanılmıştır. Harcama senaryoları olarak kredi kartı müşterilerinin harcamaya devam ettiği ve etmediği durumlar iki ayrı senaryoda ele alınmıştır. Bireysel ihtiyaç kredisi faiz oranı olarak, 17.09.2008 tarihi itibarıyla sektörde bu kredi türünde önde gelen beş bankanın internet sitelerinden elde edilen faiz oranlarının aritmetik ortalaması olan yüzde 1,90, bireysel ihtiyaç kredileri için önemli bir masraf kalemi olan dosya/komisyon ücreti olarak da sektörde önde gelen altı bankanın ortalama dosya ücretlerinin aritmetik ortalaması olan 258 TL değeri kullanılmıştır.

Vaka 1: Birinci vaka çalışmasında, kredi kartı azami faiz oranı olarak yüzde 4,39 kullanılarak kredi kartı ve bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin karşılaştırılması iki ayrı harcama senaryosu altında analiz edilmiştir. Harcamaya devam edilen durumda her ay altı farklı harcamanın/kredi tutarının (500, 750, 1000, 1250, 1500 ve 2000 TL) yapıldığı varsayılmış ve dört ayrı vade diliminde (3, 6, 9 ve 12 ay) bu karşılaştırmalar yapılmıştır. Harcamaya devam edilmeyen durumda ise kredi kartı harcamasının ilk ay yapıldığı ve daha sonra bu harcamanın ilerleyen vadelerde yüzde 20 asgari ödemeler ile geri ödendiği ve vade sonunda ise tamamen kapatıldığı varsayılmıştır. Harcamaya devam edilmeyen durum için altı farklı harcama/kredi tutarı (500, 1000, 2000, 3000, 4000, 5000 TL) kullanılmıştır.

Tablo 6'dan da görüleceği üzere yüzde 4,39 kredi kartı faiz oranında ve harcamaya

devam edilen durumda, 3 aya kadar vade diliminde kredi kartı kullanımı bireysel ihtiyaç kredisi kullanımına göre daha hesaplı olmaktadır. Diğer yandan kredi

**Tablo 6. Geri Ödemelerin Karş. (% 4,39)
Harcamaya Devam Edilen Durum**

Süre	12 ay	1,05	1,06	1,07	1,07	1,07	1,07
	9 ay	1,03	1,04	1,05	1,05	1,06	1,06
	6 ay	0,99	1,01	1,02	1,03	1,03	1,04
	3 ay	0,89	0,94	0,96	0,98	0,99	1,00
		500	750	1000	1250	1500	2000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	
	Aylık Harcama Tutarı						

vadesinin artması ile beraber kredi kartının maliyeti daha da artmakta ve 6 ay vade diliminde bireysel ihtiyaç kredisine göre daha maliyetli hale gelmektedir. İlk ay kredi kartı harcaması yapıp harcamaya devam edilmemesi durumunda ise genel olarak kredi kartı kullanımı daha hesaplı olmakta ancak kredi kullanımının 4000 TL ve fazlası olması durumunda bireysel ihtiyaç kredisi kullanımı daha hesaplı hale gelmektedir. Bir diğer dikkat çeken husus da iki ürünün maliyet oranlarının kullanılan kredi tutarlarına daha duyarlı olması ve vadenin orana etkisinin görece daha düşük olmasıdır. Örneğin, harcamaya devam edilmeyen durumda kredi tutarının 500 TL olması durumunda 3 ay vade diliminde oran 0,71 olarak gerçekleşirken kredi tutarının 5000 TL olduğunda oran 1,00e çıkmaktadır. Diğer yandan kullanılan kredi tutarı 3000 TL iken 3 ay vade diliminde oran 0,97 olarak gerçekleşirken, 12 ay vade diliminde söz konusu oranının sadece 1,00e çıktığı görülmektedir.

**Tablo 7. Geri Ödemelerin Karş. (% 4,39)
Harcamaya Devam Edilmeyen Durum**

Süre	12 ay	0,78	0,89	0,97	1,00	1,01	1,02
	9 ay	0,77	0,89	0,97	1,00	1,01	1,02
	6 ay	0,75	0,88	0,96	1,00	1,01	1,02
	3 ay	0,71	0,85	0,94	0,97	0,99	1,00
		500	1000	2000	3000	4000	5000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	
Aylık Harcama Tutarı							

Vaka 2: İkinci vaka çalışmasında, kredi kartı azami faiz oranının yüzde 5,39 olması durumunda kredi kartı ve bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin karşılaştırılması iki ayrı harcama senaryosu altında analiz edilmiştir. Bu vaka çalışmasında ve takip edecek olan üçüncü vaka çalışmasında da vaka 1’de kullanılan senaryolar (kredi tutarları, vade dilimleri ve harcamaya devam edilip edilmediği) aynen kullanılmış, sadece kredi kartı azami faiz oranının değişmesi durumunda kredi geri ödemelerinin nasıl değişeceği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Süre	12 ay	1,08	1,09	1,10	1,10	1,10	1,11
	9 ay	1,05	1,07	1,08	1,08	1,09	1,09
	6 ay	1,01	1,03	1,04	1,05	1,06	1,06
	3 ay	0,91	0,95	0,97	0,99	1,00	1,01
		500	750	1000	1250	1500	2000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	

Tablo 8’den de görüleceği üzere kredi kartı azami faiz oranının 1 puan artırılması ile kredi kartı biraz daha maliyetli bir ürün haline gelmiştir. 3 ay gibi kısa vadelerde söz konusu artış sınırlı olmakla beraber daha uzun vadelerde 3-4 puanlık artışlar hesaplanmış, örneğin aylık 2000 TL’lik harcama varsayımı altında 12 ay vadede oran, 1,07’den 1,11’e yükselmiştir. Bunun dışında harcamaya devam edilen durum için tablo 6’da yapılan tespitler bu senaryoda da geçerliliğini korumaktadır. Tablo 9’da ise harcamaya devam edilmeyen senaryoda faiz oranı artışının etkisi görülmektedir. Kredi kartı azami faiz oranının artması sonucunda ancak kredi tutarının 3000 TL ve kredi vadesinin 3 ay olması durumunda kredi kartı daha hesaplı bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tablodan çıkarılacak sonuç, 3000 TL’den az bir kredi kullanımı için kredi kartı kullanılması gerektiğidir. Bu tutarın üstünde kredi kullanımında ise bireysel ihtiyaç kredisi kullanımının tercih edilmesi gerekmektedir.

Süre	12 ay	0,81	0,93	1,01	1,04	1,05	1,06
	9 ay	0,79	0,92	1,00	1,04	1,05	1,06
	6 ay	0,77	0,90	0,99	1,03	1,04	1,05
	3 ay	0,73	0,86	0,96	0,99	1,01	1,02
		500	1000	2000	3000	4000	5000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	

Vaka 3: Üçüncü vaka çalışmasında, kredi kartı azami faiz oranı olarak yüzde 3,39 değeri kullanılmış ve kredi kartı ve bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin karşılaştırılması iki ayrı harcama senaryosu altında analiz edilmiştir.

Tablo 10'dan da görüleceği üzere 3 ay vade diliminde 2000 TL'de dahil olmak üzere kredi kartı daha hesaplı bir ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Kredi vadesinin 6 ay olması durumunda aylık 1000 TL harcama/kredi tutarına kadar kredi kartı ile bireysel ihtiyaç kredisi kullanımı başa baş durumda seyretmektedir. Daha önce yapılan tespitlere paralel olarak kısa vadelerde söz konusu oran harcama tutarlarına daha duyarlı hale gelmekte ve oran hızla yükselmektedir. Oranın vadelere duyarlılığı bu bağlamda daha düşüktür.

**Tablo 10.Geri Ödemelerin Karş. (% 3,39)
Harcamaya Devam Edilen Durum**

Süre	12 ay	1,02	1,03	1,04	1,04	1,04	1,04
	9 ay	1,00	1,02	1,02	1,03	1,03	1,04
	6 ay	0,97	0,99	1,00	1,01	1,01	1,02
	3 ay	0,88	0,92	0,95	0,96	0,97	0,98
		500	750	1000	1250	1500	2000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	
Aylık Harcama Tutarı							

Tablo 11'de ise harcamaya devam edilmeyen senaryoda faiz oranı düşüşünün etkisi görülmektedir. Kredi kartı azami faiz oranının düşmesi sonucunda tüm kredi tutarlarında ve vade dilimlerinde kredi kartı daha hesaplı hale gelmektedir. Yani kredi kartı faiz oranının yüzde 3,39 olması durumunda 5000 TL ve 12 ay vadeye kadar bir kredinin kredi kartı ile finanse edilmesi durumunda kredi kartı daha hesaplı bir alternatif olarak öne çıkmaktadır.

**Tablo 11.Geri Ödemelerin Karş. (% 3,39)
Harcamaya Devam Edilmeyen Durum**

Süre	12 ay	0,75	0,86	0,93	0,95	0,97	0,98
	9 ay	0,74	0,86	0,93	0,96	0,98	0,99
	6 ay	0,73	0,85	0,93	0,97	0,98	0,99
	3 ay	0,70	0,83	0,92	0,95	0,97	0,98
		500	1000	2000	3000	4000	5000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	
Aylık Harcama Tutarı							

Bunu takip eden bölümde kredi kartı faiz oranları seviyesinin yüksek olup olmamasından ziyade, yukarıda gösterilen oranların kredi kartı faiz oranlarına duyarlılığı incelenecektir.

3.3. Kredi Kartı-Bireysel İhtiyaç Kredisi Geri Ödeme Oranlarının Kredi Kartı Azami Faiz Oranına Duyarlılığı

Bir önceki bölümde kredi kartı ve bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin karşılaştırılması çeşitli vade ve tutar diliminde yapılmış ve ayrıca üstü kapalı olarak kredi kartı faiz oranındaki değişimlerin geri ödeme tutarlarına etkisi analiz edilmişti. Bu bölümde ise kredi vadesi sabit tutularak (6 ay) kredi kartı faiz oranlarındaki oynamanın söz konusu orana etkisi daha açık bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Tablo 12’de harcamaya devam edilen durumda kredi kartı ve bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerinin birbirine oranının kredi kartı faiz oranındaki değişimlerine verdiği tepki ile Tablo 13’de harcamaya devam edilmeyen durumdaki söz konusu oranının faiz oranı değişimlerine verdiği tepki analiz edilmiştir

Tablo 12.Oranının Faiz Oranına Duyarl. Harcamaya Devam Edilen Durum

KK Faiz Oranı (%)	5,39	1,01	1,03	1,04	1,06	1,03	1,06
	4,39	0,99	1,01	1,02	1,03	1,01	1,04
	3,39	0,97	0,99	1,00	1,01	1,01	1,02
		500	750	1000	1250	1500	2000
	TL	TL	TL	TL	TL	TL	
	Aylık Harcama Tutarı						

Tablo 12’den de görüleceği üzere kredi kartı azami faiz oranlarındaki birer puanlık artışlar geri ödeme oranlarını sınırlı miktarda değiştirmektedir. Örneğin, kredi kartı faiz oranı yüzde 3,39 seviyesindeyken 1000 TL harcama tutarında ve 6 ay vade diliminde kredi kartı geri ödemelerinin bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemelerine oranı 1,00 düzeyinden, faiz oranının yüzde 4,39’a yükselmesi sonucunda oran sadece 2 puan artarak 1,02’ye yükselmiş, faiz oranının yüzde 5,39 olması durumunda ise oran 1,04 olarak gerçekleşmektedir. Benzer şekilde tablo

13’de, harcamaya devam edilmeyen durumda söz konusu oran ilk örnektekinden bir miktar fazla olmakla beraber sınırlı olarak artmaktadır.

**Tablo 13. Oranın Faiz Oranına Duyarl.
Harcamaya Devam Edilmeyen Durum**

KK Faiz Oranı (%)	5,39	0,77	0,90	0,99	1,03	1,04	1,05
	4,39	0,75	0,88	0,96	1,00	1,01	1,02
	3,39	0,73	0,85	0,93	0,97	0,98	0,99
		500	1000	2000	3000	4000	5000
		TL	TL	TL	TL	TL	TL

Aylık Harcama Tutarı

Bu analizden çıkarılacak sonuç, kredi kartı-bireysel ihtiyaç kredisi maliyet karşılaştırılmasını kredi kartı faiz oranı ekseninde yapmanın yanıltıcı olabileceğidir. Yani, kredi kartı faiz oranlarının söz konusu orana etkisi sınırlı düzeyde olmaktadır. Özellikle bireysel ihtiyaç kredisi komisyon tutarları iki ürünün geri ödemelerinin mukayesesinde belirleyici rol oynamaktadır.

Bu bağlamda kredi kartı faiz oranı seviyesi üzerinden yapılacak olan kredi kartının bireysel ihtiyaç kredisine göre daha hesaplı bir finansman aracı olması sonucu yanıltıcı olacaktır. Bu nedenle kredi kartı faiz oranının düzeyi tartışmasının ötesinde yukarıda yapılan analiz çerçevesinde tüm maliyet unsurlarının analize dahil edilerek (faiz, komisyon ve yıllık ücret ödemeleri gibi) yapılacak karşılaştırmalı analiz sonucunda hangi vade diliminde ve harcama tutarında hangi ürünün daha hesaplı olacağı sonucuna ulaşabilmek daha doyurucu olacaktır.

4. Sonuç

2006 yılı Mart ayında yapılan kredi kartları hakkında yasal düzenleme öncesinde olduğu kadar sonrasında da kredi kartı faiz oranları üzerindeki tartışma durulmamış ve son dönemde kart faiz oranlarındaki gerilemeye rağmen günümüze kadar bu tartışma geçerliliğini korumuştur. Bir tarafta kredi kartı kullanıcıları halen faiz oranlarının yüksek olduğunu savunurken diğer tarafta kredi kartı sağlayıcıları

olan bankalar ise kart oranlarının daha da düşürülmemesi gerektiğini savunmaktadırlar.

Bu çalışmada, gerçekte kart müşterisinin maruz kaldığı efektif kredi kartı faiz oranının bankaların ilan ettiği görülen liste kredi faiz oranlarından farklı ve daha düşük olduğu vurgulanmıştır. Kredi kartı ekstresi dönemi boyunca müşterilerin kredi kartı harcamalarının krediye dönüşmesi durumunda, kart faiz oranının ekstre döneminde uygulanmaması sonucunda kullanıcılar fazladan bir kredi vadesi kazanmakta bu da aylık kredi kartı efektif oranlarını düşürmektedir. Kredi kartı efektif faiz oranlarındaki azalışın seviyesi çeşitli parametrelere bağlı olarak değişken olmaktadır. Kredi kartı harcamalarının ekstre dönemindeki dağılımına, kredi vadesinin uzunluğuna, kredi kartı harcama limitlerine ve her ay gerçekleşen asgari ödeme tutarına bağlı olarak kredi kartı efektif faiz oranları farklı değerler alabilmektedir. Yapılan analizlerde, kredi kartı efektif faiz oranlarının en çok kredi kartı harcamalarının ekstre dönemi içindeki dağılımına ve kredi vadesine duyarlı oldukları ortaya çıkmıştır. Kredi kartı kredisinin kısa vadelerde kullanılması ve kart harcamalarının ekstre döneminin ilk iş gününde yapılması durumunda kredi kartı efektif faiz oranları en düşük değerlerini almaktadır.

Ayrıca, kredi kartı faiz oranlarının düzeyi farklı bir analizle de anlaşılmaya çalışılmıştır. Kredi kartına alternatif bir ürün olarak nitelendirilebilecek bireysel ihtiyaç kredisi geri ödemeleri aynı tutardaki kredi kartı kredisi geri ödemeleri ile karşılaştırılmış ve bu bağlamda kredi kartının tüketici finansmanı için daha ucuz bir ürün olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Analiz sonucunda kredi kartının düşük kredi tutarlarında ve kısa vadelerde bireysel ihtiyaç kredisine göre daha hesaplı bir ürün olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, söz konusu durumlarda kredi kartının bireysel ihtiyaç kredisine göre daha hesaplı olmasını belirleyen bireysel ihtiyaç kredisi komisyon, dosya vb. masraflarından kaynaklanmaktadır. Kredi kartı faiz oranının düşük ya da yüksek olmasının hangi ürünün daha hesaplı olması üzerinde çok bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Diğer yandan, tüm bu analizler kredi kartının bilinçli bir şekilde kullanılması durumunda gayet hesaplı ve ucuz bir kredi alternatif ürünü olacağını, dahası maruz kalınacak efektif faiz oranının görünen liste faiz oranının altında gerçekleşebileceğini göstermektedir. Tabii burada kart kullanıcılarının nasıl bilinçlendirilmesi gerektiği sorusu ortaya çıkmaktadır. Bununla ilgili olarak Amerika Merkez Bankasının Ödünç Vermede Doğruluk (Truth in Lending) ilkesini düzenleyen Z düzenlemesinde (Regulation Z) bazı değişiklikler yapılmasını öneren taslağı bu konuda aydınlatıcı olabilmektedir.

Söz konusu değişiklik taslağında tüketici kredilerinde daha çok ve ağır düzenleme yerine daha şeffaf uygulamaların tüketici kredisi krizlerini önlemede en iyi tepki olacağı vurgulanmaktadır. Örneğin kredi kartları için bankaların ya da daha genel ifadeyle kart sağlayıcılarının yılda bir kez olarak iki excel dosyası hazırlamaları ve bu dosyalarda müşterinin kart kullanımını ile ilgili tüm harcamaları ve bu harcamaların krediye dönüşmesi durumunda hangi şekilde faiz uygulanacağı ayrıntılı bir şekilde açıklanması gerektiği belirtilmektedir. İkinci dosyada ise bütün bir yıl boyunca faiz oranı uygulanan tüketici eylemleri açıklanmaktadır. Ayrıca, bu dosyaların müşteriler tarafından anlaşılması durumunda bu hizmeti sağlayabilecek yeni üçüncü taraf servis sağlayıcılarının devreye girebileceği ve bu dosyalardaki bilgilerin müşterilerin daha iyi anlayabileceği bir dilde sunarak fayda sağlayabilecekleri önerilmektedir.

Buradan çıkan sonuç, sadece piyasa fiyatlamasını daha şeffaf hale getirerek daha iyi ve ayrıntılı bilgilendirmenin tüketicileri alışveriş ve harcama kararlarında daha iyi bir düzeye getirebileceği ve kendi kendilerinin düzenleyicisi durumuna gelebilecekleridir. Bu bağlamda 1914 yılında ABD yüksek yargı mahkemesi hakimi Louis Brandeis tarafından söylendiği gibi “güneş ışığı en iyi dezenfektandır” sözü de tüketici kredileri ve de kredi kartı düzenlemeleri için en iyi başlangıç noktası olmaktadır.¹

¹ Disclosure is the Best Kind of Regulation-WSJ.com

Sonuç olarak kredi kartı faiz oranlarının seviyesini tartışmaktan ve bu konuda düzenlemeler koymaktan ziyade kart kullanıcılarının kullandıkları ürün hakkında maksimum düzeyde bilgilendirilmesinin gerek ürünü daha iyi tanımalarını sağlaması gerekse de harcama ve kredi kullanma kararlarını daha kaliteli bir düzeye getirmesi açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Avrupa Toplulukları Konseyi Direktifi (87/102/EEC). (2008). Erişim: 19 Şubat 2008, European Commission, DG Health and Consumer Protection, Consumer Affairs, http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=31987L0102&model=guichett
- Avrupa Toplulukları Konseyi Direktifi (90/88/EEC). (2008). Erişim: 20 Şubat 2008, European Commission, DG Health and Consumer Protection, Consumer Affairs, http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=31990L0088&model=guichett
- Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Direktifi (98/7/EC). (2008). Erişim: 20 Şubat 2008, European Commission, DG Health and Consumer Protection, Consumer Affairs, http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=31987L0102&model=guichett
- Avrupa Merkez Bankası Düzenlemesi (63/2002, ECB/2001/18). (2008). Erişim: 21 Şubat 2008, *The European Central Bank, Legal Framework, Statistics, Monetary, Financial Institutions and Market Statistics*, <http://www.ecb.int/ecb/legal/1005/1021/html/index.en.html>
- Disclosure is the Best Kind of Credit Regulation. (2008). Erişim: 15 Ağustos 2008, *The Wall Street Journal, Opinion*, <http://online.wsj.com/public/page/news-opinion-commentary.html>

**Kredi Kartı Sektöründe Ülke Bazında Gelişmeler:
Azami Faiz Oranı Uygulamaları ve Kredi Kartı Ücret ve Komisyonları**

Ekin Toksöz Gür ve Ramazan Küçükbıçakçı*

ÖZET

Teknolojide sağlanan gelişmeler ve küreselleşmenin hız kazanması sonucu artan kredi kartı sayısı ve işlem hacimleri, başta bankalar olmak üzere kart çıkaran kuruluşlar arasındaki rekabetin artmasıyla ve kredi kartı işlemlerinde karmaşık hukuki ilişkilerin doğmasıyla sonuçlanmıştır. Nitekim ödeme aracı olarak bilinen kredi kartları günümüzde, taksit yapan, kredi veren, harcama tutarıyla orantılı olarak bedava mal ve hizmet imkânı sağlayan, sigorta ve benzeri hizmetleri veren araçlar haline dönüşmüştür. Bu çalışmada, tüketicinin korunması ve uygulamalardaki sorunların önüne geçilebilmesi amacıyla ülkelerin kredi kartı faiz oranları için belirledikleri azami faiz oranları uygulamaları, kredi kartı ücret ve komisyonlarının uluslararası boyutu, kredi kartı çıkaran kuruluşların promosyon uygulamaları ile kredi kartı bilgilerinin kamuoyuna açıklanmasına ilişkin uluslararası uygulamalar incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kredi kartları, Banka, Azami faiz oranları, Takas komisyonu
JEL Sınıflandırması: E44, G21, G28

ABSTRACT

As a result of developments in technological areas and momentum in the globalization process, credit card number and transaction volumes lifted up and resulted in arising complex legal relations at the credit card transactions and increase in competition between credit card issuers, especially among the banks. As a matter of fact, credit cards, known as a means of payment, have become instruments that make installments, provide credits, give bonus, point, flying miles, discount opportunities and offer insurance and similar services. In this paper, in order to protect customer and prevent difficulties in applications, implementations of the interest rate ceilings for the credit card among countries, international perspective of the credit card fees and commissions, promotional practices of the credit card issuing institutions and international applications for public disclosure regarding credit card information, were analyzed.

Keywords: Credit cards, Banks, Interest rates, Interchange fee
JEL classification: E44, G21, G28

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye • TOKSÖZ: ekin.toksoz@tcmb.gov.tr • KÜÇÜKBİÇAKÇI: ramazan.kucukbicakci@tcmb.gov.tr
• Çalışmada sunulan görüşler yazarlara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Kredi Kartı Sektöründe Ülke Bazında Gelişmeler: Azami Faiz Oranı Uygulamaları Ve Kredi Kartı Ücret Ve Komisyonları

1. Giriş

Kredi kartının bilinen en temel özelliği, kart sahibine nakit para verilmeksizin mal veya hizmet satın alma imkânı sağlayan bir ödeme aracı olmasıdır. Ancak, kredi kartı sahiplerinin ödemelerini belirli bir süre için ertelemeleri veya kartlarından nakit çekilişleri yapmaları halinde, ilgili harcama tutarları krediye dönüşmekte ve ödeme aracı olarak bilinen kredi kartı bir kredi aracı hâline gelmektedir. Bu nedenle temelde POS (Point of Sale) makineleri edinme maliyeti ve ödeme sistemlerine üyelik maliyetini üstlenmek zorunda kalan kredi kartı çıkaran kuruluşların, teminatın zayıf olması nedeniyle üstlendikleri kredi riskine ilave olarak ani nakit çekilişleri nedeniyle likidite riski gibi riskler üstlendiği görülmektedir. Bu nedenle ülke uygulamalarına bakıldığında kredi kartı faiz oranlarının bireysel kredi faizlerine göre daha yüksek belirlendiği ve tüketicinin korunması amacıyla, aşırı yüksek faiz uygulamalarını önlemek için azami faiz sınırları getirilebildiği görülmektedir.

Diğer taraftan, son yıllarda kredi kartı kullanımının yaygınlaşması ile kart çıkaran kuruluşlar bir taraftan artan risklerini bertaraf etmeye çalışırken bir taraftan da pazar paylarını artırmaya ve korumaya yönelik olarak müşterilerini promosyonlar ile teşvik etmeye ve kendi kartlarının kullanımında devamlılığın sağlanmasına çalışmaktadırlar.

2. Azami Faiz Oranı Uygulamaları

Sektörün sağlıklı gelişimi için; kart hamilleri ile kart çıkaran kuruluşlar arasında yapılacak sözleşmelerde kart hamillerinin bazı açılardan korunmaları gerekmektedir. Örneğin, faiz tavanı çok düşük düzeyde belirlenir ve borç verenler riskli müşterilerine kredi verirken oluşabilecek zararları karşılayabilecek geliri elde edemezlerse, sadece kredi kalitesi yüksek müşterilere yönelmeyi tercih edebilecekler ve kredi kullanımı düşebilecektir (FDIC, 1998). Faiz oranlarının aşırı yüksek belirlendiği durumda ise tersten seçim olarak bilinen mekanizma devreye

girecek ve borç verenler, yüksek faizi ödemeye razı olan kişilerin, aynı zamanda aldıkları kredileri geri ödememe ihtimali en yüksek kişiler olabileceklerini düşünerek, bu en kötü ihtimale karşı, piyasada kredi riskleri iyi müşteriler de bulunmasına rağmen kredi arzlarını kısımlayabilecektir (Mishkin, 1997). Bu nedenle uygulanacak kredi kartı faiz oranlarının müdahale içermeyecek şekilde belirlenmesi ve şeffaf koşullara bağlanması büyük önem arz etmektedir. Nitekim, konuyla ilgili olarak ABD’de faizlere sınır getiren ve getirmeyen eyaletler arasında yapılan ampirik bir çalışma, kredi kartlarına azami faiz oranı uygulamasının kredi kalitesini artırdığını ortaya koymaktadır (FDIC, 1998).

Azami faiz oranı için düzenleme yapan ülke uygulamalarına bakıldığında, söz konusu düzenlemelerin bir ya da birkaç bankanın aşırı faiz uygulaması sonucunda ortaya çıktığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile düzenlemelerin esas amacı bütün piyasayı disipline etmekten çok, uç durumların elenmesine yöneliktir. Ülkemizde ise genel olarak kredi kartı piyasasında bir problem olduğu görülerek 2006 yılı Mart ayında 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu yürürlüğe girmiş ve Kanun ile, yapılacak sözleşmelerde özellikle faiz oranlarına ilişkin müdahaleci bir anlayış benimsenmemekle birlikte, uygulanacak faiz dönemlerinin yasal olarak belirlenmesi ve tüm kart çıkaran kuruluşlarca aynı koşullara bağlanması zorunlu hale getirilmiştir. Böylelikle, kredi kartı düzenleme yetkisine haiz bankalar ile diğer kuruluşlarca kredi kartı işlemlerinde uygulanacak azami akdi ve gecikme faiz oranları yasal olarak düzenlenmiştir. Söz konusu Kanun’un 26’ncı maddesinin üçüncü fıkrasına göre, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, azami akdi ve gecikme faiz oranlarını tespit etmeye yetkili olup, belirlediği bu oranları 3 ayda bir resmî internet sitesinde yayımlamaktadır.

2.1. Avrupa Birliği

Avrupa Birliğinde (AB), kredi kartlarına ilişkin düzenlemelerin, ilk taslağı 1977 yılında hazırlanan, ancak üzerinde oldukça uzun tartışmaların ardından ancak

1987 tarihinde yayımlanabilen Tüketici Kredileri Direktifi¹ ve 1988 tarihli kredi kartı müşterileri ile kart sağlayıcıları hakkında Komisyon tavsiyesi² çerçevesinde yapıldığı görülmektedir. 1987 tarihli direktif, aşırı faiz oranını (usury rate); belirli kurallara göre konulmuş veya kanunlar tarafından belirlenmiş azami oranı aşan anormal yüksek faiz oranı olarak tanımlamaktadır (Vissol, 2001). 1990 ve 1998 yıllarında değişikliğe uğrayan söz konusu direktif, tüketicilerin her türlü mal ve hizmet alımı amaçlı kredi sözleşmelerini (mortgage hariç) içermektedir.

1987 tarihli Tüketici Kredileri Direktifinde “AB üyesi ülkelerin tüketicilerin korunması ve bilgilendirme politikası çerçevesinde haksız kredi uygulamalarına karşı tüketicilerin korunması ve uygulamada birliğin sağlanması gerektiği” ifade edilmektedir. 1988 tarihli komisyon kararında da tüketicilerin haksız ticari muamelelere karşı hükümetlerce korunması gerektiği belirtilmektedir. Hazırlanmakta olan taslak direktifte de haksız kredi uygulamalarının engellenmesi, ülkelerin farklı yapıları göz önünde bulundurularak ulusal sistemlere bırakılmaktadır.

AB ülkeleri arasında azami faiz oranı uygulamasına iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Belçika, Fransa, İtalya, Hollanda ve Portekiz objektif kriterler çerçevesinde azami faiz oranı belirlerken, Almanya, Avusturya, İngiltere, İspanya, Danimarka, İrlanda, Finlandiya ve İsveç subjektif uygulamaları tercih eden ve önceden bir oran belirlemeyen ülkelerdir (Guardia, 2000). Üye ülkelerden bazılarında uygulanan azami faiz oranlarına ilişkin bilgiler Tablo 1’de gösterilmektedir.

¹ “Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit”

² “88/590/EEC: Commission Recommendation of 17 November 1988 concerning payment systems, and in particular the relationship between cardholder and card issuer”

Tablo 1. Bazı AB Ülkelerinde Azami Faiz Oranı Uygulamaları

Ülke	Tüketici Kredileri Azami Faiz Uygulaması	Açıklama
Avusturya	Yok	Azami Faiz Oranı Kanunu (Usury Law) olmasına rağmen Azami faiz oranı (usury interest rate) düzenlemesi yoktur.
Belçika	Yok	Kredinin türü ve vadesine göre değişen oranlar bulunmaktadır.
Finlandiya	Yok	Ceza Kanunu ile çok yüksek faiz oranları yasaklanmıştır. Diğer taraftan yüzde 26 mahkemelerce çok yüksek bir oran olarak kabul edilmemektedir.
Fransa	Var	Azami faiz oranı (usury rate) olarak ortalama faiz oranı uygulanmaktadır ve Merkez Bankası tarafından yüzde 33,3 ile sınırlandırılmıştır.
Almanya	Var	Merkez Bankası tarafından açıklanan ortalama kredi oranının iki katı aşırı faiz olarak belirtilmektedir.
İngiltere	Yok	Yürürlükteki tüketici kredileri düzenlemesine göre faiz oranları, tüketici koruma yasasına göre belirlenmiş olan "exortionate credit bargain" in yasal yorumuna tabidir. Pratikte faiz oranının yüzde 600 bile olması dahi yasaklanmamaktadır. Kredi kartı kredileri faiz oranı yüzde 28'e kadar yükselebilmektedir.
Yunanistan	Yok	1989 yılında faiz limitleri kaldırılmıştır.
İrlanda	Yok	
İtalya	Var	Ekonomi Bakanlığının Merkez Bankasına danışarak belirlediği ortalama oranın yarısı kadar yükselebilir.
Lüksemburg	Yok	14 Ekim 1963 tarihli yasayla belirlenmiştir. Ancak bazı kredi türlerine uygulanan en yüksek faiz oranları 9 Ağustos 1993 tarihinde değiştirilmiştir.
Hollanda	Var	En yüksek oran, yasal faiz oranına yüzde 17 eklenerek bulunmaktadır.
Portekiz	Yok	Yasaya göre, aşırı faiz oranı kredi sözleşmesinin içerdiği güvenceye bağlı olarak yasal faiz oranlarını yüzde 3 veya yüzde 5 arasında geçen oran olarak tanımlanmaktadır. Ancak, pratikte pek uygulaması yoktur.
İspanya	Bazı durumlarda	
İsveç	Yok	Belirlenmiş bir azami faiz oranı yoktur. Azami faiz oranı (usury rate) olarak kullanılacak faiz oranının mutlaka çok yüksek olması gerektiği belirtilmektedir.

Kaynak: Reifner ve diğerleri (2003)

Bu iki farklı uygulama, gerek tüketicilerin gerekse krediyi verenlerin davranışlarında da farklılıklar yaratmaktadır. Bu nedenle, AB içinde bu konuya ilişkin bir düzenleme getirilerek rekabet koşullarının bozulmamasına yönelik tartışmalar devam etmekte ve hazırlanmakta olan tüketici kredileri direktifi taslağı ile bu konunun da düzenlenmesi yetkililer tarafından gündeme getirilmektedir.

2.1.1. İngiltere

İngiltere’de 1974 yılında rekabeti engellediği gerekçesiyle kredi kartlarına faiz oranı sınırlandırması kaldırılmış ve kredi kartları serbest piyasası oluşmuştur. Böylece İngiltere Merkez Bankası faiz oranları (base rate) yüzde 4,75 iken, kredi kartı faiz oranlarının yıllık yüzde 64,9’a kadar yükseldiği dönemler olmuştur. Bu durumun bir sonucu olarak, 2003 yılında kredi kartı pazarında en büyük paya sahip 6 firma yöneticisi Meclis Komisyonları’na çağırılarak kredi kartı faiz oranlarının çok yüksek olduğu konusunda uyarılmışlardır. Firma yöneticilerine her ne kadar hükümetin faizleri belirleme görevi olmasa da firmaların müşterilerine rekabet çerçevesinde oranlar sunması gerektiği söylenmiştir (Reifner ve diğerleri, 2003).

İngiltere’de ilgili tarafların zaman zaman yaptıkları açıklamalar, hükümet tarafından faizlerin belirlenmesine sıcak bakılmadığı, müşterinin yeterince bilgilendirilmesiyle rekabetçi bir faiz ortamı yaratılmasının en uygun yöntem olduğu yönündedir. Pratikte faiz oranları üzerinde hiç bir sınırlama yoktur ve son yıllarda faiz oranlarının yüzde 28’e kadar çıktığı olmuştur. Mahkemelere bırakılmış olan mevcut uygulamada piyasa faiz oranı ile müşterinin durumuna göre belirlenen subjektif kriterler kullanıldığı belirtilmektedir (McKay, 2004).

2.1.2. Fransa

Avrupa ülkeleri içinde piyasa kontrolünü sağlamak amacıyla azami faiz oranı düzenlemesi yapan ilk ülke Fransa’dır. Zira bankaların aşırı yüksek faiz oranları uygulamasının önlenmesine ilişkin olarak ilk düzenleme 28 Aralık 1966 tarih ve 66-1010 sayılı Kanun ile yapılmış ve bir önceki altı aylık dönemde uygulanan faiz oranını yüzde 25 veya özel sektör tarafından son altı ayda ihraç

edilen tahvillerin iki katını aşan faiz oranları, aşırı faiz oranı olarak dikkate alınmıştır. Ancak Kanun'un uygulanması bazı güçlükler doğurmuş ve 31 Aralık 1989 tarih ve 89-1010 sayılı Kanun'un 29'uncu maddesi ile yeni bir düzenlemeye gidilmiştir. Yapılan yeni düzenlemeyle, bankalar tarafından bir önceki çeyrekte aynı grup riski içeren işlemler için uyguladıkları ortalama faizlerin üçte birini geçen faizler aşırı faiz olarak tanımlanmıştır (Masciandaro, 2001).

Ülkede tüketicinin korunmasına ilişkin hususlar ise 89-1010 sayılı Kanun'dan hareketle hazırlanan "Code de la Consommation" içerisinde düzenlenmektedir. Söz konusu düzenleme çerçevesinde, tüketicilerin iflaslarının veya aşırı borçluluklarının yönetilmesinden ve kontrol edilmesinden doğrudan Fransa Merkez Bankası sorumludur. Bu sorumluluk çerçevesinde, tüketici kredisi ve kredi kartı aşırı faiz oranları Fransa Merkez Bankası tarafından her 3 ayda bir kamuoyuna açıklanmakta, piyasa faizlerinin üçte biri üzerinde gerçekleşen faizleri aşırı faiz olarak tanımlanmakta, yasaklanmaktadır. Söz konusu azami faiz oranlarına tüm zorunlu maliyetler dâhil olup, bu limitlerin uygulanmaması durumunda çok ciddi ve kapsamlı yaptırımlar uygulandığı belirtilmektedir (Ellis, 1998).

2007 yılı Temmuz ayında Nisan ayı sonu için Fransa Merkez Bankası tarafından belirlenen azami faiz oranları; 1.524 eurodan yüksek tüketici kredileri (vadesi dolduğunda kendiliğinden yenilenen krediler, limit aşımı ve taksitli ödeme kredisi) için yüzde 19,25, 1.524 eurodan yüksek bireysel krediler ve diğer tüketici ve kredi kartları için yüzde 8,72 olarak açıklanmıştır³.

2.1.3. Almanya

Almanya'da kredi kartı ve tüketici kredisi azami ve aşırı faiz oranlarına ilişkin düzenlemeler 1990 tarihli Tüketici Kredisi Kanunu'na tabidir. Tüketici kredisi ve kredi kartları için mevcut azami faiz oranları mahkeme kararları doğrultusunda belirlenmektedir. Söz konusu azami faiz oranları, Almanya Merkez

³ Banque de France Bulletin Digest, No. 162, June 2007

Bankasının (Bundesbank) her ay açıkladığı ağırlıklandırılmış sektör ortalamasının 2 katını geçmemektedir (Policis, 2004). 2007 yılı Eylül ayı itibarıyla uygulanmakta olan faiz oranları, tüketici kredileri için yüzde 7,88, limit aşımaları için ise yüzde 11,94 olarak açıklanmıştır⁴.

2.1.4. İtalya

Bireysel krediler birçok AB üyesinde 90'lı yılların ikinci yarısında hızlı bir gelişim göstermiştir. İtalya'da da bu dönemde yüksek tasarruf eğilimine rağmen bireysel kredi piyasasında önemli artış oranları kaydedilmiştir. Nitekim, enflasyona göre düzeltilmiş hanehalkı tasarruf eğilimi 1995 yılında yüzde 14,4 iken, bu oranın 1998 yılında yüzde 14,2 ile hemen hemen aynı seviyesini koruduğu, 1995 yılında yüzde 5,1 olan bireysel kredi artış hızının ise 1996 yılında yüzde 11,9'a, 1997'de yüzde 20'ye, 1998'de ise yüzde 21,5'e yükseldiği görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2. İtalya İçin Seçilmiş Bazı Makroekonomik Göstergeler (%)

	1995	1996	1997	1998	1999
Özel Sektör Tasarruf Oranı	19,4	19,1	17,2	15,4	14,2
Özel Sektör Tasarruf Oranı (Enflasyona göre Düzeltilmiş)	14,4	14,8	14,2	14,2	13,2
Tüketici Kredileri Büyüme Hızı	5,1	11,9	20	21,5	18,8
Uzun Vadeli (10 yıl) Kamu Kağıtları Faiz Oranı	12,2	9,4	6,9	4,9	4,7
Enflasyon	5,2	4	2	2	1,7

Kaynak : Alessie, Hochguertel ve Weber (2002)

1990 dönemi öncesi İtalyan kredi piyasası incelendiğinde, hanehalkına konut ve otomobil teminatlı bireysel kredi türleri sunulurken, bu dönemden sonra bireysel kredilerde çeşitlendirmenin arttığı (diğer motorlu araçlar, cep telefonu, dayanıklı tüketim malları vb.) ve bu kredilere ulaşma imkânının da kolaylaştırıldığı görülmektedir (Alessie ve diğerleri, 2002). Ayrıca bu dönemde, İtalyan ekonomisinin makroekonomik göstergeleri de kredilerdeki genişlemeye ilişkin

⁴ http://www.bundesbank.de/statistik/statistik_zeitreihen.en.php?lang=en&open=&func=row&tr=SUD130

önemli işaretler vermektedir. Zira, özellikle 1995 yılından itibaren kamu kağıtlarının getirilerinin azalmasının, kredi olarak kullanılabilir fonlarında artışa neden olduğu, diğer taraftan düşen enflasyon oranları ve faiz oranlarının bankacılık sektörünün bireysel kredilere yönelmesinde etkili olduğu görülmektedir (Fazio, 2001).

Kredi hacminde görülen hızlı artış sonucunda, 7 Mart 1996'da 108 No.lu Aşırı Faiz Oranlarına İlişkin Kanun (The Usury Law) kabul edilerek tüketicilere uygulanabilecek faiz oranlarına ilişkin sınırlandırmalar getirilmiştir. Kanuna göre, kredi sözleşmelerinde yer alacak olan faiz oranı İtalyan Merkez Bankasının açıklamış olduğu referans faiz oranının 1,5 katını geçmemektedir. Referans faiz olarak sözleşmeye konu kredi türünün, iki çeyrek önce gerçekleşmiş ortalaması alınmaktadır. İtalyan Merkez Bankası kredi türlerine göre faiz oranı bilgilerini toplamak, ortalamalarını hesaplamak ve ilgili referans faiz oranlarını ilan etmekle sorumlu tutulmuştur. Referans faiz oranlarına göre hesaplanacak azami faiz oranını açıklanması sorumluluğu ise Hazine Bakanlığına aittir. Söz konusu oranlar resmî gazetede yayımlanarak kamuoyuna açıklanmaktadır (Masciandro, 2001).

2.1.5. Hollanda

Hollanda'da da tüketici kredilerinde ve kredi kartlarında aşırı yüksek faizlerin engellenebilmesi için azami faiz uygulaması bulunmaktadır. Azami faiz oranı kredinin vadesi ve tutarı göz önüne alınarak belirlenmektedir (Masciandro, 2001).

2.2. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)

ABD'de, ulusal bazda tüketici kredilerine aşırı yüksek faiz uygulanmasına ve gecikme faizlerine limit uygulanmasına ilişkin bir düzenleme bulunmamaktadır. Ancak, bazı eyaletlerde 1974 yılından itibaren düşük tutarlı kredilerde aşırı yüksek faizlere limit uygulaması olduğu tespit edilmiştir. 1974 yılında sadece 6 eyalet düşük tutarlı kredilere azami faiz uygularken, 2004 yılı itibariyle eyalet sayısı 27'ye yükselmiştir (Policis, 2004). Örneğin,

- Texas Eyaletinde tüketici kredisi ve kredi kartları için azami faiz oranı 2005 yılı Aralık için yüzde 18 olarak belirlenmiştir. Aynı oran, Arkansas, Minesota, Güney Dakota, Iowa ve Washington Eyaletleri için yüzde 9 ile 12 arasında değişmektedir.
- Kansas Eyaletinde 1985 tarihli “Credit Card Interest Rate Limitation Act” adlı yasayla kredi kartlarına azami faiz sınırlaması getirilmiştir. 1994 tarihli değişikliğe göre kredi kartlarına azami faiz oranı 6 aylık hazine bonosunun 9,5 puan üzerini aşmamaktadır.
- Pensilvanya Eyaletinde, kredi kartlarına, yasal faiz oranı olan yüzde 6’nın 30 baz puan üzerinde faiz uygulanması durumunda 10 yıl hapis ve 5,000 ABD doları para cezası verilmektedir.
- Massachusetts Eyaletinde ise sadece kredi kartları için değil tüm kredi sözleşmeleri için azami faiz oranı yüzde 18 olarak belirlenmiştir.

3. Kredi Kartı Ücret ve Komisyonları

Kartlı ödeme sistemlerinde kartlı sistem kuruluşu dışında, kart hamilleri, işyerleri, kart çıkaran kuruluşlar ve kabulcü bankalar olmak üzere beş temel katılımcı bulunmaktadır. Bu katılımcılar sistemden sağladıkları faydaların yanında birçok maliyete de katlanmak zorunda kalmaktadırlar. **Kart hamilleri**, kart ücreti, limit aşım ücreti ve faiz gibi maliyetlerle karşılaşırken, sahip oldukları kredi kartları ile nakit taşımaksızın alışveriş yapabilme imkânına kavuşmakta, promosyon uygulamalarından, taksitli alışveriş imkânlarından ve çeşitli indirimlerden faydalanabilmektedirler. Kredi kartlı satışlar için satış fiyatının belirli bir yüzdesini üye işyeri komisyonu adı altında bankalara ödemek zorunda olan **işyerleri** için en büyük fayda ise kartlı işlemi kabulcü bankaya ilettikten sonra belirli bir iskonto ile kısa bir sürede (48 saat) alacaklarını tahsil etme imkânına sahip olabilmeleri ve taksit ve kredi talep eden müşterilere kredi riski taşımadan ulaşabilmeleridir. **Kart çıkaran kuruluşlar** ise kart hamillerinden kart ücreti, nakit avans ücreti, limit aşım ücreti gibi gelir elde ederlerken, kabulcülerden de takas

komisyonu almaktadırlar. Sağladıkları bu faydaların karşılığında ise işlem maliyetlerine katlanırken, dolandırıcılık ve kredi riski taşımak zorunda kalmaktadır. Ayrıca kredi kartı sektöründe artan rekabet ortamında ayakta kalabilmek için, uyguladıkları ücret ve komisyonlarda indirim yoluna gitmekte veya promosyon uygulamalarını agresifleştirmek zorunda kalmaktadırlar. Sistemde son katılımcı olan **kabülcü bankalar** ise, işyerleri ile imzaladıkları ikili anlaşmalar yoluyla belirledikleri üye işyeri komisyonundan gelir elde ederken, bu gelirin bir kısmını ihraççılara takas komisyonu olarak ödemektedirler. Ayrıca kart çıkaran kuruluşlarda olduğu gibi işlem maliyetleri ile dolandırıcılık ve riskleriyle de karşı karşıyadırlar (Karayol, 2007).

Kartlı ödemelerde ücret ve komisyonlar gibi maliyetlerden farklılık arz eden takas komisyonlarının, bankacılık sektörünün gelirleri içindeki payının giderek arttığı görülmekle birlikte, bu komisyonun sistemde rekabeti engellediği ve belirlenme esaslarının şeffaf olmadığı yönünde de yaygın tartışmalar yapılmaktadır. Bu nedenle takip eden bölümde kart hamilleri ve kart çıkaran kuruluşlar tarafından açıkça bilinen maliyetlerden çok günümüzde bankacılık sektörünün milyon dolarlık sırrı⁵ olarak nitelendirilen takas komisyonları ve kartlı ödeme sistemlerinde fiyat rekabetine ilişkin bir diğer konu olan “ilave ödeme yasağı kuralı” hakkında uluslararası uygulamalara yer verilmiştir.

3.1. Takas Komisyonu

Takas komisyonları, kartı kabul eden işyerinin anlaşmalı olduğu kabulcü banka ile kart hamiline kart veren ihraççı bankanın farklı bankalar olması durumunda ortaya çıkmakta ve kart birlikleri tarafından belirlenerek işyerlerine üye işyeri komisyonu içinde yansıtılmaktadır (Karayol, 2007). Dolayısıyla, takas komisyonları satın alınan mal ve hizmetlerinin maliyetlerini artırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketiciler bu maliyetlerin genellikle farkında

⁵ Bkz. Balto (2000)

olmamaktadır. Nitekim, Avrupa Rekabet Komisyonu Üyesi Neelie Kroes'a⁶ göre çok yönlü takas ücret anlaşmaları tüketicilerin kart maliyetini şişirmektedir. Tüketici genel olarak yıllık kart ücreti şeklinde bankalara ödeme yapmaktadır. Ayrıca, şişirilmiş perakende fiyatlar üzerinden tüketicinin ödemek zorunda kaldığı maliyet de artmaktadır. Söz konusu maliyet sadece kartla değil, peşin alım yapanlar tarafından da ödenmektedir.

Takas komisyonunun seviyesi ve belirlenmesi birçok ülkede düzenleyici kurumların dikkatini çekmektedir. Avustralya Merkez Bankası, kredi kartı ağlarında takas komisyonu düzeyinin belirlenmesine ilişkin düzenlemeler yaparken, Avrupa Komisyonu topluluk düzeyinde uygulanan takas komisyonlarında maliyet-bazlı regülasyon yapılması yönünde karar vermiştir (Weiner, 2005).

Takas komisyonunun seviyesi, ülke düzenlemelerine göre farklılık göstermektedir. Bazı ülkelerde bu komisyonlar Visa ve Mastercard gibi ödeme ağları tarafından belirlenirken, bazı ülkelerde yasal limit uygulamaları bulunmaktadır. Örneğin Meksika'da söz konusu komisyon oranları Bankalar Birliği tarafından belirlenirken, İsveç karma bir yapı göstermekte ve takas komisyonları ödeme ağları ve Bankalar Birliği tarafından ortaklaşa belirlenmektedir (Weiner, 2005). Avustralya Merkez Bankası 2006 yılında yaptığı bir düzenleme ile üç yıl boyunca uygulanmak üzere, kredi kartları için takas komisyonunu yüzde 0,5 olarak belirlemiştir. İsrail'de ulusal bankalar ve Rekabet Kurumu (Competition Authority) takas komisyonu 2012 yılına kadar yüzde 0,875'e düşürülmesine karar vermiştir. Yeni Zelanda Ticaret Komisyonu (Commerce Commission) Visa ve Mastercard'ın ve 11 finansal kuruluşun takas komisyonları için fiyat katılığı yaptıkları hususunda davalar açmıştır. Polonya Rekabet ve Tüketici Koruma Bürosu (Poland Office of Competition and Consumer Protection) takas komisyonlarının yasadışı olduğunu ve uygulamanın 4 Ocak 2007 tarihinde sona erdirilmesini istemiştir. İspanya Rekabet Mahkemesi (Spanish

⁶ <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1959>

Competition Tribunal) takas komisyonu yetkisini tanımamakta olup, kart şirketleri ile 2008 yılına kadar bu oranın yüzde 2,32'den yüzde 0,54'e düşürülmesine karar vermiştir. İsviçre Rekabet Komisyonu (The Switzerland Competition Commission) kredi kartı takas komisyonlarında Kartel Kanunu (Cartel Act) kapsamında fiyat katılığı olduğunu ve bunun 2005 yılında yüzde 1,70'den yüzde 1,35'e düşürülmesine karar vermiştir. İngiltere Adaletli Ticaret Komisyonu (The UK Office of Fair Trading) 2005 yılında takas komisyonlarını eşitlemiştir. Ayrıca, Visa ve Mastercard'ın bu alandaki uygulamaları komisyon tarafından araştırma sürecindedir.

AB bünyesinde takas komisyonları yüzde 0,4 ila yüzde 1,20 oranında değişmektedir. ABD'de bu oran ortalama olarak yüzde 2 civarındadır. Nitekim 2001 yılında 12 milyar ABD doları civarında olan takas komisyonu 2008 yılında 48 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiş olup, söz konusu tutarın tüketici başına yansımaları 427 ABD doları olmuştur.⁷

Avrupa Komisyonu Avrupa Ekonomik Birliğinde (European Economic Area-EEA) Mastercard'ın sınır ötesi ödeme işlemleri, kredi kartı ve debit kart için uyguladığı çok taraflı takas komisyonlarının EC Treaty'nin 81. maddesine⁸ ilişkin ticareti sınırlayıcı önlemleri ihlal ettiğini ifade etmiştir. Ayrıca, bu oranların seviyesi oldukça yüksek olduğu belirtilerek, efektif düopol sayesinde bu sektörde aşırı kâr elde edildiği ifade edilmiştir.⁹ Kart şirketleri yüksek takas komisyonu belirlemekte ve bu yüksek komisyon hem kart sahipleri hem de işyeri sahiplerince ödenmektedir.¹⁰

⁷ Study: U.S. Pays More for Interchange Fees

<http://www.nacsonline.com/NACS/News/Daily/Pages/ND0918092.aspx>

⁸ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12002E081:EN:HTML>

⁹ **EU to Mastercard: Credit Card Interchange Fees Must Be Cut,**

http://www.unfaircreditcardfees.com/site/press/eu_to_mastercard_credit_card_interchange_fees_must_be_cut

¹⁰ http://www.ft.com/cms/s/0/47ac7a12-ae9d-11dc-97aa-0000779fd2ac.html?nlick_check=1

Son yıllarda takas komisyonlarının birçok ülkede düşen bir eğilimde olduğu görülmektedir. Avustralya, Meksika ve AB ülkelerinde düşüşün nedeni son dönemde yapılan düzenlemeler iken, İspanya'da 1999 yılında Ekonomi Bakanlığı, ödeme ağı ve bankalar arasında yapılan anlaşmanın etkili olduğu görülmektedir. ABD'de ise takas komisyonları, incelenen diğer ülkelerin yaklaşık iki katıdır. Takas komisyonu düşen Avustralya ve İspanya'da yıllık kart ücretleri düşerken, Avustralya'da aynı zamanda geri ödeme süreleri kısaltmakta ve promosyon uygulamaları azalmaktadır. ABD'de ise takas komisyonları arttığında yıllık ücretler düşerken, promosyon uygulamaları artmaktadır. Bu da ABD'de kredi kartı müşterileri için rekabetin kızıştığını göstermektedir. İngiltere'de takas komisyonları düşerken, yıllık ücretler ve giriş oranları (introductory-rate) göreceli olarak aynı kalmaktadır (Tablo 3) (Weiner, 2005).

Ayrıca, bankacılık sektörünün milyon dolarlık sırrı olarak nitelendirilen takas komisyonları, kart birlikleri tarafından gizli maliyet hesaplarına dayanılarak belirlendiği ve bu nedenle de şeffaf olmadığı gerekçesiyle uygulamada çeşitli davalara da konu olmuştur (Karayol, 2007). Örneğin;

- AB'de bankaların biraraya gelerek birlikte fiyat tespit etmeleri, Roma Antlaşmasının 81/1 maddesi çerçevesinde rekabet hukukuna aykırı olarak değerlendirilmekte, ancak takas komisyonlarının kartlı ödeme sistemlerinin kendine özgü işleyişi nedeniyle gerekli olduğuna karar verilip, bu uygulamaya çeşitli özel koşulların sağlanması halinde muafiyet tanınabilmektedir. AB Komisyonunun sağlamış olduğu muafiyetlerden kredi kartları ile ilgili olarak en bilineni 1977'de Visa'nın başvurusuyla sağlanan muafiyettir. Söz konusu muafiyet 1985 yılında yapılan şikâyet üzerine, 1992 yılında geri alınmış, 2002 yılında Avrupa Komisyonu tarafından Visa'nın takas komisyonu uygulamasına yeniden muafiyet sağlanmıştır.

Tablo 3. Seçilmiş Ülkeler Bazında Kredi Kartı Takas Komisyonu ve Diğer Ücretler

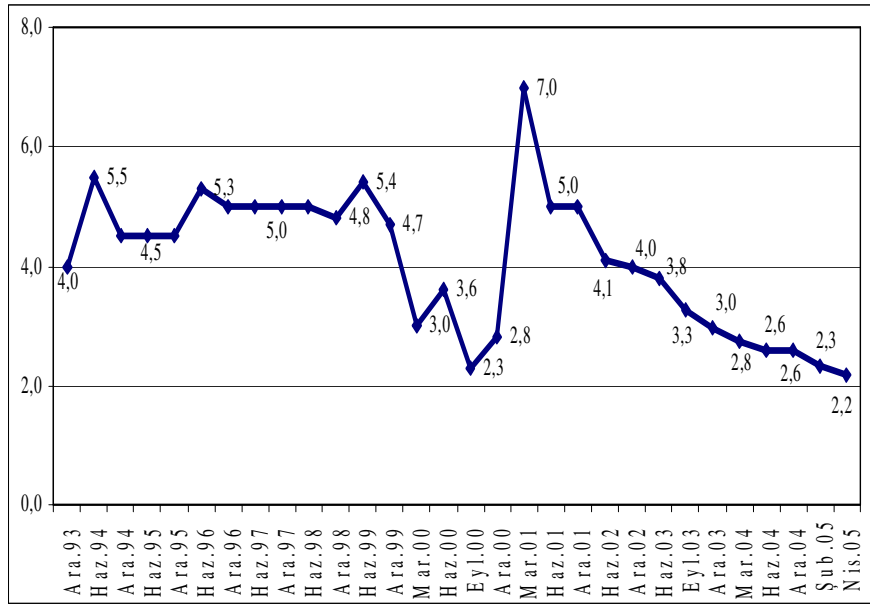
Ülkeler	Kredi Kartlarının. Ödeme Sistemleri İçindeki Payı (%)	Takas Komisyonu		Diğer Ücretler	
		Belirleyen Otorite	Eğilim	Ticari Hizmet Ücretleri	Kart Hamili Ücretleri
Avustralya	22	Bankcard/Mastercard/Visa: Yasal limitlere göre ödeme ağının üyeleri tarafından belirlenmektedir.	Düşüş	Düşüş	Yıllık ücretlerde artış, geri ödeme dönemine kısalma, promosyon uygulamalarında azalış görülmektedir.
Kanada	23	Mastercard/Visa: Ödeme ağına üyeler tarafından belirlenmektedir.	Mastercard Artış	Mastercard Artış	
Meksika	10	Mastercard/Visa: Meksika Bankalar Birliği tarafından belirlenmektedir.	Düşüş		
ABD	23	Mastercard: Yönetim tarafından belirlenmektedir. Visa: Ödeme Ağının üyeleri tarafından belirlenmektedir.	Artış	Artış	Faiz oranları değişmezken, yıllık ücretlerde düşüş, promosyon uygulamalarında artış görülmektedir.
AB	-	Mastercard: Ödeme Ağının üyeleri tarafından Visa: Yasal anlaşmalara göre Ödeme Ağının üyeleri tarafından belirlenmektedir.	Düşüş		
Danimarka	1	Mastercard/Visa: Yasal üst limite uymak şartıyla ticari hizmet ücretine uyarlanmaktadır.	Sabit	Sabit	
Hollanda	1	Mastercard: Ödeme Ağının üyeleri tarafından belirlenmektedir.	Düşüş	Düşüş	
İspanya	14		Düşüş	Düşüş	Yıllık ücret artmaktadır.
İsveç	7	Mastercard/Visa:Ödeme ağları ve Bankalar Birliği tarafından karşılıklı pazarlıkla belirlenmektedir.	Düşüş		

Kaynak: (Weiner, 2005)

- ABD’de, kredi kartı takas komisyonlarına ilişkin davalardan biri 1986 tarihli NaBanco Kararıdır. Dava 1979 yılında National Bancard Corporation’ın (NaBanco), Visa’nın belirlediği takas komisyonunu kendisini kart ihraç eden büyük bankalara göre dezavantajlı konuma getirdiği için açılmış ancak mahkeme uygulamayı yasalara uygun bulmuş ve talebi reddetmiştir.

- İngiltere’de ise bankalar arasında yüksek seviyede belirlenen komisyonlar da dâhil olmak üzere bankacılık sektöründeki sorunlara dikkat çeken Cruickshank Raporu üzerine hükümet, rekabet otoritesine ödeme sistemlerini düzenlemek üzere yeni yetkiler tanımıştır¹¹.

Grafik 1: Türkiye’de Kredi Kartı Takas Komisyonları (%)



Kaynak :BKM

Ülkemizde yurtiçi takas işlemlerini yürütmekle ve takas komisyonlarını belirlemekle yükümlü kuruluş Bankalararası Kart Merkezi (BKM)’dir. Takas komisyonu oranı BKM Yönetim Kurulu tarafından genel olarak yönetim kurulu üyesi bir bankanın önerisi üzerine değerlendirilmekte ve gerek görülürse değiştirilmektedir. İhraççılar tarafından kabulçülere uygulanan takas komisyonu

¹¹ Davaların detayları için Bkz. Karayol (2007)

Kabulcülere maliyet olarak yansımakta olduğundan, kabulcüler de bu maliyeti üye işyerlerine, işyeri komisyonu olarak yansıtmaktadır. Takas komisyonu oranı bütün bankalar arasında aynı oranda uygulanmaktadır.

3.2. İlave Ödeme Yasağı Kuralı

Kartlı ödeme sistemlerine ilişkin bir diğer konu ise, genellikle takas komisyonu ile beraber değerlendirilen “İlave Ödeme Yasağı Kuralı-İÖY”dır. İÖY Kuralı, kart birlikleri tarafından getirilen veya yasal olarak düzenlenen bir kural olup, işyerlerinin, kart hamilinden, kart kullanmanın bedeli olarak ilave komisyon almasının önüne geçmektedir. Tek fiyat politikası olarak da bilinen İÖY, müşterinin hangi ödeme aracını kullanırsa kullansın, satın aldığı mal ve hizmet için aynı fiyatı ödemesini sağlamakta ve işyerlerinin kart kabulü ile katlandığı maliyetleri tüketiciye yansıtmasının önüne geçmektedir. Ayrıca izin verilse dahi fiyat farklılaştırmayan işyerleri, tek fiyat uygulamayı tercih edebilmektedir.

İlave ödeme yapılması halinde, üye işyerleri, kart çıkaran kuruluşun daha az gelir sağlamasına neden olacak şekilde bazı kart kullanıcılarından kazanç elde edecektir. Kart kullanıcısı yıllık kart ücretinin yanı sıra ilave ödeme yapmak zorunda kalması durumunda kart kullanmamayı tercih edebilecektir.

ABD’de 1968-1985 döneminde kredi kartı işlemlerinde İÖY kuralı federal yasalarla uygulanmıştır (Schwartz ve Vincent 2002). Amerikan Merkez Bankası tarafından uygulanan Düzenleme Z (Regulation Z)’de, işyerlerinin kredi kartı kullanmayan tüketicilere indirim uygulamalarına izin verilirken, kredi kartı ilave ödemeleri konusunda herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Bazı eyaletlerde ise kredi kartı ilave ödemelerinin yasaklandığı görülmektedir. Tek fiyat uygulamasına en önemli istisna, 80’li yıllarda benzin istasyonu işletmecilerinin, kredi kartı işlem maliyetleri arttığında görülmüş, ancak yeni teknolojiler sayesinde, kredi kartı işlem maliyetlerinin hızla düşmesi sonucunda nakit indirimleri azalmıştır (Chakravortı ve Shah, 2001). ABD’de Düzenleme Z ile belirtilen bir kural olmamasına rağmen, kredi kartı ödeme ağları ilave ödeme uygulamasını

yasaklamaya devam etmektedir. Örneğin, Visa ve Mastercard, ürünlerini kabul eden üye işyerlerinin kredi kartlarına ilave ödeme uygulanmasını yasaklamıştır. Uzun süre kendi İÖY kuralını uygulayan Visa, son zamanlarda bu kuralı esnetirken, Mastercard işyerlerinin nakit indirimlerine izin vermekte ancak kredi işlemleri için ilave ödeme tahsil etmelerini yasaklamaktadır (Karayol, 2007).

4. Promosyon Uygulamaları

Son yıllarda kredi kartı kullanımının yaygınlaşması ile kart çıkaran kuruluşlar bir taraftan anlaşmalı işyeri sayısını ve kredi kartı portföyünü artırmaya çalışırken, diğer taraftan da mevcut müşterileri promosyonlar ile teşvik etmeye ve kendi kartlarının kullanımında devamlılığın sağlanmasına çalışmaktadır.

Bankalarca uygulanan promosyonların amacı, sektörde yer alan rekabet nedeniyle, kart müşterilerinin alışverişlerinde daha ziyade kendi kredi kartlarının kullanımını sağlamaktır. Kredi kartının yoğun bir şekilde kullanıldığı bir ortamda, kart ihraç edenler çoğunlukla kart kullanıcılarını promosyonlar yoluyla kendi bankalarına çekmeye çalışmaktadır. Mevcut müşterilerin teşvik için de bu promosyonlar geniş bir şekilde kullanılmaktadır. Nitekim, Mann (2005) kredi kartı politikalarına ilişkin çalışmasında, kredi kartı ödül programlarının (kartı kullanmalarından kazanılan ödül, puan, uçuş mili ve sağlanan diğer tüm maddi imkânları içeren programlar) sektörün büyümesine yapacağı katkıyı artırmanın zor olduğunu, ancak 2000 yılından bu yana ABD’de bu tarz kartların piyasa payının yüzde 10’dan yüzde 25’e çıktığını, standart kartların piyasa payının ise yüzde 57’den yüzde 36’ya gerilediğini belirtmektedir. Ayrıca, sektör için asıl önemli olan ödüllü bir kartla yapılan aylık ortalama harcamanın 943 ABD doları olmasına karşılık, ödül içermeyen kartlarla 360 ABD dolarlık bir harcama yapılıyor olmasına dikkat çekmektedir. Frankel (2005) ise fiyat dışı rekabetin ABD kredi kartı piyasasında çok gözlenen bir durum olduğunu, bu rekabetin sadece uçuş mili ve nakit indirimi şeklinde değil, kart çıkaran bankalar tarafından müşterilere gönderilen talep formları yoluyla da gerçekleştiğini belirtmektedir.

Ülkemiz için yapılan bir çalışmada ise, ankete katılan tüketicilerin yarısı kredi kartı ile alışverişlerde taksit, reklam ve diğer promosyon (bonus, chip para gibi) araçlarının rolünün “oldukça etkili” olduğunu belirtmişlerdir. Reklam ve çeşitli promosyonların tüketiciyi satın almaya iten nedenler arasında olduğu ve kredi kartı sahiplerinin ödeme güçlerine göre tüketimlerini artırdıkları, ancak kimi zaman da gelir düzeylerinin üzerinde harcama yaptıklarının anlaşıldığını belirtilmektedir (Durukan ve diğerleri, 2005).

ABD’de promosyonların yapısı incelendiğinde ise, bu uygulamanın belirli bir limiti tutturamayan veya kredi kartına sahip olmayan düşük gelirlilerden ziyade, orta ve yüksek gelir gruplarına hitap ettiği, ödüllü kart uygulamasının ise oldukça hızlı bir şekilde geliştiği görülmektedir. Diğer taraftan, bankalarca uygulanan teşvik politikaları, ödemelerde kart kullanımını artıran temel faktörler arasında yer almakla birlikte, kredi kartı harcamalarını, krediye dönüştüren müşteriler için promosyon uygulamaları ikinci planda kalmaktadır (Hayashi ve Ching, 2006).

Hayashi ve Ching (2006)’ya göre, ödüllü kredi kartlarının yaygınlaşmasının etkileri tüketicilere ve alışverişin tipine bağlı olarak değişebilmektedir. Örneğin;

- Promosyonlu kredi kartı olan tüketiciler, bu kartlarını promosyonlu kredi kartı olmayan tüketicilerden daha fazla kullanmaktadır.
- Söz konusu tüketicilerden harcamalarını zamanında ödemeyip de kredilendirenler, yine bu grupta yer alan ve promosyonlu kartı olmayanlardan daha fazla bu kartları kullanmaktadır.
- Kredi kart promosyonu alanlar ve banka kartı promosyonu alanlar, sadece kredi kartı promosyonu olanlara kıyasla bu kartları daha fazla kullanmaktadır.

- Promosyonlu kart işlemleri sadece nakit para işlemlerini değil, aynı zamanda promosyonsuz kart işlemlerinin de yerini almaktadır.

Sonuç olarak, kredi kartı sektöründe rekabetin temel aracı olarak kullanılan promosyon uygulamaları aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Para iadesi (Puan, Bonus vb.),
- Uçuş milleri ve ücretsiz telefon süresi,
- Satın alınan mallarla ilgili ilave garantiler,
- Araç kiralama sigortası,
- Seyahat sigortaları,
- Olağanüstü durumlarda (işsiz kalınması, ölüm vb) kredi kartı ödemelerinin sigortalanması,
- Kartın çalınma ve kaybolmasına karşı sigortalanması,
- Kredi Kartların Kaydının Tutulması,
- Taksit erteleme

Ancak, uygulamada bazı promosyonların kredi kartı müşterilerini zaman, mekân ve tercih konularında sınırladığı görülmektedir. Örneğin, uçuş milinin kazanılması durumunda, yalnızca belirli bir havayolunu tercih etmek durumunda kalınmakta veya belirli bir süre (örneğin 1 yıl) söz konusu imkânın kullanılması zorunluluğu getirilmektedir. Bu durumda, kart sahibinin bu imkânlardan yararlanmasının güçleşmekte olduğu görülmektedir.

5. Kredi Kartı Bilgilerinin Kamuoyu ile Paylaşılması

Sektörün sağlıklı gelişimi için; kredi kartı kullanıcılarının, sistemin riskleri ve doğuracağı sorumluluklar açısından bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Bu çerçevede kredi kartı bilgilerinin kamuoyu ile paylaşılması büyük önem arz

ettiğinden, bu bölümde kredi kartı bilgilerinin açıklanma usul ve esasları, seçilmiş ülkeler bazında incelenmektedir.

5.1. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)

ABD’de kredi kartları 1968 yılında kabul edilen Tüketici Kredileri Koruma Kanunu’nda (The Consumer Credit Protection Act) düzenlenmektedir. Bu Kanun kapsamında getirilen “Truth in Lending” (TILA) düzenlemesi ile kamuoyunun, bankaların kredilere ilişkin faiz oranları ve komisyonları hakkında bilgilendirilmelerinin sağlanarak, kart müşterilerinin kendi mali bünyelerine göre en ideal karta sahip olabilmeleri hedeflenmektedir. Bu konudaki düzenlemeler Düzenleme Z’de yapılmış olup, Amerikan Merkez Bankası tarafından yürütülmektedir. Düzenleyicilerin amacı müşterilerin kredi alma sürecinde karşılaştırma yapabilmeleri için gerekli bilgiyi elde etmelerini kolaylaştırmaktır. Ayrıca, kredi kartı kuruluşları (veya bankalar) arasında rekabetin artırılması amaçlanmaktadır (Board of Governance of FED, 2007).

ABD’de kredi kartı kullanımı 80’li yıllardan itibaren hızlı bir artış göstermiştir. 1983 yılında yüzde 43 olan hanehalkı kredi kartı kullanım oranının, 2004 yılında yüzde 71’e yükseldiği görülmektedir. Bu dönemde görülen artışın yanı sıra dikkat çeken bir diğer gelişme, düşük gelirli ailelerdeki artış hızının, yüksek gelirlilere kıyasla daha fazla olmasıdır. Nitekim 1983 yılında yüzde 11 olan düşük gelirli ailelerdeki kullanım oranı, 2004 de yüzde 37’ye çıkmıştır. Bu artışta özellikle taksitli kredilerin yerine kredi kartlarının kullanılması ve tüketicilerin nakit kullanımı yerine daha güvenli olduğunu düşündükleri, kredi kartını tercih etmeleri etkili olurken, kredi değerlendirmesi ve riske dayalı fiyatlama modellerinin gelişmesine paralel olarak, kredi kartı ihraçlarının artması da bir diğer etken olmuştur (Mishkin, 2007).

Kredi kartlarının yukarıda belirtildiği gibi yaygınlaşması bu kartların izlenmesini daha da karmaşık hâle getirmiştir. Bu nedenle 2004 yılında Amerikan Merkez Bankası, Düzenleme Z ile ilgili bir çalışma başlatmıştır. Çalışmada kredi

kartı müşterilerinin doğru kararı verebilmeleri için gerekli olan bilgilerin zamanlaması değerlendirilmektedir. Örneğin mevcut uygulamada kredi kartı faiz oranı değişiklikleri tüketicilere 15 gün önceden bildirilmektedir. Ancak Amerikan Merkez Bankası bu sürenin çok kısa olduğunu ve müşterilerin yapacakları harcamalarda doğru kararı alabilmeleri için 45 gün önceden bilgilendirilmesi gerektiğini önermektedir. Kamuoyunun ve tüketicilerin bilgilendirilmesi konusunda birçok yeniliği içeren çalışma sonuçları 2007 Mayıs ayında görüşe açılmış ve görüşlerin gönderilmesi için 120 günlük süre tanınmıştır (FED, 2007).

Tablo 4: ABD’de Ticari Banka Bireysel Kredi Faiz Oranları (%)

	48 ay vadeli Otomobil Kredisi	24 ay vadeli Tüketici Kredisi	Kredi Kartları
Şubat 2004	6,72	11,88	12,67
Mayıs 2004	6,43	11,80	12,69
Ağustos 2004	6,55	12,02	13,02
Kasım 2004	6,71	11,84	12,51
Şubat 2005	6,86	12,01	12,21
Mayıs 2005	6,93	12,03	12,77
Ağustos 2005	7,08	12,22	12,48
Kasım 2005	7,43	11,95	12,58
Şubat 2006	7,39	12,18	13,30
Mayıs 2006	7,60	12,58	13,16
Ağustos 2006	7,95	12,40	13,06
Kasım 2006	7,92	12,49	13,31
Şubat 2007	7,74	12,32	13,41
Mayıs 2007	7,92	12,57	13,46
Ağustos 2007	7,82	12,50	13,58
Kasım 2007	8,41	12,16	13,08

Kaynak : Federal Reserve, <http://www.federalreserve.gov/releases/g19/>

Amerikan Merkez Bankası, mevcut uygulamada üç ayda bir banka ve finansal kuruluşlar tarafından sunulan kredi kartı planlarına ilişkin karşılaştırmalı olarak hazırladığı bilgileri internet sitesinde kamuya duyurmaktadır. Söz konusu faiz oranları 1972 yılının Şubat ayından itibaren Bankanın internet sitesinde yer almaktadır. Tablo 4’te 2004 yılı Şubat ayından itibaren ticari bankaların kredi kartı faiz oranları ile bazı tüketici kredisi faiz oranları yer almaktadır. Tablodan görüleceği gibi, her dönem kredi kartı faiz oranları 48 ay vadeli otomobil kredilerinin ve 24 vadeli tüketici kredilerinin üzerinde gerçekleşmektedir. 2007 yılı Kasım ayı itibarıyla kredi kartı faiz oranının otomobil kredilerinkine oranı 1,6, tüketici kredilerinkine oranı ise 1,1 olarak gerçekleşmiştir.

5.2. Avrupa Birliği (AB)

Avrupa Merkez Bankası para politikasını yönetmede ve ihtiyatlı gözetim ilkeleri çerçevesinde üye ülkelerin finans kurumlarından detaylı ve uyumlaştırılmış faiz oranı istatistiklerine ihtiyaç duymuş ve bu nedenle 20 Aralık 2001 tarih ve 63/2002 sayılı AB Tüzüğü¹² yayımlamıştır. Söz konusu Tüzüğe göre para piyasa fonları hariç diğer tüm finansal kuruluşlar belirlenen formatta faiz oranı istatistiklerini Avrupa Merkez Bankasına zamanında ve doğru bir şekilde göndermekle yükümlüdürler. Bu çerçevede toplanan faiz oranı istatistikleri toplu olarak (Avrupa Birliği ve euro bölgesi) ve üye ülkeler ülke bazında 2003 yılı Ocak ayından itibaren aylık olarak Avrupa Merkez Bankası internet sitesinde yayımlanmaktadır.

Kredi kartı faiz oranı istatistikleri incelendiğinde ise, bu oranların söz konusu Tüzüğün 2 numaralı ekinde yer alan 75 inci paragrafı uyarınca, cari hesap kredileri (overdraft) içinde gösterildiği ve hanehalkı kredilerin içinde aylık bazda yayımlandığı görülmektedir. Dolayısıyla kredi kartları faiz oranları ayrı bir istatistik olarak yayımlanmamakta, ancak faiz oranları cari hesap kredilerine

¹² Regulation (EC) No 63/2002 of The European Central Bank of 20 December 2001, “Concerning Statistics on Interest Rates Applied by Monetary Financial Institutions to Deposits and Loans Vis-À-Vis Households and Non-Financial Corporations”

oldukça yakın seyrettiğinden, bu faiz oranlarının kredi kartları faiz oranları hakkında genel eğilimi vereceği düşünülmektedir. Örneğin Tablo 5’te Yunanistan Merkez Bankası internet sitesinden alınan cari hesap kredisi bilgileri yer almaktadır. Yunanistan Merkez Bankası söz konusu verileri internet sitesinde alt kalemleri içerecek şekilde kamuoyuna açıklarken, 63/2002 sayılı AB Tüzüğü çerçevesinde Avrupa Merkez Bankasına sadece cari hesap kredileri faiz oranı olarak bildirilmektedir.

Tablo 5. Yunanistan’da Cari Hesap Kredisi Faiz Oranları (%)

	Mar.07	Nis.07	May.07	Haz.07	Tem.07	Ağu.07	Eyl.07	Eki.07	Kas.07
Cari Hesap Kredisi (<i>overdraft</i>)	13,88	13,97	13,92	14,09	14,12	14,15	14,14	14,13	14,50
Kredi Kartları (<i>Credit Cards</i>)	14,48	14,63	14,54	14,76	14,71	14,73	14,74	14,76	15,35
Açık Krediler (<i>Open account loans</i>)	13,18	13,18	13,21	13,32	13,44	13,48	13,44	13,37	12,93
Cari Hesap Borç Bakiyesi (<i>Debit balances on current accounts</i>)	11,28	11,38	11,26	11,41	11,36	11,48	11,52	11,55	11,51

Kaynak: Bank of Greece, <http://www.bankofgreece.gr/en/statistics/pdf/TABLE1.xls>

AB üyesi diğer ülkeler incelendiğinde, Yunanistan’a benzer şekilde 63/2002 sayılı AB Tüzüğü çerçevesinde Avrupa Merkez Bankasına bildirdiği cari hesap kredileri faiz oranı dışında kredi kartı faiz oranlarını kendi internet sitesinde yayımlayan ülkeler İngiltere, Polonya ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi’dir.

Bireysel kredi faiz oranlarını 1999 yılı Ocak ayından itibaren aylık olarak açıklayan İngiltere Merkez Bankasının, Mart 2004-Kasım 2007 döneminde İngiltere’de faaliyet gösteren bankalarca kullanılan bireysel krediler için açıkladığı ağırlıklı ortalama faiz oranları Tablo 6’da görülmektedir. Tabloda kredi kartı faiz oranlarının incelenen dönemde, dört dönem haricinde (Mart-Haziran 2005, Mart 2006 ve 2007) sürekli olarak artış gösterdiği görülmektedir. Diğer taraftan kredi kartı faiz oranlarının 2007 yılı Kasım ayı itibarıyla toplam tüketici

kredisi faiz oranının iki katı, değişken faizli tüketici kredilerinin 2,2 katı, sabit faizli tüketici kredileri ortalamasının ise 1,9 katı olduğu dikkati çekmektedir.

Tablo 6. İngiltere’de Bireysel Kredi Faiz Oranları (%)

	Değişken Faizli Tüketici Kredileri	Sabit Faizli Tüketici Kredileri				Tüketici Kredisi (Sabit+Değişken Faizli)	Kredi Kartı Faiz Oranları
		1 Yıldan Kısa Vadeli	1-5 Yıl Vadeli	1 Yıldan Uzun Vadeli	Toplam		
Mart 2004	6,83	10,38	10,22	10,21	10,24	9,12	14,57
Haziran 2004	7,11	10,79	9,95	10,22	10,14	9,18	14,63
Eylül 2004	7,31	9,77	9,61	10,04	9,76	8,96	14,72
Aralık 2004	7,28	9,80	9,49	10,00	9,69	8,94	14,99
Mart 2005	7,29	8,33	9,61	9,97	9,72	8,95	14,95
Haziran 2005	7,22	7,81	9,42	9,93	9,57	8,87	14,89
Eylül 2005	7,07	7,35	9,37	9,83	9,48	8,77	15,13
Aralık 2005	6,95	7,39	9,17	9,68	9,31	8,62	15,44
Mart 2006	6,97	7,29	9,15	9,48	9,23	8,56	15,18
Haziran 2006	7,00	7,08	9,04	9,44	9,15	8,51	15,72
Eylül 2006	7,18	6,94	9,00	9,38	9,10	8,52	16,46
Aralık 2006	7,37	6,87	8,93	9,30	9,02	8,52	16,84
Mart 2007	7,71	6,81	9,00	9,26	9,05	8,65	16,45
Haziran 2007	7,88	6,79	8,89	9,13	8,93	8,61	17,14
Eylül 2007	8,11	6,95	9,12	9,21	9,1	8,8	17,49
Kasım 2007	8,08	6,96	9,18	9,21	9,13	8,81	17,73

Kaynak: Bank of England, <http://www.bankofengland.co.uk/statistics/index.htm>

¹ Bireysel kredi faiz oranları İngiliz Merkez Bankası internet sitesinde 1999 yılı Ocak ayından itibaren aylık olarak yer almaktadır.

Kredi kartı faiz oranlarını 2005 yılı Ocak itibarıyla aylık olarak kamuoyuna duyuran Polonya ile 1993 yılı Ocak ayından itibaren yine aylık olarak açıklayan Güney Kıbrıs Rum Kesimi’nin seçilmiş dönem verileri ise Tablo 7’de görülmektedir. Tabloya göre incelenen diğer ülkelerin aksine Polonya’da kredi kartı faiz oranlarının bir kaç dönem haricinde sürekli düştüğü görülmektedir. Nitekim 2005 yılı Mart ayında yüzde 22,68 olan kredi kartı faiz oranının 2007 yılı

Ekim ayında yüzde 15,30'a gerilediği görülmektedir. Güney Kıbrıs Rum Kesimi'nde ise, 2005 yılı Mart ayı itibarıyla yüzde 11,83 olan kredi kartlarına uygulanan ağırlıklı ortalama faiz oranının, 2007 yılı Ekim ayı itibarıyla 12,08 olarak gerçekleştiği ve fazla değişim göstermediği görülmektedir.

Tablo 7. Kredi Kartı Faiz Oranları (%)

	Polonya	Güney Kıbrıs Rum Yönetimi
Mart 2005	22,68	11,83
Haziran 2005	20,87	12,00
Eylül 2005	17,68	12,00
Aralık 2005	16,47	12,00
Mart 2006	16,05	12,00
Haziran 2006	15,93	12,00
Eylül 2006	15,70	12,17
Aralık 2006	15,14	12,17
Mart 2007	15,33	12,17
Haziran 2007	15,45	12,17
Eylül 2007	15,64	12,17
Ekim 2007	15,30	12,08

Kaynak: National Bank of Poland, http://www.nbp.pl/en/statystyka/oproc/MIR_new/sw_oprocentowanie_n_en.xls,
Central Bank of Cyprus, http://www.centralbank.gov.cy/media/xls/STINE_INDICATORS041207.xls

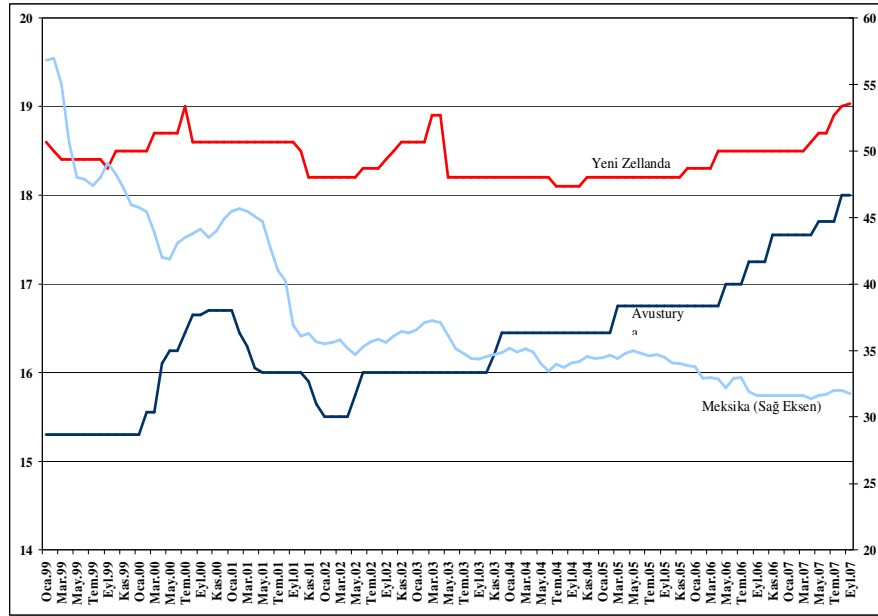
5.3. Seçilmiş Diğer Ülkeler

Çalışma için ABD ve AB üyesi 27 ülke dışında 28 ülke verisi¹³ daha incelenmiştir. Bu ülkeler arasında kredi kartı verilerini merkez bankalarının internet sitelerinde düzenli olarak açıklayan ülkeler Avustralya, Meksika ve Yeni Zelanda'dır.

¹³ Avustralya, Meksika, Yeni Zelanda, Tayland, Kanada, Tayvan, Japonya, Norveç, Singapur, Kore, Brezilya, Çin, Filipinler, Rusya, Güney Afrika, Endonezya, Hindistan, Hong Kong, İzlanda, İsviçre, İsrail, Romanya, Şili, Kolombiya, Arjantin, Malezya, Suudi Arabistan, Venezüella.

Kredi kartı faiz oranları diğer ülkelere kıyasla oldukça yüksek seyreden Meksika’da söz konusu faiz oranları azalış eğilimindedir. Nitekim, 1999 yılı Ocak ayı itibarıyla yüzde 56,81 olan basit ortalama kredi kartı faiz oranı, 2007 yılı Eylül ayında yüzde 31,73’e gerilemiştir. Avustralya’da sürekli artan eğilimde olan söz konusu oran, 1999 yılı Ocak ayı itibarıyla yüzde 15,30 iken, 2007 yılı Eylül ayında yüzde 18’e yükselmiştir. Yeni Zelanda’da ise oranın fazla dalgalanma göstermediği, en düşük değerini yüzde 18,1 ile Temmuz-Ekim 2004 aylarında, en yüksek değerini ise yüzde 19 ile 2007 yılı Eylül ayında aldığı görülmektedir (Grafik 2).

Grafik 2. Kredi Kartı Faiz Oranları (%)



Kaynak: Reserve Bank of New Zealand, Bank of Mexico, Reserve Bank of Australia

Kredi kartı faiz oranlarını günlük bazda ve banka bazında açıklayan tek ülke ise Tayland’dır¹⁴.

¹⁴ Bkz. Bank of Thailand, http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/Financial_Institutions/interestrates/interest_e.asp

6. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde bireysel bankacılık enstrümanlarının en önemlisi olarak bilinen kredi kartlarının, kredi kartını çıkaran kurum ve kredi kartı hamilleri için olumlu olduğu kadar bazı olumsuz yanları da bulunmaktadır. Kredi kartı çıkaran kurum açısından en büyük olumsuzluk kredi kartı kullanıcısının ödemelerini gerçekleştirmemesi durumunda riskin kredi kartı kurumunun üzerinde kalması veya ani nakit çekilişleri nedeniyle karşılaştıkları likidite riski iken, kart kullanılan işyeri açısından en büyük olumsuzluk kredi kartı kurumuna ödenecek komisyon nedeniyle kârlarının bir kısmından vazgeçmek zorunda kalacak olmalarıdır. Kredi kartı hamilleri açısından bakıldığında olumsuzluklar kişilerin artan harcama eğilimi ve temerrüt anında yüksek faiz ödeme yükümlülüğü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada öncelikle kredi kartı çıkaran kurum olan bankalar açısından ülke uygulamalarına bakılmış ve kredi kartı faiz oranlarının bireysel kredi faizlerine göre daha yüksek belirlendiği ve tüketicinin korunması amacıyla, aşırı yüksek faiz uygulamalarını önlemek için azami faiz sınırları getirilebildiği görülmüştür. Nitekim ülkemizde de 01 Mart 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da akdi faiz ve gecikme faizi arasında bağlantı kuran düzenlemenin kredi kartları için uygulanmayacağı hükme bağlanmıştır. Öte yandan, Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun 26'ncı maddesi ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasına kredi kartı işlemlerinde uygulanacak azami akdi ve gecikme faiz oranlarının belirlenmesi görevi verilmiştir. Ayrıca aynı Kanun'la, kredi kartına taraf olanların hak ve yükümlülükleri açıkça belirlenmiş, sistemin işleyişi ve alt yapısı düzenlenmiştir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç, işyerinin bankası ile kart hamilinin bankasının kendi aralarında işlemin gerçekleşme şartları ve takas komisyonu oranları gibi konuları belirleyen bir anlaşmaya gerek olduğudur. Uygulamada bankalar arasındaki söz konusu işlemin gerçekleşme şartları ve takas komisyon oranları iki taraflı anlaşmalarla belirlenebilmekle birlikte, uygulamada Visa ve

Mastercard gibi çok taraflı sistemlerin kredi kartı pazarındaki paylarının yüksek olduğu gör÷lmektedir. Ùlkemizde Bankalararası Kart Merkezi (BKM), yurt içinde kullanılan kartlar için söz konusu takas komisyon oranlarını belirlemektedir.

Ayrıca takas komisyonunun tartışmalara yol açacak farklı özellikleri de bulunduğu gör÷lmektedir. Örneğin çok taraflı takas komisyonunu belirleyen kart kuruluşları tarafından üye işyerlerine getirilen ilave ödeme yasağı kuralı ùlkelerde yaygın bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son olarak, sektörün sağlıklı gelişimi için; kredi kartı kullanıcılarının sistemin riskleri ve doğuracağı sorumluluklar açısından bilinçlendirilmeleri gerektiğinden hareketle, kredi kartı bilgilerinin kamuoyu ile paylaşılmasında ùlke uygulamalarına bakılmış ve başta ABD olmak üzere çoğu Avrupa Birliğı üyesi ùlkelerin anılan verilerin ve bilgilerin zamanında ve doğru bir şekilde yayımlanması ile yükümlü olduğu gör÷lmüştür.

KAYNAKÇA

Alessie Rob, Hochguertel Stefan ve Weber Guglielmo (August 2002). "Consumer Credit: Evidence from Italian Micro Data", *Journal of the European Economic Association*.

Banque De France Bulletin Digest, No. 162, June 2007.

Balto David (April 2000). "The Problem of Interchange Fees: Costs Without Benefits", *European Competition Law Review*, Vol. 21, No: 4, pp. 215-224.

Board of Governors of the Federal Reserve System (May 16, 2007). "Design and Testing of effective Truth in Lending Disclosures".

Chakravorti Sujit, Shah Alpa (2001). "A Study of the Interrelated Bilateral Transactions in Credit Card Networks", *Federal Reserve Bank of Chicago Policy Studies, EPS-2001-2*.

Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit.

Durukan Tülin, Elibol Halil ve Özhavzali Müzeyyen (2005). "Kredi Kartlarındaki Taksit Uygulamasının Tüketicinin Harcama Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma" (Kırıkkale İli Örneği).

Ellis Diane (March 1998). "The Effect of Consumer Interest Rate Deregulation on Credit Card Volumes, Charge-Offs, and the Personal Bankruptcy Rate", *Bank Trends, Number 98-05*.

Fazio Antonio (2001). "Interest, usury and banks", First National Conference on Usury and Extortion, Rome.

Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) (1998). "The Effect of Consumer Interest Rate Deregulation on Credit Card Volumes, Charge-Offs and the Personal Bankruptcy Rate".

FED Press Release, May 23, 2007.

Frankel, Alan (2005). "Interchange fees in Various Countries: Commentary on Weiner and Wright," in *Interchange Fees in Credit and Debit Card Networks: What Role for Public Authorities?* Federal Reserve Bank of Kansas City.

Guardia Diez Nuria (February 2000). "Consumer Credit in the European Union", *ECB Research Report No:1*.

Hayashi Fumiko ve CHING Andrew (July 2006). "Payment Card Rewards Programs and Consumer Payment Choice".) Payments System Research, *Federal Reserve Bank of Kansas City Working Paper 06-02*.

Karayol Akkaya Hatice (2007). "Kartlı Ödeme Sistemlerinde Rekabet", *Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurulu Başkanlığı*.

Mann, Ronald J. (2005). "Global Credit Card Use and Debt: Policy Issues and Regulatory Responses", *Expresso Preprint Series Paper 490*.

Masciandaro Donato (2001). "In Offense of Usury Laws: Microfoundations of Illegal Credit Contracts", *European Journal of Law and Economics*, 12: 193–215.

McKay Niall (2004). "Paying with Plastic How It Works in The Rest of the World", *Frontline*.

Mishkin Frederic S. (June 7, 2007). "Credit Card Disclosures, Before the Subcommittee on Financial Institutions and Consumer Credit", Committee on Financial Services, U.S. House of Representatives.

Mishkin, Frederic S. (1997). "The Economics of Money, Banking, and Financial Markets, Fifth Edition", Addison-Wesley.

Policis (August 2004). "The Effect of Interest Rate Controls in Other Countries".

Reifner Udo, Kiesilainen Johanna, Huls Nik Ve Springeneer Helga (2003). "Consumer Overindebtedness and Consumer Law in the European Union".

Regulation (EC) No 63/2002 of The European Central Bank of 20 December 2001, "Concerning Statistics on Interest Rates Applied by Monetary Financial Institutions to Deposits and Loans Vis-À-Vis Households and Non-Financial Corporations".

Schwartz Marius, Vincent Daniel R. (February 2002), “Same Price, Cash or Card: Vertical Control by Payment Networks”, Georgetown University, *Working Paper 02-01*.

Weiner Stuart E. (December 2005). “Interchange Fees in Various Countries: Developments and Determinants”, *Review of Network Economics* Vol.4, Issue 4.

“88/590/EEC: Commission Recommendation Of 17 November 1988 Concerning Payment Systems, And In Particular The Relationship Between Cardholder And Card Issuer”.

Vissol Thierry (2001). “Updating And Revising The Consumer Credit Directive (87/102) A General Commented Approach”.

<http://www.npnweb.com/daily/news.asp?a=566664>, 2007, FMI: EU abolishes MasterCard interchange fees; aids U.S. antitrust probe.

<http://eur->

lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12002E081:EN:HTML

http://www.unfaircreditcardfees.com/site/press/eu_to_mastercard_credit_card_interchange_fees_must_be_cut, 2007, Eu To Mastercard: Credit Card Interchange Fees Must Be Cut.

<http://www.ft.com/cms/s/0/47ac7a12-ae9d-11dc-97aa->

[0000779fd2ac.html?nclick_check=1](http://www.ft.com/cms/s/0/47ac7a12-ae9d-11dc-97aa-0000779fd2ac.html?nclick_check=1), 2007, Brussels tells MasterCard to cut cross-border fees or face fines.

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1959>

Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet

Ahmet Faruk Aysan, Levent Yıldırım, Gazi İshak Kara, Ahmet Nusret Müslim ve Umut Dur*

ÖZET

Türkiye’de kredi kartı pazarı 2001 krizinden sonra ekonomik istikrarın sağlandığı, enflasyonun düştüğü ortamda hızla büyümüş, 2006 yılında 32 milyon kart sayısı ile Avrupa’nın 3. büyük pazarı haline gelmiştir. Kronik yüksek enflasyon ve krizlerin yaşandığı dönemlerde artan fonlama maliyetine paralel olarak hızla yükselen kredi kartı faizleri, ekonomik istikrar sonrası fonlama maliyetlerinde yaşanan büyük düşüşlere aynı ölçüde hızlı tepki vermemiştir. Kredi kartı faizlerinin pazarın kendi iç dinamikleriyle düşme eğilimi göstermemesi nedeniyle 2003 ve 2006 yıllarında sektöre yönelik iki ayrı yasal düzenleme hayata geçirilmiştir. Ancak mevcut kredi kartı faizlerinin yüksek seviyesi, yasal düzenlemelerin beklenen sonucu vermediğini göstermektedir. Bu çalışma Türkiye’de kredi kartı sektörünün yapısını, sektördeki rekabetin doğasını analiz etmekte ve yüksek kredi kartı faiz oranlarının nedenlerini açıklamaya çalışmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de kredi kartı sektörüne yönelik yasal düzenlemeler ele alınmış, etkileri ve sonuçları bakımından değerlendirilmiştir. Ayrıca, literatürdeki mevcut çalışmalardan hareketle, 2001 yılının ilk çeyreği ile 2005 yılının üçüncü çeyreği arasındaki dönem için ampirik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, sabit etki ve rassal etki panel veri regresyonlarının yanı sıra araç değişken sabit etki regresyon yöntemi kullanılmıştır. Sonuçlar, Türkiye’de kredi kartı pazarının fiyat rekabetinden uzak olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Kredi kartı, Yasal düzenleme, Rekabet, Pazar Yapısı, Faiz Oranları, Finans Piyasaları, Bankacılık

JEL Kodu: F21, G21, O19

Regulations and Competition in Credit Card Market in Turkey

ABSTRACT

Turkish credit card market experienced strong growth with the establishment of stability in the economy and the decline in the inflation rate after 2001 crisis. Turkey became the 3rd biggest market in Europe with 32 million credit cards in 2006. However, a quick response of the credit card interest rates to the declines in cost of funds was not observed. Since there was no sign that the market could reach lower interest rate equilibrium with its own dynamics, two regulation packages were introduced in 2003 and 2006. However, it is easy to deduce from current level of credit card interest rates that the results of the both regulations fell short of the expectations. This study analyzes the structure of the Turkish credit card market and explains the reasons behind the high level of credit card interest rates. Further, we consider the scopes and effects of the regulations in the industry. Following the existing studies we also construct an empirical model to better scrutinize the structure of the Turkish credit card market. The empirical model is applied for the period from the second quarter of 2001 to the third quarter of 2005. Random and fixed effects regressions, together with instrumental variable fixed effect regressions are run on the panel data set of 22 issuers for this period. The results reveal the lack of price competition in the Turkish credit card market.

Keywords: Credit Cards, Regulation, Competition, Supervision, Financial Markets, Banking, Market Structure.

JEL classification: F21, G21, O19

* Boğaziçi Üniversitesi, Ekonomi Bölümü, Natuk Birkan Binası, Bebek PK 2, 34342-İstanbul, Türkiye • **AYSAN:** ahmet.aysan@boun.edu.tr • **YILDIRAN:** levent.yildiran@boun.edu.tr • **KARA:** gkara@email.unc.edu • Çalışmada sunulan görüşler yazarlara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet

1. Giriş

Son yıllarda, kredi kartları, Türkiye de dahil olmak üzere, dünya genelinde gittikçe artan bir şekilde “plastik para” veya “elektronik para” olarak kabul görmeye başlamıştır. Hem kredi kartı sayısında, hem de (özellikle taksitli satışlar vasıtasıyla) kredi kartı ile yapılan alışverişlerde yaşanan inanılmaz artışlar, enflasyon ve para politikası üzerinde etkili olacak düzeye ulaşmıştır. 2006 itibarıyla, kredi kartı sayısına göre, Avrupa’da, İngiltere ve İspanya’nın ardından üçüncü, kredi kartı harcamalarına göre onuncu sırada bulunan Türkiye¹, nüfus yapısı ve ekonomik gelişimi de dikkate alındığında gelecek vaat eden bir pazardır. Ancak, Türkiye’de kredi kartı faizlerinin hâlâ çok yüksek seviyelerde olması, pazarın büyümesine rağmen rekabetçi bir yapıdan uzak olduğuna işaret etmektedir. 2006 Ağustos rakamlarına göre, Türkiye’de yıllık bileşik kredi kartı faizlerinin ağırlıklı ortalaması %83’tür. Bu döneme ait gösterge niteliğindeki hazine tahvilinin faiz oranı ise %19 seviyesindedir. Aynı dönemde yıllık enflasyon oranı da %10,1’dir.

Kredi kartı sisteminin düzgün işleyebilmesi uygun bir altyapıyı gerektirmektedir. 25 yıl süren yüksek enflasyon dönemi ve sık yaşanan krizler, fonlama maliyetlerini ve temerrüt (ödenmeme) riskini artırarak, Türkiye kredi kartı pazarının gelişmiş ülkelere kıyasla daha geç gelişmesine neden olmuştur. Türkiye’de kredi kartı sayısı 1990’ların başında sadece 556 bin iken 2000 yılında 13,4 milyona, 2001’de 14 milyona, 2002’de 15,7 milyona, 2003’te 19,8 milyona, 2004’te 26.6 milyona, 2006’da 32 milyona ulaşmıştır. 2005’te kredi kartı işlem hacmi 63 milyar dolarla bütün alışveriş hacminin %20’sini oluşturmuştur.

Avrupa Birliği üyeliği sürecindeki gelişmelerle, Türkiye kredi kartı pazarının önemi daha da artmıştır. Yabancı bankalar birleşme ve satın alma yollarıyla piyasadaki paylarını arttırmaya çalışmaktadırlar. 2004 yılı rakamlarına

¹ Bakınız: <http://www.visa.com.tr/medya/istatis/istatis04.html>

göre Avrupa'da pazar büyümesi %16 iken Türkiye'de büyüme %43'e ulaşmıştır.² Ayrıca, Avrupa Birliği'nde takipteki kredi kartı borçlarının oranı %4,5 iken Türkiye'de bu oran sadece %1,67 düzeyindedir.³ Yüksek faizler ve düşük temerrüt oranı Türkiye'yi gözde bir pazar haline getirmektedir.

Şu anda Türkiye kredi kartı pazarında ağ (network) sağlayıcıları Visa ve MasterCard ile birlikte 22 kart sağlayıcısı (issuer) bulunmaktadır.⁴ Bu sayının, kredi kartı gibi homojen kabul edilebilecek bir ürün için, rekabeti sağlamaya yeterli olacağını ve oluşacak rekabetin kredi kartı faiz oranlarını düşüreceğini beklemek doğaldır. Halbuki 2005 itibarıyla kredi kartı faiz oranları, fonlama maliyeti olarak kabul edebileceğimiz, gecelik faiz oranlarının 4 katı seviyesinde dolaşmaktadır (Bakınız Grafik 1).

2000 ve 2001 krizlerinden sonra,⁵ görece istikrarlı bir siyasi ve ekonomik ortamın oluşmasıyla birlikte, kredi kartı sağlayıcıları için fonlama maliyetlerinde büyük bir düşüş yaşanmasına rağmen, kredi kartı faizlerinde benzer bir düşüş görülmemiştir. Halbuki, kredi kartı sağlayıcıları, kriz dönemlerinde yükselen fonlama maliyetlerini kredi kartı faizlerine hemen yansıtmışlar, 2000 yılının ilk çeyreğinde %107 olan ortalama kredi kartı faizlerini, 2001'in ikinci çeyreğinde %181'e yükseltmişlerdir.⁶ Takip eden dönemde, ekonomik istikrar sağlanmasına rağmen kredi kartı faizlerinde bu istikrarı gösterecek düşüşler yaşanmamış, aksine kredi kartı faizlerinin gecelik faize oranı son beş yıl içerisinde 1,50'den 4'e çıkmıştır.

² Bu rakamlar enflasyondan arındırılmıştır.

<http://www.visa.com.tr/medya/istatis/istatis04.html>

³ Bakınız Visa Avrupa,

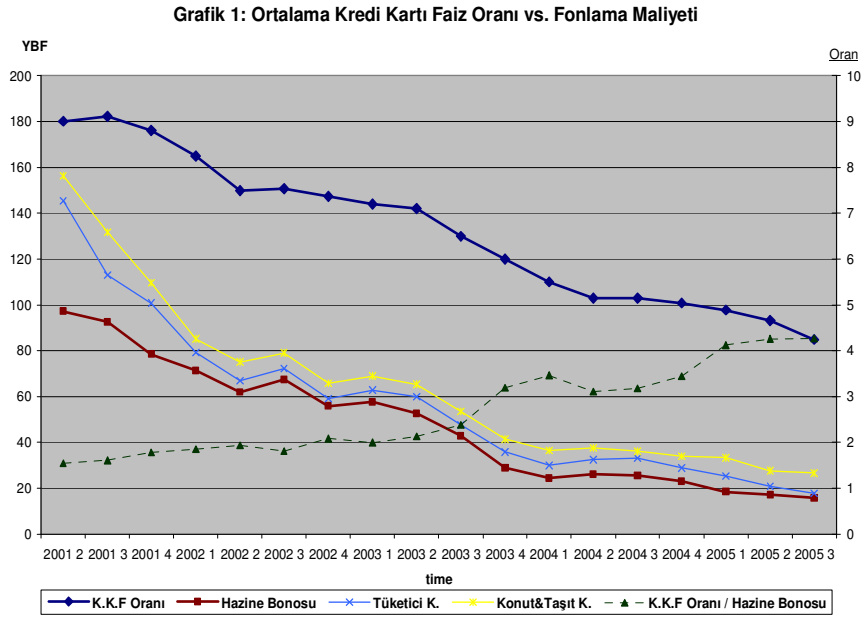
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=3681216&tarih=2005-12-21>

⁴ Pazarda faiz uygulamayan düşük hacimli 4 kredi kartı sağlayıcısı çalışmaya dahil edilmemiştir. Bütün kart sağlayıcıları için, <http://www.bkm.com.tr>

⁵ Finansal krizler hakkında daha fazla bilgi için Alper (2000). Türkiye bankacılık sistemi ve düzenlemeleri üzerine daha fazla bilgi için Aysan ve Ceyhan (2007), Abbaasoğlu vd. (2007), Al ve Aysan (2006) Aysan ve Ceyhan (2006).

⁶ Ayrıca, yükselen faizlerle birlikte birçok banka kriz dönemlerinde nakit avanslarını durdurmuş ve kart limitlerini de önemli ölçüde düşürmüştür.

Kredi kartı pazarının dışında kalan diğer kredi piyasaları (tüketici, konut ve otomobil kredileri) ise 2001 krizinden sonraki bir yıl içerisinde rekabetçi seviyelere yakınsamıştır. Bu kredi piyasaları daha verimli bir şekilde işlemiş ve fonlama maliyetlerine paralel olarak faiz oranlarını düşürmüşlerdir (Grafik 1). Kredi kartı pazarında benzeri bir gelişmenin ortaya çıkmamış olması, üzerinde düşünülmesi ve araştırılması gereken bir konudur.



Türkiye kredi kartı pazarında iki lider, iki de takipçi banka bulunmaktadır. Bu dört banka pazar hacminin %75'ine, kredi kartı sayısının da %60'ına sahiptir (Tablo 1).

Tablo 1 : Kredi Kartı Pazarındaki 4 büyük oyuncu, 2006

Banka	Kredi Kartı Sayısı	Pazar Payı (%) (Kartı Sayısı)	Alışveriş Hacmi (milyon YTL)	Pazar Payı (%) (Alışveriş Hacmi)
Yapı				
Kredi	6.316.801	19,5	28.015	25,8
Garanti	5.625.014	17,3	23.521	21,7
İşbank	3.741.007	11,5	14.452	13,3
Akbank	3.504.709	10,8	15.011	13,8
4 Büyük	19.187.531	59,1	80.999	74,7
Toplam	32.433.333	100,0	108.401	100,0

Kaynak: Toplam kart sayısı ve pazar hacmi Bankalararası Kart Merkezi'nden alınmıştır. Her bir sağlayıcıya ait veriler yazarlar tarafından sağlayıcıların kendi pazar payları ve hacimlerine ilişkin duyurularından toplanmıştır.

İlk iki kredi kartı sağlayıcısı için 2005 yılında aylık ortalama kredi kartı faiz oranları sırasıyla %7,47 ve %7,39'dur. Türkiye'de kredi kartı sağlayıcıları, fiyat rekabetine girmek yerine müşteri sadakatini artıracak stratejilere ağırlık vermekte; rekabeti, faiz oranı dışındaki araçlar üzerinden (taksit sayısı, kart limiti, bonus gibi...) yürütmektedirler. Sonuçta ortaya çıkan yüksek kredi kartı faiz oranları bankaların kârlılıklarını olumlu yönde etkilenmektedir. Türkiye kredi kartı pazarındaki yüksek konsantrasyon, faiz dışı rekabet ve fonlama maliyetlerinden bağımsız olarak yüksek seviyelerde seyreden faiz oranları, pazara tekeli bir yapının hakim olduğunu düşündürmektedir. Bu makalede, genel olarak kredi kartı pazarındaki rekabetin doğası incelenecek ve faiz rekabetinin oluşmasının önündeki engeller ortaya konulacaktır. Ardından, Türkiye kredi kartı pazarının gelişim süreci incelenecek ve 2001-2005 yılları arasında bu pazardaki rekabetin boyutu sabit ve rassal etki panel veri regresyonları ile araştırılacaktır.

Türkiye kredi kartı pazarının 2001-2005 arasındaki durumu, 1980'lerin Amerikan pazarıyla büyük benzerlikler göstermektedir. Ausubel'in (1991) çalışması, 1983-1987 arasında ABD kredi kartı pazarındaki faiz rekabetinin özelliklerini ve rekabetçi bir dengenin önündeki engelleri ortaya koymakta, kredi kartı faizlerinin piyasanın kendi iç dinamikleriyle düşük seviyelere gelmesinin neden mümkün olamayabileceğini göstermektedir. Stango (2002) ise ABD'de

1991'e kadar kredi kartı piyasasında anormal kârlar söz konusu iken, faizlerin 1991 sonrasında rekabetçi seviyelere gelmesinde yasal tehdidin önemli bir rol oynadığını belirtmektedir.

Bu çalışmanın planı şu şekildedir. İkinci bölümde kredi kartı sektörünün genel yapısı incelenmiştir. Bu bölümde gelişmiş ülke piyasaları örneklerine de başvurularak kredi kartları üzerine yapılan teorik çalışmaların üzerinden geçilmiştir. Üçüncü kısımda kredi kartı piyasasının Türkiye'ye dair özellikleri üzerinde durulmuştur. Ampirik model dördüncü bölümde açıklanırken sonuçlar beşinci bölümde verilmiştir.

2. Kredi Kartı Sektörünün Yapısı

Kredi kartları, kullanıcılara teminatsız bir şekilde ve istedikleri anda kredi kullanabilme imkanı sağlayan araçlardır. Kredi kartı ile yapılan alışverişlerde kullanıcılar belli bir dönem ödeme yapmaz ve bu dönem için faiz ödemezler. Kredi kartlarının geri ödeme zamanı da bankaya ve kullanıcıya bağlı olarak çok esnek bir şekilde belirlenir. Dolayısıyla, kredi kartı faiz oranlarının diğer kredi türlerinin faiz oranlarından yüksek olması doğaldır.

Kredi kartı piyasında bulunan başlıca oyuncular, kart sahipleri, kredi kartı sağlayıcıları, işletmeler, POS sağlayıcıları (acquirer) ve ağ sağlayıcılarıdır. Ağ sağlayıcıları içerisinde Visa ve MasterCard piyasaya, dünya genelinde olduğu gibi, Türkiye'de de eşit paylarla hâkim durumdadır. MasterCard ve Visa açık ağ olup diğer oyunculara bir aracı olarak hizmet ederken, Amerikan Express ve diğerleri özel ağ olup, sınırlı bir kullanım alanına sahiptir (Chakravorti, 2003).

Kredi kartı pazarındaki rekabet her seviye için farklılık göstermektedir. Ağ sağlayıcıları arasındaki rekabet anti-tröst kanunlarıyla düzenlenmiştir.⁷ POS sağlayıcıları ise müşterilere daha düşük komisyon oranı önererek ve daha fazla noktada POS makinesi bulundurarak rekabet ederler. Öte yandan, sektörle ilgili tartışmalar ve araştırmalar genelde, bu çalışmada da olduğu gibi, faiz oranlarını,

⁷ Bakınız Visa ABD karşısında ABD Yüksek Mahkemesi Kararı (2001).

kart limitlerini, taksit olanaklarını, faizsiz dönemi belirleyen kredi kartı sağlayıcıları arasındaki rekabete odaklanmaktadır.

Kredi kartı pazarındaki rekabetin doğasını anlamak için, ABD’de kredi kartı pazarının rekabetçi yapıya dönüşüm sürecini incelemek faydalı olacaktır. Kredi kartları ilk kez ABD’de kullanıldı⁸ ve 1980’lerde önemli bir hacim yakaladı. 1978’den önce kredi kartı faiz oranlarının üst sınırları alışverişin yapıldığı eyaletin tefecilikle ilgili kanunlarına bağlı olarak belirlenmekteydi. Daha sonra Yüksek Mahkeme, söz konusu faiz oranlarının alışverişin yapıldığı eyaletin değil, kart sağlayıcısı bankanın bağlı olduğu eyaletin kanunlarına göre belirlenmesi yönünde karar aldı.⁹ Eyaletlerarası bankacılığı sınırlayan düzenlemelerin 1982’de kaldırılmasıyla da bankalar merkezlerini tefecilik kanunlarının ve tavan faiz oranı sınırlamalarının uygulanmadığı Delaware ve Güney Dokato gibi eyaletlere taşıdı (Stango, 2003, Ayadi, 1997).

Rekabeti artırması beklenen bu düzenlemelerden sonra kredi kartı sağlayıcılarının sayısı 1980’lerde 4 binlerden 1990’ların başında 6 binlere yükseldi ve çevrilen (revolving) kredi kartı borç stoğu 203 milyar dolara ulaştı. Ausubel (1991), FED’in üç aylık periyotlarla yayınladığı ve kendisinin 1983-1987 dönemi için 17 bankadan topladığı verileri kullanarak yaptığı ampirik çalışmada tüm bu gelişmelerin binlerce banka arasında fiyat rekabetine yol açmadığını; kredi kartı faizlerinin beklenildiği gibi düşmediğini; aksine, fonlama maliyetinden bağımsız bir şekilde yüksek oranlarda seyrettiğini; bankaların bu dönemde diğer bankacılık hizmetleri için yaklaşık %20 yıllık özsermaye getirisi elde ederken, kredi kartı işlemleri için bu getirinin %60-%100 dolayında olduğunu; kredi kartı operasyonlarının beklenen getirisinin çok yüksek olduğunun göstergesi olarak, bankaların kredi kartı portföylerini seküritizasyon yoluyla %20 primli satabildiklerini kaydetmektedir. Rekabetçi ortamda kredi kartı faiz oranlarını belirleyen ana unsur fonlama maliyetidir. Ausubel ise 1980’lerde ABD’de kredi

⁸ ABD’de kredi kartı tarihi 1914’te Western Union ile başlamıştır. Kaynak ve Harcar (2001)

⁹ Marquette National Bank - First of Omaha Service Corporation davası (1978)

kartı faiz oranlarının, fonlama maliyetindeki değişimlere duyarlı olmadığını; söz konusu dönemde FED'in peş peşe faiz indirimiyle hazine bonosu faizleri %5 seviyelerine inerken, kredi kartı faizlerinin %19 seviyelerine yapıştığı göstermektedir.¹⁰ Piyasadaki fiyat düşüşlerini tetikleyecek düzenleyici tehdit, ABD Başkanı Bush'un kredi kartı faizlerinin düşmesini istediği konuşmayla ortaya çıkmıştır. Kredi kartı faiz oranların %14'le sınırlandırılmasını öngören bir tasarı Senato'da oylamayı beklediğinden bu düzenleyici tehdit inandırıcı ve etkili olmuştur. Düşük hacime sahip bankalar, Bush'un konuşmasından hemen sonra harekete geçerken, daha büyük ölçekli bankaların faiz oranlarını düşürmesi zaman almıştır. Tehdit, Citibank'ın konuşmadan 6 ay sonra faiz oranlarını düşürmesiyle¹¹ sona ermiştir (Stango, 2003). Şu anda ABD kredi kartı pazarı daha rekabetçi bir yapıya sahiptir (Calem, Gordy ve Mester, 2005).

Kredi kartı faizlerinin neden çok yüksek olduğuyula ilgili çeşitli açıklamalar öne sürülmüştür. Örneğin, Chakravorti (2003) tüketicileri kredi kartı kullanımlarına göre, ödemeyi zamanında yapan düzenli (convenience) müşteriler ve kredi özelliğini kullanan borç çevirenler (revolvers) olarak iki gruba ayırmış ve kredi kartı faizlerinin bu tip müşterinin oranlarıyla ilgili olduğunu ileri sürmüştür. Bankalar için düzenli müşteriler, borç çevirenler kadar karlı bir kitle değildir. Düzenli müşteriler kredi kartını sadece bir ödeme şekli olarak kullanırlar. Bu müşterilerin faizsiz kullanım periyodundaki masrafları borç çeviren müşteriler üzerinden finanse edilir. ABD pazarının %30 - %40'ı düzenli müşterilerden oluştuğundan¹² her bir düzenli müşteri için iki borç çeviren müşteri bulunmaktadır.¹³ Türkiye'de ise kredi kartı kullanıcılarının %78'si ödemelerini zamanında yapmaktadır.¹⁴ Bu bakımdan bir borç çeviren müşteri üç düzenli

¹⁰ Ausubel bu dönemde bankaların tam rekabetçi piyasanın göstergesi olan sıfır kâra ulaşılması için faiz oranlarının %13,2 olması gerektiğini hesaplamıştır.

¹¹ Threat of Credit Card Cap Legislation Easing, American Banker, April 27, 1992.

¹² Tahminler 2003 yılı için yapılmıştır. Chakravorti (2003)

¹³ ABD'de kredi kartı sağlayıcıları toplam bakiyenin %90'ı üzerinden faiz geliri elde etmektedir. Ausubel(91)

¹⁴ Bakınız: http://www.bkm.com.tr/images/basinodasi/06082005_dunya.jpg

müşteriyi finanse etmektedir. Borç çeviren %22'lik kesiminin borçları 10 milyar YTL civarındadır ve kredi kartı sağlayıcıları bu borç üzerinden yıllık %83 bileşik faizle gelir elde etmiştir. Türkiye'deki aşırı yüksek kredi kartı faizlerinin temelinde bu müşteri yapısının yattığı ileri sürülmektedir. Ancak, kredi kartı sağlayıcıların elde ettikleri olağanüstü karlar, kredi kartı faizlerinin maliyetlerle açıklanamayacağını ortaya koymaktadır.¹⁵

Diğer bir müşteri sınıflandırılması Chakravorti ve Emmons (2001) tarafından yapılmıştır. Bu iktisatçılar müşterileri risk seviyelerine göre, likit olanlar ve olmayanlar şeklinde ikiye ayırırlar. İşletmelerin, komisyon oranı ve ekstra ücretlerden dolayı, nakit alışverişte kredi kartına kıyasla indirim yaptıkları ortamda, likit müşteriler nakit alışveriş yapma seçeneğini kullanırken, likit olmayan müşteriler kredi kartı kullanacaktır. Bu teorik ortamda kredi kartı sahipleri sadece likit olmayan riskli müşterilerden oluşacak ve dolayısıyla denge faiz oranları yüksek olacaktır. Kredi kartı piyasası, her tür tüketicinin bulunduğu ve faizlerin görece düşük olduğu dengeye ancak likit müşteriler bonus puanları ve benzeri hediyelerle cezbedilirse ulaşabilecektir. Müşteri sadakati stratejileri bu yüzden piyasanın yapısı için büyük öneme sahiptir ve kart kullanımının artışında önemli rol oynamaktadır (Chandran, Matthews ve Tripe, 2003).

Ausubel (1991) kredi kartı sektöründe rekabetçi yapının oluşmasını engelleyen unsurlar olarak tüketicilerin kredi kartı taleplerinde fiyat esnekliğinin az oluşuna ve bankalar ile tüketiciler arasındaki bilgi asimetrisine işaret etmektedir. Tüketicilerin kredi kartı faizlerine karşı çok duyarlı olmamalarının nedenlerini, alternatif arama maliyetlerinin (search costs) ve kart değiştirme maliyetlerinin (switch costs) yüksek oluşu ile tüketicilerin genelde, irrasyonel bir şekilde, planladıklarından daha fazla harcama yapmaları olarak açıklamaktadır.

¹⁵ Borç çevirenler aynı zamanda likiditesi düşük ve yüksek riskli müşteri olduklarından uygulanan faiz oranı müşterinin riskiyle doğru orantılı olarak artmaktadır. Bu mekanizma kısır döngü yaratmaktadır. Yüksek faizler pazardaki düzenli müşterilerin oranını yükseltmekte, yüksek orandaki düzenli müşteri kitlesi ise maliyetlerin artmasına ve faizlerin yükselmesine yol açmaktadır.

Ausubel genel olarak tüketicileri üç sınıfa ayırmaktadır. Birinci sınıfı kredi kartlarını sadece ödemelerini kolaylaştırmak için kullanan ve hiçbir zaman borç almayan tüketiciler oluşturmaktadır. Bu sınıftakiler risksiz müşteriler olmalarına rağmen bankalara kar elde imkanı vermemekte, aksine bankalar tarafından finanse edilmektedirler. Kartlarının kredi özelliklerini hiç kullanmadıkları için bu tüketiciler kredi kartı faizlerine duysızdırlar. İkinci sınıfta, irrasyonel bir şekilde, ex-ante hiç borç almamayı öngördükleri halde, ex-post borç almak durumunda kalan tüketiciler bulunmaktadır. Bu tüketiciler borçlarını genelde ödeyen, risksiz ve bankalarının tercih ettikleri müşteri sınıfını oluşturmaktadırlar. Başlangıçta borç almayı düşünmeyen bu tüketiciler için, düşük faizli başka bir karta geçmenin beklenen getirisi kart değiştirme maliyetinden yüksek olmadığından, bu sınıftakiler de kredi faizlerine çok duyarlı değildirler. Üçüncü sınıfı ise, kredi kartlarının kredi özelliğini kullanmayı planlayan, likit olmayan, dolayısıyla riskli ve bankaların tercih etmediği tüketiciler oluşturur. Bu tüketiciler aslında borçlarını ödemeyi düşündüklerinden kredi kartı faiz oranlarına duyarlıdırlar. Müşteri tiplerinin bankalar tarafından gözlenemediği piyasalarda, tek taraflı olarak faiz indiren bir bankanın ters seçim teorisinin işaret ettiği şekilde sadece üçüncü gruptaki riskli müşterileri çekebilecek olması bankaların fiyat rekabetine girmemelerinin önemli bir nedenidir.¹⁶

Calem ve Mester (1995) ve Calem, Gordy ve Mester (2005) bu konuda, tüketici irrasyonelliği yerine, alternatif arama/kart değiştirme maliyetleri ile bankalar arasındaki ve bankalar ile tüketiciler arasındaki bilgi asimetrisini öne çıkaran açıklamalar ortaya koymaktadırlar. Bu iktisatçılar tüketicileri farklı bir şekilde üç gruba ayırlar. Birinci grupta, az borçlu ve bu yüzden bankalara fazla kazanç imkanı vermeyen, sabırlı ve bu yüzden düşük alternatif arama maliyeti olan

¹⁶ Stiglitz ve Weiss (1981) çok bilinen ters seçim teorisi ise tam aksi bir sonuca işaret etmektedir: Faiz oranlarını artıran bankaya, düşük riskli müşteriler tepkisiz kalırken, ödememe riski yüksek müşteriler yanıt verirler. Yani, faiz oranlarını artıran bankanın riski artar, kâr beklentisi azalır. Ausubel, Stiglitz'in teorisinin teminatlı (securitized) krediler, kendisinininkinin ise teminatsız krediler için daha geçerli olduğunu savunmaktadır.

ve kredi kartı faizlerine duyarlı tüketiciler bulunmaktadır. İkinci grupta, hayatlarının şimdiki dönemlerinde daha fazla harcama yapmak isteyen, yüksek borçlu, sabırsız ve bu yüzden yüksek alternatif arama maliyeti olan fakat borçlarını ödeyen, risksiz ve bankaların tercih ettikleri müşteriler bulunmaktadır. Üçüncü grupta ise, gene sabırsız ve yüksek arama maliyeti olan, yüksek borçlu fakat borçlarını ödeme ihtimali düşük, bankalar tarafından riskli oldukları için tercih edilmeyen tüketiciler bulunmaktadır. Bu iktisatçılar, tüketicilerin tiplerinin bankalar tarafından gözlenemediği ortamlarda, arama ve değiştirme maliyetlerinden dolayı, faiz indirmenin ne şekilde ters seçim yaratabileceğini şu şekilde açıklamaktadırlar.

Yalnızca arama maliyetinin olduğu bir ortamda bir bankanın faiz indirmesi sadece arama maliyeti düşük olan ve karlı olmayan birinci grup tüketicileri çekecektir. Değiştirme maliyetleri ise iki şekilde ters seçime neden olabilmektedir. Yalnız borçluluk miktarlarının gözlemlenebildiği ve yüksek borçluların genelde yüksek riskli kabul edildikleri ortamlarda, ikinci ve üçüncü tip tüketiciler, yeni kart başvurularının kabul edilmesi için borçluluk miktarlarını azaltmaları gerektiğinden, yüksek kart değiştirme maliyetine sahiptirler. Dolayısıyla, faiz indiren bir banka sadece kart değiştirme maliyeti düşük olan birinci grup tüketicileri çekebilecektir. Ya da, tüketicilerin tiplerinin yalnızca kendi bankaları tarafından gözlemlenebildiği ve bankaların ikinci tip müşterilerini kaybetmemek için yüksek kredi limiti gibi cazip koşullarla bu tip müşterilerin kart değiştirme maliyetlerini arttırdıkları ortamlarda, faizlerini indiren rakip bankalar sadece üçüncü veya birinci tip tüketicileri çekebileceklerdir.

3. Türkiye Kredi Kartı Pazarı

Türkiye'deki ilk kredi kartı (Diners Club) Amerika'dan yaklaşık 50 yıl sonra 1968'de piyasaya sürülmüş, fakat kullanımını uzun süre sınırlı kalmış, yaygın kullanıma ancak 1990'lı yılların sonlarında erişilmiştir. 1990'larda, faizlerdeki yüksek oynaklık nedeniyle kredi kartları sadece yüksek gelirlili ve eğitimli insanlar tarafından kullanılmaktaydı (Kaynak, Küçükemiroğlu ve Özmen, 1995; Kaynak ve Harcar, 2001). Bu dönemlerde, düşük riskli, yüksek getirili iç borçlanma senetlerine yatırım yapmayı tercih eden bankalar, 2000-2001 krizlerinden sonra, faiz oranlarının hızla düşmesiyle kârlılığını yitiren bono-tahvil piyasasından, müşteri odaklı tüketici kredisi piyasalarına yönelmişlerdir.

Birbirine yakın aralıklarla yaşanan 1994, 1999 ve 2001 krizlerin etkileri oldukça ağır olmuş, 2001 krizi sonrasında enflasyon ve diğer kredilerin faiz oranları düşerken, kredi kartı faiz oranları bu düşüşe seyirci kalmıştır. 2005'te enflasyon oranı tek haneye inmesine rağmen kredi kartları için ortalama yıllık bileşik faiz oranı %90 dolayındadır.

Dünya genelinde de, Türkiye'de olduğu gibi, kredi kartına uygulanan faiz oranları diğer bireysel kredilerin faiz oranlarından daha yüksektir. Fakat bu iki faiz oranı arasındaki farkın, diğer ülkelerle karşılaştırınca, Türkiye'de çok daha fazla olduğu görülmektedir. Şubat 2006 itibarıyla Türkiye'de bireysel kredilerinin yıllık ortalama faiz oranı %22,6, kredi kartlarına uygulanan yıllık ortalama faiz oranı ise %84,8'dir. İki faiz oranı arasındaki yaklaşık 4 katlık farkı gelişmiş ülkelerde görmek mümkün değildir. Bireysel kredilere uygulanan faiz oranı ve yıllık ortalama kredi kartı faiz oranı sırasıyla, Amerika Birleşik Devletleri'nde %7,5 ve %12,5; İngiltere'de %14,2 ve %16,5; Avustralya'da %12 ve %16,8, Yeni Zelanda da ise %13,7 ve %18,8'dir¹⁷.

¹⁷Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Basın Duyurusu,2-4-06 www.tcmb.gov.tr

Türkiye'deki kredi kartı pazarı ile ilgili ilk düzenlemeler 2003 yılındaki Tüketiciyi Koruma Kanunu'yla yapılmıştır. Bu Kanun, kart sağlayıcıların belirlediği minimum ödemeyi yapmayan kullanıcıların borçlarına uygulanan gecikme faizi (temerrüt faizi) oranlarının, minimum ödemeyi yapan kullanıcıların borçlarına uygulanacak faiz (akdi faiz) oranının %30 fazlasıyla sınırlandırmıştır. Gecikme faizi ile akdi faiz arasındaki bu bağ kredi kartı faiz oranlarının yüksek kalmasının önemli bir sebebi olmuştur. Bankalar, yüksek riskli müşteriler nedeniyle gecikme faizlerini mümkün olan en yüksek seviyede tutmuş, akdi faiz oranlarını ise düzenlemeyle uyumlu olacak şekilde, gecikme faizlerine göre belirlemiştir. Bu sakıncaları gidermek için, 1 Mart 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile akdi faiz ve gecikme faizi arasında bağ koparılmıştır. Ayrıca bu yeni Kanun'la, bazı bankaların sektör ortalamasının çok üstünde faiz uygulamasını engellenmesi için Merkez Bankası (TCMB)'na uygulanacak akdi ve gecikme faizlerinin azami oranlarını belirleme görevi verilmiştir. TCMB azami faiz sınırını sektörün ağırlıklı ortalama faiz oranına 0,5 puanlık piyasa marjı ekleyerek belirlemektedir (Tablo 2).

Tablo 2: Merkez Bankası Kredi Kartı Azami Faiz Limitleri

<u>Açıklama Tarihi</u>	<u>Akdi Faiz Limiti</u>	<u>Gecikme Faizi Limit</u>
02.04.2006	5.75	6.88
23.06.2006	5.72	6.44
28.09.2006	5.7	6.29
26.12.2006	5.63	6.22

Kaynak: TCMB, www.tcmb.gov.tr/basinduyurulari

Bazı gelişmiş ülkelerde de, Türkiye'deki uygulama gibi, tüketicinin korunması amacıyla yüksek kredi kartı faizlerine azami sınırlar getirilmiştir. Örneğin, Fransa'da bankalar ortalamadan en fazla %33 daha yüksek kredi kartı faizi uygulayabilmekte ve Fransa Merkez Bankası faiz oranlarını 3 ayda bir

kamuoyuna duyurmaktadır. Aynı şekilde İtalya’da da bankalar sektör ortalamasının %50 fazlasını geçememektedir.¹⁸

2003 Tüketicuyu Koruma Kanunu ile kredi kartı kullanımı nedeniyle sağlayıcıların talep ettiği ekstra ödemeler kaldırılmış, nakit ödemelerde fiyat indirimi yasaklanmış, ayrıca kredi kartı borcunda temerrüde düşmüş olanlar için borçlarını 12 eşit taksitte maksimum %50 yıllık faizle ödemelerini öngören bir af çıkarılmıştır. 1 Mart 2006’da yürürlüğe giren 5464 sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu ile bu affın kapsamı genişletilmiş, şartları iyileştirilmiş olmasına rağmen istenen sonuç elde edilememiş, kredi kartı borçlusu 1milyon kişiden sadece 300 bin kişi bu aftan yararlanmak için başvurmuş, sonuçta 1,5 milyar YTL’lik kredi kartı borçlarının ancak %50’lik kısmı bu yasayla yeniden yapılandırılmıştır.¹⁹

Öte yandan, 5464 sayılı Kanun kredi kartı başvurularının değerlendirilmesinde daha sert kriterler getirmekte, bankaların istek yapılması dışında kart göndermesini yasaklamakta, limitlerin gelirlere göre belirlenmesi gerektirmekte ve geç ödeme durumundaki faizlerin tavan oranlarını düşürmektedir. Bu Kanun’la bir kişinin bütün kredi kartlarının limiti ilk yıl için kart sahibinin gelirinin iki katı, ikinci yıl için dört katı olarak belirlenmiştir.²⁰

Türkiye kredi kartı sektöründeki rekabet daha çok ürün/hizmet farklılaştırma ve müşteri sadakati geliştirme programlarına yoğunlaşmıştır.²¹ 2002, 2003 ve 2004 yıllarında, kredi kartı harcamalarına göre yapılmış sıralamada pazar lideri olan Yapı ve Kredi Bankası (YKB)’nin piyasaya ilk giren oyuncu olma

¹⁸ TCMB, Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Basın Duyurusu, 2-4-06, www.tcmb.gov.tr

¹⁹ Bu düzenlemeler hakkında daha fazla bilgi için, Aysan ve Müslim (2006), Aysan ve Yıldız (2007), Aysan ve Müslim (2007).

²⁰ Ancak, yasa yıllık gelirlerin nasıl belirleneceği konusunda belirsizdir. Türkiye’de kayıt dışı gelirlerin yüksek olması bu noktadaki kafa karışıklığını arttırmaktadır. Öte yandan, bu uygulama mevcut kart sahipleri için değil, yeni kart alacaklar için geçerlidir. Yeni kart edinen kişilerin önceden başka kartları bulunması durumunda limitlerin nasıl tespit edilebileceği konusu ise açık değildir.

²¹ 2005’te müşterilere verilen ücretsiz harcama (bonus) miktarı 160 milyon dolara ulaşmıştır ABD’deki durum için, bakınız; Weiner ve Julien (2005)

avantajını koruduğu, pazar lideri olmasına rağmen en yüksek faizi uyguladığı görülmektedir (Bakınız Tablo 3).

Tablo 3 : Türkiye’de kredi kartı sağlayan 4 büyük bankanın alışveriş hacmine göre pazar payları²²

	2002	2003	2004	Ortalama Aylık Faiz (YBF)
Yapı Kredi Bankası	28,7	28,3	24,9	7,47% (137%)
Garanti	17,0	19,2	19,1	7,39% (135%)
İşbank	13,2	13,1	13,3	6,99% (125%)
Akbank	8,1	9,6	12,6	6,90% (123%)
4 Büyük	67,0	70,2	69,9	

Kaynak: Yazarların kendi hesaplamaları, bankaların internet siteleri ve Bankalararası Kart Merkezi

Bu durum, bankalar tarafından uygulanan sadakat programlarının başarısını ve kart değiştirme maliyetlerinin yüksekliğini göstermektedir. Yüksek kart değiştirme maliyetleri ve dolayısıyla düşük fiyat esnekliği, Türkiye pazarındaki yüksek kredi kartı faizlerinin önemli bir nedeni olarak gösterilmektedir.

2005’te tüm kullanıcılar arasında kredi kartı borcu ödemesini geciktirme oranı hızla yükselip %7,4’e çıkmıştır. Bununla birlikte, vadesinde ödenmemiş borçların meblağı kredi kartıyla yapılan toplam harcamalara oranla sadece %1,67’dir. Avrupa’da ise bu oran %4,5 seviyesindedir. Türkiye’de ödeme gücünü çeken müşterilere düşen ortalama borç miktarı da düşük seviyelerdedir. Dolayısıyla, herhangi bir borç konsolidasyonu, sektörün temerrüt riski pozisyonunu değiştirecek gibi görünmemektedir. Bununla birlikte kredi kartı sahiplerinin borç geçmişleri merkezi sistemde toplanmaya başlanmıştır.²³ Böylece bankalar müşterilerine ulaşmak ve haklarında bilgi alabilmek için daha iyi bir araca sahip olmuşlar, geleceği daha uzun vadede planlayabilir hale gelmişlerdir.

Sektördeki lider 4 banka aynı zamanda POS sağlayıcıları piyasasının da lider oyuncularındır. Çoğu işyeri farklı bankaların sadakat programlarından

²² Lider 4 banka haricindeki 18 banka, pazarın %50’sinden daha küçük bir kısmına hakimdir . Kredi kartı piyasasında rekabetçi ortamı oluşturmak aslında bir kaç banka ile dahi mümkündür, nitekim rekabetçi diyebileceğimiz İrlanda’da ilk dört bankanın konsantrasyon oranı %90,8’dir. (Kelly ve Reilly, 2005).

²³ Türkiye Kredi Bürosu (www.kkb.com.tr)

yararlanabilmek için birçok bankanın POS makinelerini bulundurmaktadır. Fazla POS makinesi kullanımı kredi kartı işlemlerinde ekstra maliyetlere sebep olmaktadır. Bankalararası Kart Merkezi her bankaya aynı POS makinesinden hizmet verebilmek için alt yapı çalışmalarına devam etmektedir. Bu projenin, küçük bankaları her noktaya POS makinesini koymak zorunluluğundan kurtarması, dolayısıyla maliyetleri düşürerek rekabete olumlu etki yapması beklenmektedir.

4. Ampirik Analiz

Rekabetçi ortamlarda fonlama maliyetlerinin kredi kartı faiz oranının ana belirleyicisi olması beklenir. Bankaların teminatlı kredileri düşük maliyetli, uzun vadeli kaynaklarla fonlama imkanı bulunmaktadır. Kredi kartları için hazine bonoları ve gecelik faiz oranları, fonlama maliyetini daha iyi yansıtmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de hazine bonusu ihalelerinin hacminin zaman içinde büyük farklılıklar göstermesinden dolayı fonlama maliyeti olarak gecelik faiz kullanılmıştır.

Kredi kartı sahibinin temerrüt riski bankalar tarafından kredi kartı limiti ile kontrol altında tutulabilen içsel bir değişken olduğu için, Ausubel (1991)’de olduğu gibi, bu ampirik çalışmada temerrüt riski dikkate alınmamıştır. Veri kümemiz Türkiye’deki bütün kart sağlayıcıların üçer aylık faiz oranlarını içermektedir. 2005 yılı için aylık olarak faiz oranları bulunmaktadır. Fakat daha önceki dönemlere ait oranlar BDDK tarafından üçer aylık olarak tutulmuştur. Gecelik faiz oranı TCMB’den alınmıştır. 22 bankadan 3’ü kamu bankası, 3’ü de yabancı bankadır. Zaman aralığımız 2001’in ikinci çeyreğinden 2005’in üçüncü çeyreğine kadar olan dönemdir. 2001’in ilk çeyreğinde Türkiye ekonomisi bir mali kriz yaşamıştır. Bu yüzden, yapısal değişimleri örnek kümesinden uzak tutmak amacıyla, kriz sonrası döneme odaklanılmıştır. Ausubel (1991)’de 1983 ve 1987 arasındaki üçer aylık verileri kullanarak benzer bir çalışma yapmıştır. Ausubel’de olduğu gibi, çalışmamız pazardaki rekabeti göstermeye yetecek 5 yılı kapsamaktadır. Kredi kartı faiz değişiklikleri her periyodun başında anons edildiğinden, fonlama maliyetinin gecikmeli değeri alınmıştır.

Modelde her bir banka için gölge (dummy) değişkenlerin yer aldığı sabit etki ve rassal etki panel veri regresyonu kullanılmıştır. Ayrıca içsellik probleminden kurtulmak için, fonlama maliyetinin gecikmeli değeri, araç değişken (instrumental variable) olarak kullanılmıştır. Sonuçta aşağıdaki ampirik model kestirilmiştir:

$$Oran_{i,j} = Sabit + \alpha (Fonlama\ Maliyeti_{i,j-1}) + \beta (Oran_{i,j-1}) + \varepsilon_{i,j}$$

Oran her üç aylık dönem için aylık ortalama faiz oranına karşılık gelmektedir. Fonlama maliyeti gecelik faiz oranı ile gösterilmektedir. $\varepsilon_{i,j}$ beyaz gürültüyü (white noise) temsil etmektedir. Rekabetçi bir pazarda faiz oranındaki değişimlerin fonlama maliyetiyle birlikte hareket etmesi beklenir. Bu yüzden fonlama maliyetinin katsayısı olan α 'nın 1'e yakın olması gerekmektedir. Gecikmeli faiz oranlarının katsayısının ise 3 aylık dönemler içerisinde tüketicilerin beklentilerinin ve iskonto değerlerinin değişmediği düşünülürse pozitif olması beklenir. Öte yandan, araştırma periyodu boyunca en yüksek faizler sürekli Citibank tarafından uygulanmıştır dolayısıyla Citibank'ın gölge değişkeninin değerinin pozitif olmasını beklenmektedir.

Tablo 4'de çalışmanın sonuçları yer almaktadır. Birinci kolon, gölge değişkenlerin diğer kontrol değişkenleriyle bağıntılı olmadığı varsayımı altında, rassal etki regresyon sonuçlarını, ikinci kolon ise, yukarıdaki varsayımı göz önüne almadan sabit etki regresyon sonuçlarını göstermektedir. Rassal ve sabit etki regresyonlarının katsayılarını karşılaştırabilmek için Hausman Testi uygulanmıştır. Bu testte, "rassal ve sabit etki regresyonlarının katsayıları arasında sistematik bir fark yoktur" sıfır hipotezi reddedilememektedir.

Tablo 4 : Kredi Kartı Faiz Oranının Fonlama Maliyeti ve Kredi Kartı Faizinin Gecikmeli Değeri Üzerine Regresyonu (Çeyrek dönemlik veri, 2001:2 – 2005:3)

Değişken	Rassal Etki Gecelik Faiz	Sabit Etki Gecelik Faiz	Araç Değişken (Gecelik Faiz 2 Gecikmeli Değeri)
Fonlama Maliyeti (gecikmeli)	,1459 (4,75)	,2642 (7,38)	,2975 (5,48)
Kredi Kartı Faiz Oranı (gecikmeli)	,8314 (26,29)	,6698 (16,46)	,6371 (11,15)
Sabit	,5483 (3,31)	1,3507 (6,49)	1,1278 (4,35)
Banka 1		,1938 (1,16)	,2066 (1,22)
Banka 2		,1984 (1,19)	,2043 (1,22)
Banka 3		,4214 (2,49)	,4425 (2,58)
Banka 4		,3499 (2,07)	,3706 (2,17)
Banka 5		,3544 (2,11)	,3688 (2,18)
Banka 6		,3785 (2,22)	,4075 (2,33)
Banka 7		,2722 (1,62)	,2855 (1,69)
Banka 8		,4558 (2,67)	,4841 (2,78)
Banka 9		,3949 (2,34)	,4160 (2,43)
Banka 10		1,0431 (5,34)	1,1245 (5,12)
Banka 11		,3678 (2,20)	,3757 (2,24)
Banka 12		-,0057 (-0,03)	-,0018 (-0,01)
Banka 13		,0182 (0,10)	,0126 (0,07)
Banka 14		,2607 (1,54)	,2831 (1,65)
Banka 15		,1372 (0,82)	,1516 (0,90)
Banka 16		,4722 (2,75)	,5050 (2,86)
Banka 17		,4585 (2,71)	,4812 (2,80)
Banka 18		,1948 (1,17)	,1958 (1,17)
Banka 19		,4898 (2,89)	,5130 (2,98)
Banka 20		,5392 (3,10)	,5787 (3,20)
Banka 21		,2215 (1,32)	,2315 (1,38)
Gözlem Sayısı	365	365	365
R kare	,8743	,8890	,8887

Son kolonda ise, olası bir içsellik problemini yok etmek için araç değişkenler regresyonu uygulanmıştır. Fonlama maliyetinin gecikmeli değeri, fonlama maliyeti değişkeninin aracı olarak kullanılmıştır. Bu regresyonun ilk safhasında, araç değişkenin katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Türkiye’de kredi kartı pazarı, kredi kartı faiz ayarlamalarında atalet sergilemektedir. Faizlerdeki yavaş ayarlamalar, gecikmeli kredi kartı faiz oranının katsayısının fonlama maliyeti katsayısına göre daha yüksek olmasına yol açmaktadır. Tablo 4’un ikinci kolonunda görüldüğü gibi gecikmeli kredi kartı faiz oranının katsayısı 0,6698, fonlama maliyeti katsayısı 0,2642’dir. Bu durum Türkiye’de kredi kartı piyasasındaki ayarlamaların çok yavaş gerçekleştiğinin bir kanıtıdır. Asıl sonuç ise, fonlama maliyetinin katsayısı ile ilgilidir. Fonlama maliyeti istatistiksel olarak anlamlı çıksa da, büyüklük olarak kredi kartı faizini belirlemede önemsiz gözükmektedir. Mesela, gecelik faizlerdeki %10’luk bir düşüş, kredi kartı faiz oranında sadece %2,6’lık bir azalmaya yol açmaktadır. İçsellik problemini işin içine kattığımızda fonlama maliyetinin katsayısı 0,2975’e yükselmektedir. Bu artış, sonuçlarımızın tutarlılığını da kanıtlamaktadır. 2001-2005 arasında Türkiye pazarında aylık ortalama kredi kartı faiz oranı %6 dolayındadır. Bankaların kredi kartı faizlerinin fonlama maliyetine yakınsama katsayısı 1980’lerdeki Amerikan piyasasından daha yüksektir. Buna rağmen rekabetçi bir sonuca ulaşmak yıllar almaktadır.

5. Sonuç

Uzun süredir süregelen yüksek kredi kartı faiz oranları, bankaların yüksek karları ve mağdur olmuş tüketiciler kredi kartı piyasalarında yasal düzenlemelerin yapılması gerekliliğini düşündürmektedir. Nitekim, 2003 ve 2006 yıllarında kredi kartı faiz oranlarına sınırlamalar getiren iki yeni düzenleme hayata geçirilmiştir. Ancak, iktisadi kuramsal ve ampirik çalışmalar, verimliliği ve eşitliği artırmayı hedefleyen düzenlemelerin her zaman piyasa çözümlerinden daha iyi sonuç vermeyebileceğini, dolayısıyla rekabetçi bir yapının oluşmasını engelleyen unsurların çok iyi analiz edilmesi gerektiğini ve planlanan düzenlemelerin çok

dikkatli bir şekilde tasarlanması gerektiğini göstermektedir. Çalışmamız, düzenlemeleri tasarlayacak kurumlara ışık tutması ve bu konudaki gelecek çalışmalarımıza hazırlık olması amacıyla, kredi kartı pazarının doğasını inceleyerek, fiyat rekabetinin önündeki olası engeller olarak alternatif arama ve kart değiştirme maliyetleri ile tüketici irrasyonelliği ve bilgi asimetrisine dikkat çekmektedir. Ayrıca, aynı amaçlar ile, Türkiye kredi kartı pazarındaki gelişimi ve rekabeti inceleyerek, sabit ve rassal etki regresyonları ile, rekabetin fiyat rekabetinden uzak olduğunu ve faizlerin düşen fonlama maliyetlerinden bağımsız olarak belirlendiğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Abbasoğlu O.F., Aysan, A. F. and Güneş, A. (2007) Concentration, Competition, Efficiency and Profitability of the Turkish Banking Sector in the Post-Crises Period, *Banks and Bank Systems*, Vol. 2, No: 3, pp.106-115.
- Al, H. and Aysan, A. F. (2006) Assessing the Preconditions in Establishing an Independent Regulatory and Supervisory Agency in Globalized Financial Markets: The Case of Turkey, *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 4(2): 125-146.
- Alper, E. C. (2001) The Turkish Liquidity Crisis of 2000: What went wrong..., *Russian and East European Finance and Trade*, 37/6, 51-71.
- Ausubel, L. M. (1991) The Failure of Competition in the Credit Card Market, *American Economic Review*, Mart, 50-81.
- Ayadi, F. O. (1997) Adverse Selection, Search Costs and Sticky Credit Card Rates, *Financial Services Review*, 6/1, 53-67.
- Aysan, A. F. and Ceyhan, Ş. P. (2008) What Determines the Banking Sector Performance in Globalized Financial Markets: The Case of Turkey?, *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, Vol.387 , No.7, pp.1593-1602.
- Aysan, A. F. and Ceyhan, Ş. P. (2006) Internationalization of the Financial Sector: Issues and Impacts on Turkey, *Globalization and Global Knowledge Economy of the International Conference of Business, Management and Economics Proceedings*, 1: 111-124.
- Aysan, A. F. and Ceyhan, Ş. P. (2007) Why Do Foreign Banks Invest in Turkey?, *Asian and African Journal of Economics and Econometrics*, 7 (1): 65-80.
- Aysan, A. F., ve N. A. Müslim (2007), An Empirical Examination of Price Competition in the Turkish Credit Card Market, *Topics in Middle Eastern and North African Economies, MEEA Online Journal*, Vol. 9.
- Aysan, A. F., ve N. A. Müslim (2006), Assessing the Competition in the Credit Card Market in Turkey: A New Empirical Evidence, *International Management Development Research Yearbook*, K. Erdener & H. Talha (eds.), Vol.15, pp. 147-

154, International Management Development Press, Hummelstown, Pennsylvania, USA.

Aysan, A. F. and Yildiz, L. (2007) The Regulation of the Credit Card Market in Turkey, *International Research Journal of Finance and Economics*, Vol.2, No. 11, pp. 141-154.

Calem, P. ve L. Mester. (1995) Consumer Behavior and the Stickiness of Credit-Card Interest Rates, *American Economic Review*, 85, 1327-1336.

Calem P.S., Gordy M.B., Mester L.J. (2005), Switching Costs and Adverse Selection in the Markets for Credit Cards: New Evidence, *Journal of Banking and Finance*, 30

Chakravorti, S. ve T. To (1997) Why Do Merchants Accept Credit Card?, Federal Reserve Bank of Chicago Research Paper, September.

Kaynak, E., Küçükemiroğlu ve Özmen (1995) Correlates of credit card acceptance and usage in an advanced developing Middle Eastern Country, *Journal of Service Marketing*, 9/4, 52-63.

Kaynak, E. T. Harcar (2001) Consumers attitudes and intentions Towards Credit Card Usage in an Advanced Developing Country, *Journal of Financial Services Marketing*, 6/1, 24-39.

Stango, V. (2003) Strategic Responses to Regulatory Threat in the Credit Card Market, *Journal of Law and Economics*, XLVI, October.

Stiglitz, J. E. ve Weiss, A. (1981) Credit Rationing in Markets with Imperfect Information, *American Economic Review*, June, 393-410.

Weiner, S. ve J. Wright (2005) Interchange Fees in Various Countries: Developments and Determinants, *Review of Network Economics*, 4/4, 290-323.

Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faiz Oranları

Halil İbrahim Aydın*

ÖZET

Bu çalışmada tüketici kredileri ve kredi kartları arasındaki ilişki her iki kredi türüne bankalarca uygulanmakta olan faiz oranları ele alınarak incelenmiştir. Ülke örnekleri incelendiğinde, kredi kartlarına yurt içinde uygulanan faizin yüksek kaldığı görülmektedir. Bu doğrultuda kredi kartı faizlerinin tüketici kredisi faizlerine esnekliği panel regresyon yöntemiyle tahmin edilmiştir. Tahminlerde sağlıklı sonuçlar almak amacıyla her bir ülke verisi kümeden çıkarılmış ve sonuçların Türkiye için geçerliliği analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; Türkiye’de kredi kartı faizleri uzun dönem ilişki açısından diğer ülkelerle benzer hareket etmekte ancak yakın dönemde farklılaşmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kredi kartları, Banka, Faiz oranları

JEL Sınıflandırması: E400, G210, G280

Consumer Loans and Credit Card Interest Rates

ABSTRACT

This study examines the relationship between consumer credits credit cards in terms of the rates applied by the banks. Comparing country examples, it is observed that domestic credit rates remain rather high. In this regard, the elasticity of credit card rates to consumer credit rates is estimated via panel regression analysis. To ensure robustness, each individual country is dropped from the dataset and the validity of results is checked for the Turkey. Accordingly, Turkish card rates move in line with the rates offered in other countries but it has moved away its trend recently.

Keywords: Credit cards, Banks, Interest rates

JEL classification: E400, G210, G280

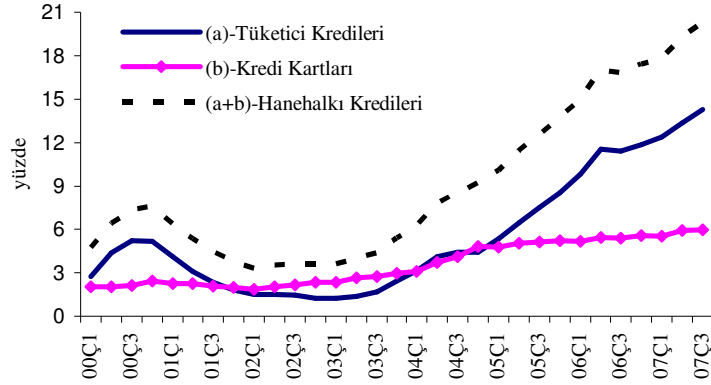
* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Araştırma ve Para Politikası Genel Müdürlüğü, İstiklal Cad. 10, 06100-Ankara, Türkiye ▪ AYDIN: halil.aydin@tcmb.gov.tr ▪ Çalışmada sunulan görüşler yazara ait olup, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nı veya çalışanlarını bağlayıcı nitelik taşımaz.

Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları Faiz Oranları

1.Giriş

Tüketici kredileri ve kredi kartları içerdikleri bilgi nedeniyle gerek fiyat istikrarı gerekse finansal istikrar açısından önem arz eden ekonomik göstergelerdir. Tüketici kredilerinin tüketim talebiyle yakından ilişkisi ve kredilerin geri dönebilmesinin finansal sistemin sağlığı için önemi, tüketici kredilerinin önemini artıran unsurlardır. Ülkemizde 2001 krizi sonrasında krizin etkilerinin azalmasıyla kredi tabanı büyümüş ve tüketici kredilerinin bankacılık sistemi içindeki payı artış göstermiştir. 2002 sonrasında ortaya çıkan olumlu büyüme koşulları ve düşük enflasyon ortamı, bireysel krediler alanında bankacılık sistemine belirgin bir ivme kazandırmıştır. Böylelikle 2000 yılı ilk çeyreğinde yüzde 5 düzeyinde seyreden hane halkı kredilerinin (tüketici kredileri ve kredi kartları) nihai tüketim harcamaları içindeki payı, 2007 yılı üçüncü çeyreği itibariyle yüzde 20 seviyelerine yükselmiştir. Bu artış büyük ölçüde tüketici kredilerinden kaynaklansa da kredi kartlarında da belirgin bir artış eğilimi gözlenmiştir (Grafik1).

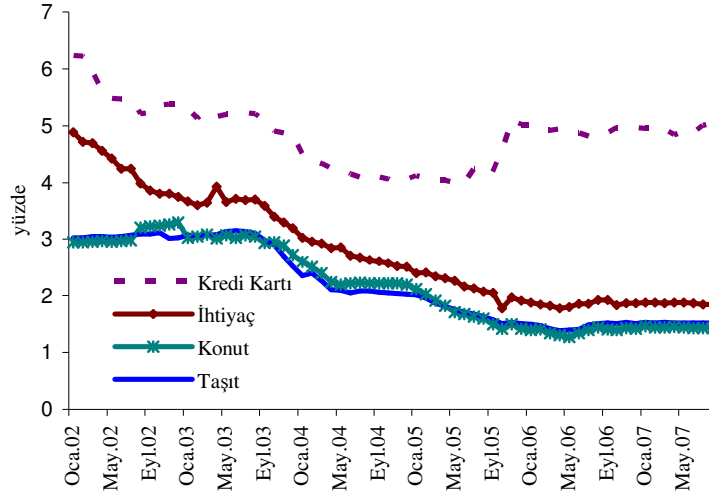
Grafik 1: Tüketici Kredileri ve Kredi Kartları / Nihai Tüketim (yüzde, %)



Gerek tüketici kredileri gerekse kredi kartlarının nihai tüketim içinde artan payı her iki büyüklüğe finansal ve parasal istikrar açısından atfedilen önemi artırmıştır. Hane halkı kredilerinin tüketim harcamaları içindeki payının artması, hane halkı borç yükünü artırmakta ve dolayısıyla bankacılık sisteminin hane halkı gelirine olan duyarlılığını artırmaktadır. Diğer yandan, ülkemizde uygulanmakta olan para politikasının nihai amacı, fiyat istikrarı olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda uygulanmakta olan enflasyon hedeflemesi, hane halkının taşınabilir bir borç stokuna sahip olduğu varsayımına dayanmaktadır. Ayrıca politika aracı olarak belirlenen kısa vadeli faizlerin etkinliği, faizlerdeki değişikliklerin diğer finansal ürünlerin faizlerine yansımalarıyla mümkündür.

Türk bankacılık sisteminde uygulanmakta olan kredi faizlerine bakıldığında kredi kartlarına uygulanmakta olan faizlerin tüketici kredilerinden belirgin bir biçimde ayrıştığı görülmektedir. Nitekim 2007 üçüncü çeyreği itibariyle, tüketici kredisi faizlerinde belirgin bir düşüş kaydedilmesine rağmen kredi kartı faizlerindeki düşüş sınırlı kalmıştır (Grafik 2). Bu çalışmada, bu durumun nedenleri tüketici kredileriyle kredi kartı arasındaki ilişki göz önüne alınarak incelenmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülke deneyimlerinden yararlanılarak Türkiye’de gözlemlenen faiz farkının uluslar arası örneklerle ne ölçüde uyumlu olduğu sorusuna cevap aranmaktadır. Bu amaçla, diğer ülkelerin kredi kartı ve tüketici kredisi faizleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Türkiye ve diğer ülkeler için, kredi kartı faiz oranlarının tüketici kredisi faizlerine esnekliğinin uzun vadede birbirine yakınsayacağı varsayımıyla söz konusu faizler arasındaki uzun dönem ilişkisi tahmin edilmiştir. Böylelikle Türkiye kredi kartı piyasasının uzun vadede diğer ülkelere benzeyeceği varsayımı altında kredi kartı piyasasında ortaya çıkması beklenen faiz patikası incelenmiştir. Son olarak, Türkiye’deki kredi kartı faizlerinin tahmin edilen parametreler ile öngörüsü yapılmıştır.

Grafik 2: Tüketici Kredileri ve Kredi Kartı Faizleri*



*Aylık vade ve miktara göre ağırlıklı ortalama (akım).
Kaynak:TCMB

Kredi kartları faizlerinin tüketici kredilerine uygulanmakta olan faiz oranlarından daha yukarıda belirlenmesi şüphesiz kart piyasasının tüketici kredisi piyasasından farklı bir piyasa yapısına sahip oluşuyla ilgili bir husustur. Yapılan çalışmalar diğer ülkelerde de kredi kartı piyasasının diğer kredi piyasalarından ayrıştığını ortaya koymakta ve kart faizlerinde aşağı yönlü bir yapışkanlık olduğunu saptamaktadır. Ausubel (1991) çalışması, 1983–1987 arasında ABD kredi kartı pazarındaki faiz rekabetinin özelliklerini ve rekabetçi bir dengenin önündeki engelleri ortaya koymaktadır. Buna göre, kredi kartı faizlerinin piyasanın kendi iç dinamikleriyle düşük seviyelere gelmesinin mümkün olamayabileceği belirtilmiş ve kart piyasasında bir düzenlemenin gerekliliği vurgulanmıştır. Benzer şekilde, Aysan ve Müslim (2006) çalışması da, 2001’den 2005’e kadar olan dönemde Türkiye kredi kartı piyasasının rekabet yapısını incelemiş ve elde ettiği bulgularla kredi kartı pazarının rekabetçi yapıdan uzak olduğu tespitini yapmıştır. Çalışmada ayrıca bankaların faiz harici diğer unsurlar (promosyon, bonus,

taksitlendirme vb.) açısından rekabete açık olduğu ancak kart faizlerinde rekabetin sınırlı olduğu vurgulanmıştır.

Gerek Ausubel (1991)'in gerekse Aysan ve Müslim (2006)'in çalışmalarında bulgular, kredi kartı faizlerinin, kendi gecikmeli değeri ve kredi kartının fırsat maliyeti olarak seçilen bir değişken (bono faizleri) ile açıklanmasına dayanmaktadır. Ancak, bono faizleri hükümet harcamaları, borç-vade yapısı gibi maliye politikası değişkenlerinden etkilenmekte ve ortaya çıkan faiz oranı bireysel bir bankadan çok piyasa dinamiklerinin bir sonucu olmaktadır. Ayrıca, banka için mevcut fonları kredi kartı veya bonoya yönlendirme seçenekleri bulunsun da, sözleşmenin diğer tarafı olan müşteri için kredi kartının alternatifi bono faiziyle borçlanmak değildir. Bu nedenle, çalışmada bahsi geçen çalışmalardan farklı bir yol izlenmiştir. Tüketici kredilerinin kredi kartlarıyla tahvil veya bonodan daha yakın bir ikame mali olduğu varsayılmış ve kart faizlerinin fırsat maliyeti ölçütü olarak tüketici kredisi faizleri kullanılmıştır¹. Bu yaklaşımda, kredi kartlarının ödeme aracı özelliği, kartlı alış-verişin getirdiği taksit imkanları ve bonus gibi avantajlar ihmal edilmektedir. Bu varsayımlar altında, bankaların uzun vadede kredi kartı fiyatını ikame mali olan tüketici kredisi fiyatıyla paralel hareket ettireceği düşünülmektedir.

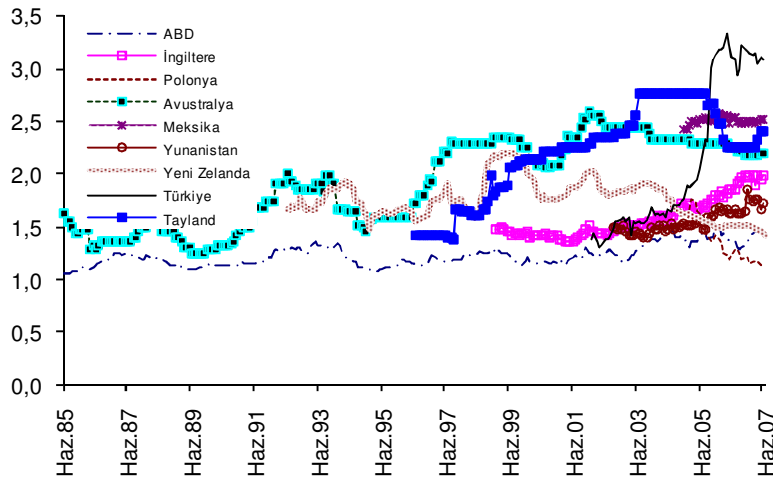
Kredi kartının tüketici kredilerinden pek çok açıdan ayrışması, faizlerde öngörülen birlikte hareketi sınırlayabilmektedir. Öncelikle, finansal ürün çeşitliliğinde görülen artış, müşterinin ihtiyaçlarına göre tasarlanmış kredi türlerini ortaya çıkarmıştır. Bu durum tüketici kredileri ve kredi kartları arasında birbirini ikame etme oranını azaltıcı bir etkendir. Ayrıca, kredi kartları teminatsız bir kredi türüdür ve kredi kartlarının geri ödenme zamanı bankaya ve kullanıcıya bağlı olarak esnek bir şekilde belirlenebilmektedir. Bankalar bu imkanları müşterilerine diğer kredi türlerine göre daha kısa vadeli ve yüksek faiz oranlı kaynakları kullanarak sağlamaktadır. Bu nedenlerden dolayı, kredi kartları tüketici

¹ Yıllık kredi faizi hesaplamalarına kredi kullanımında karşılaşılan kesinti ve komisyonlar da dahil edilmiştir.

kredilerinden ayrırmakta ve kart faiz oranları, bankalarca diğer kredi türlerinin faiz oranlarından daha yüksek düzeylerde belirlenmektedir.

Kredi kartı faizinin tüketici kredisi faizine oranı gelişmiş ve gelişmekte olan bir grup ülke için incelendiğinde; kart faizinin Türkiye gibi başka ülkelerde de kredi faizinden yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yine de, Türkiye kredi kartı piyasasında uygulanmakta olan faizlerin 2005 sonrasında diğerlerine göre yüksek kaldığı görülmektedir (Grafik 3). Kriz sonrasında tüketici kredileri faizlerinin azalan bir eğilim gösterdiği göz önüne alındığında, kart faizlerinin bu düşüğe eşlik etmediği gözlenmektedir².

Grafik 3: Kredi Kartı Faizlerinin Tüketici Kredisi Faizlerine Oranı



Kaynak : Merkez Bankaları ve veri sağlayıcı kuruluşlar.

Türkiye'deki kredi kartı sektöründe faizlerin yüksek seyretmesinin nedenleri arasında yapısal dönüşümün devam ettiği bir piyasa olması, rekabetin yetersizliği, kredi kartının diğer kredi piyasalarından ayrışması gibi nedenler öne

² Türkiye'deki kredi kartı faizlerinin tüketici kredisi faizlerinin üç katından fazla olması ve sektördeki rekabet eksikliği kanun koyucunun bazı düzenlemeler yapmasını beraberinde getirmiştir. Buna göre kredi kartı işlemlerinde uygulanacak azami akdi ve gecikme faiz oranlarının belirlenmesinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası yetkili kılınmıştır.

sürülebilir. Bu nedenler kredi kartı piyasasında faizlerin kısa vadede tüketici kredisinden neden ayrışabileceğini açıklasa da, uzun vadede kredi kartı piyasasının yapısı hakkında bilgi vermemektedir. Bu çalışmanın varsayımı ise kredi kartı piyasasının uzun vadede gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki kredi kartı pazarlarına yakınsayacağı yönündedir. Bu nedenle, kredi kartı faizleri ve tüketici kredileri arasındaki uzun dönem ilişki tahmin edilmektedir.

Uzun dönem ilişki tahmini, kart faizlerinin alternatif fırsat maliyetine olan duyarlılığı konusuna da açıklık getirmektedir. Böylelikle kart faizlerinin izleyeceği patika hakkında, tüketici kredilerinden yola çıkarak bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın veri ve model bölümünde bu konuya daha detaylı ışık tutulmaktadır.

2. Veri ve Model

Çalışmada kullanılan veri kümesi, 8 ülkenin (ABD, İngiltere, Tayland, Meksika, Yunanistan, Avustralya, Polonya ve Yeni Zelanda) kredi kartı ve tüketici kredisini faizlerinden oluşmaktadır. Ülke seçiminde hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomilerden örnekler alınmıştır. Böylelikle, ortak özellikler gösteren ekonomilerin yaratabileceği yanlış sonuçlardan sakınılması amaçlanmıştır. Uluslar arası karşılaştırma yapmaya elverişli kredi kartı faiz verilerinin sınırlı olması da, ülke seçiminde belirleyici bir etken olmuştur. Kısaca, veri seti heterojen yatay-kesit birimlerinden oluşan dengesiz bir panel veri kümesinden oluşmaktadır.

Daha önce de değinildiği gibi çalışmanın temel varsayımı kredi kartlarının tüketici kredileriyle yakın ikame malı olduğudur. Ancak, bu varsayımın rekabet eksikliği, dışsallıklar ve piyasanın etkin çalışmaması gibi nedenlerle kısa vadede empirik bulgularla doğrulanamayabilir. Bu çalışmada söz konusu varsayımın daha geçerli olduğu uzun vadeli analizlere yer verilmiştir. Buna karşın, kullanılacak tahmin metodunun gerek uzun vadeli ilişkileri incelemesi gerekse kısa vadeli hareketlere olanak tanınması gerekmektedir. Pesaran ve diğerlerinin (1998) önerdiği heterojen panel kümeleri için birleşik ortalama grup tahmin (pooled mean group

estimation) yöntemi eldeki veriyle istenen analizin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu yaklaşımla değişkenler arasındaki uzun vadeli ilişkiyi, kısa vadedeki değişiklikleri de göz önüne alarak tahmin etmek mümkündür. Buna göre modelin uzun dönem ilişkisi

$$y_{it} = \theta_{0i} + \theta_{1i} x_{it} + u_{it} \quad (1)$$

biçimindedir. Burada y_{it} kredi kartı faizini, x_{it} ise alternatif fırsat maliyeti olarak alınan tüketici kredisi faizini temsil etmektedir. Model parametreleri θ_{0i} ve θ_{1i} sırasıyla sabit terimi ve eğimi vermektedir. Çalışmada üzerinde durulan parametre eğim ve onun önem derecesidir (significance level). Eğim katsayısı kart faizlerinin tüketici kredisi faizlerine esnekliğini göstermektedir. Her ne kadar uzun vadeli ilişki sabit terimi içerse de, sabit terim ülkeye özgü farklılıkları yansıtacağı için eğim katsayısı kadar önem arz etmemektedir.

Model kurulumunda Ausubel (1991) ile Pesaran ve diğerlerinin (1998) yaklaşımı ve literatürdeki benzer çalışmalar dikkate alınarak ARDL(1,1) modeli benimsenmiştir³. Buna göre kredi kartı faizini, kendi gecikmeli değeri ve tüketici kredisi faizinin bugünkü ve gecikmeli değeriyle açıklayan temel model

$$y_{it} = \alpha_i + \lambda_i y_{i,t-1} + \delta_{0i} x_{i,t} + \delta_{1i} x_{i,t-1} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

şeklinde dir.

Regresyona tabi tutulan değişkenler birim köke sahip olabileceklerinden uzun dönem ilişkisi kısa dönem denklemiyle tahmin edilmektedir. ARDL modeli düzenlenip yeniden yazıldığında aşağıdaki panel için hata-düzeltilmeli kısa dönem denklemi elde edilmiştir.

$$\Delta y_{it} = \phi_i (y_{i,t-1} - \theta_{0i} - \theta_{1i} x_{i,t}) - \delta_{1i} \Delta x_{i,t} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

³ Gecikme değerinin optimal seçimi amacıyla AIC, BIC bilgi kriterleri de kullanılmıştır. Bu kriterler de birinci gecikmeli değerin seçimini doğrulamaktadır.

Burada, ϕ_i uzun dönem dengeye dönüş hızını temsil etmektedir. Uzun ve kısa dönem denklemleri arasında ise

$$\theta_{0i} = \frac{\alpha_i}{1 - \lambda_i}, \theta_{1i} = \frac{\delta_{0i} + \delta_{1i}}{1 - \lambda_i}, \phi_i = \lambda_i - 1$$

ilişkileri mevcuttur⁴.

Tahmin sonuçlarına geçmeden tahmin yöntemi olarak seçilen birleşik ortalama grup tahmininin üzerinde durmak faydalı olacaktır. Uzun zaman serilerine sahip geniş panel verileriyle yapılan regresyon analizlerinde tahmin yöntemleri çeşitlilik göstermektedir. Bu yöntemlerle yukarıda değinilen kısa-uzun dönem parametrelerini ve dengeye dönüş hızı katsayısını tahmin etmek mümkündür. Standart sabit ve rassal etki analizlerine imkân veren birleşik (pooled) tahmin yöntemi bunlardan biridir. Bu metotla yapılmış sabit veya rassal etki analizlerinde sabit terimin birimler bazında değişebilmesine olanak verilmekte ancak kalan parametrelerin ortak olduğu kabul edilmektedir. Bu yaklaşım, eğim katsayısının ve hata varyanslarının ortak olduğu varsayımına dayanmaktadır. Ancak, yapılan çalışmalar alışıl gelmiş birleşik dinamik tahminlerin tutarsız sonuçlar verdiğini vurgulamaktadır (Pesaran ve Smith, 1995). Bu duruma uzun zaman serilerinde görülen birim köklerin varlığı neden olmaktadır.

Yatay-kesit birimlerini birleştirerek tahmin etmek yerine her bir birim için ayrı bir denklem tahmin edip parametrelerin birimler arasında ortalamalarını almak

⁴ Birleşik ortalama grup tahmini, yukarıdaki denklemde parantez içindeki terimlerin dağıtılmış şekli olan

$$\Delta y_{it} = \phi_i y_{i,t-1} + \theta_{1i} x_{i,t} - \delta_{1i} \Delta x_{i,t} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$
 modelini tahmin etmektedir.

Bu denklemdeki sabit terim uzun dönem denklemindeki sabit terimle hata düzeltme hızı katsayısının çarpımından oluşur. İki sabit terim arasındaki bu farklılıktan dolayı uzun dönem sabit terimi doğrudan hesaplanamamaktadır. Uzun dönem denklemindeki sabit terim, buradan elde edilen sabit terimin hata düzeltme katsayısına bölümüyle bulunabilir. Ancak, sabit terimin standart hatasını bulmak için başka bilgiler de gereklidir bu nedenle sabit terim ve standart hatası rapor edilmemiştir.

da mümkündür. Birleşik dinamik tahminlere alternatif olarak geliştirilen bu yönteme ortalama grup tahmini adı verilir. Bu yaklaşımla panel için parametreler her bir birim için ayrı ayrı tahmin edilen yatay kesit parametre tahminlerinin ortalamasından oluşur. Ortalama grup tahmini ile tüm yatay kesit katsayılarının birbirinden farklı olmasına imkân verilmektedir. Ancak, uzun vadeli ilişkide birimler için eşit parametreye izin vermemesi bu yöntemin eksik bir yanıdır.

Pesaran ve diğerleri (1999) çalışmalarında birleşik ortalama grup tahminini gerek salt birleşik dinamik tahmine gerekse ortalama grup tahminine alternatif olarak önermişlerdir. Birleşik ortalama grup tahmin yöntemi katsayıların tahmininde sunduğu esneklik açısından sabit etki ve ortalama grup tahmini arasında yer almaktadır. Ortalama grup tahmininde hem eğim hem de sabit terim birimler arasında değişebilme özelliğine sahipken, sabit etki modelinde eğimlerin değişmez olduğu, sabit terimlerin ise değişebileceği kabul edilmiştir. Çalışma özelinde değerlendirilecek olursa, ortalama grup tahmini ülkeler arasında hiç bir ortak özellik varsaymamakta, sabit etki modeli ise sabit terim hariç kısa-uzun dönem tüm özellikleri ortak almaktadır. Birleşik ortalama grup tahmininde ise sadece uzun vadeli eğimlerin aynı olduğu kabul edilmiştir. Böylelikle, kısa vadeli değişkenlerin ve hata terimlerinin yatay-kesit birimler (ülkeler) arasında değişebilmesine olanak verilmektedir.

Birleşik ortalama grup tahmininin uzun vadeli eğimi aynı kabul etmesi, bu çalışma açısından Türkiye'nin kredi kartı piyasasının uzun vadede diğer ülkelere yakınsayacağı şeklinde yorumlanabilir. İncelemeye alınan ülkelerin kredi kartı faizlerinin tüketici kredilerine olan esnekliği mevcut durumda birbirinden farklılık gösterebilir. Ancak uzun vadede bu esnekliğin bütün ülkeler için tahmin edilen bir değere yakınsaması çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Bu varsayımın geçerliliği kullanılan panel kümesindeki ülkelerin birer birer çıkarılmasıyla kontrol edilmiştir. Bu şekilde regresyon tahminlerinin ülke etkisinden arındırılması da amaçlanmıştır.

3. Tahmin Sonuçları

Yukarıda yazılı model, birleşik ortalama grup tahmin yöntemiyle tahmin edilmiş ve oldukça tutarlı sonuçlar elde edilmiştir. Bazı ülkeler daha uzun veri setine sahip olduğundan tahminlerde bu ülke verilerinin uzunluğunun yaratacağı yanlı sonuçların etkisinden arındırmak amacıyla iki farklı örneklem alınmıştır. Öncelikle tüm verilerden oluşan 1985:06–2007:08 arası verilerle daha sonra 2000:01–2007:08 arası gözlemlerden oluşan alt örneklem ile çalışılmıştır. Tüm ülkelerin verisiyle yapılan tahminlerden sonra her bir ülke örneklemden çıkarılmıştır. Böylelikle tahminlerin her bir ülkenin etkisinden ayrı ayrı arındırılması amaçlanmıştır. Farklı ülke ve zaman periyotlarından oluşan bu örneklemeler ile yapılan tahmin sonuçları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1			
	Eğim		Hata terimleri
	Katsayı	Std. Hata	Std. Sapması
Örneklem I	2,383	(0,241)***	6,188
Örneklem II	2,404	(0,245)***	6,870
Örneklem III	2,382	(0,241)***	6,069
Örneklem IV	2,358	(0,239)***	5,164
Örneklem V	2,404	(0,244)***	5,217
Örneklem VI	2,449	(0,253)***	5,190
Örneklem VII	2,394	(0,243)***	5,405
Örneklem VIII	2,409	(0,245)***	5,511
Örneklem IX	2,398	(0,244)***	4,988
Örneklem X	2,405	(0,244)***	4,890
Örneklem XI	2,378	(0,242)***	5,461
Örneklem XII	2,396	(0,244)***	4,813

Parantez içindeki değerler katsayının standart hatasıdır.
*** yüzde 1 düzeyinde anlamlılığı gösterir.

Bu sonuçlara göre yapılan birleşik ortalama grup tahmininin mevcut veri için oldukça sağlam (robust) bir tahmin olduğu söylenebilir. Birleşik ortalama grup tahmin yaklaşımında uzun vadeli parametrelerin tüm yatay kesit birimleri için aynı olması zorunluluğu getirildiği için, tüm ülkeler için kredi kartı faizinin tüketici kredileriyle olan ilişkisinde eğimin yaklaşık olarak 2,3 ile 2,5 arasında olduğu

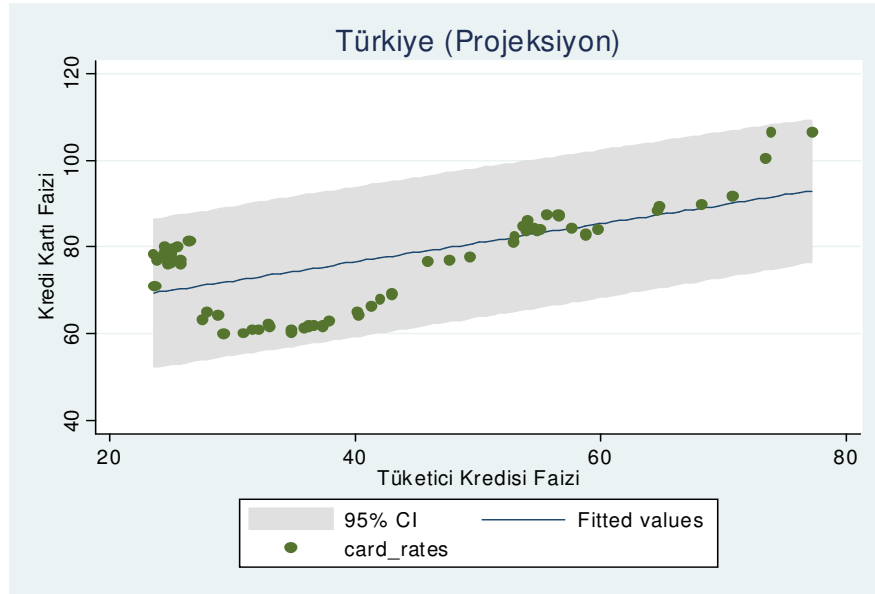
söylenbilir. Eğim katsayısı tüm ülkeler için yüzde 99 güven aralığıyla istatistiksel olarak anlamlı bir parametredir. Ülkeler birer birer çıkarılarak yapılan tahminlerle de bu sonuç teyit edilmiştir. Böylelikle regresyon tahminlerinin ülke etkisinden arındırılmış şekilde de yakın sonuçlar verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sabit terim tahminlerine gelince, ülkeler arasındaki farklı makroekonomik koşulların yarattığı farklı faiz düzeyleri sabit terim tahminlerinin seviye etkisini (level effect) yansıtmaya neden olmaktadır. Sabit terim piyasa yapısı hakkında bize bilgi vermektedir. Sabit terimin çok yüksek olduğu durumlar kredi kartı piyasasının tüketici kredileri piyasasından ayrıştığını ve tüketici kredisi faizlerinin iyi bir açıklayıcı değişken olmadığını göstermektedir. Bu durum, rekabetin kart ve kredi piyasalarında farklı şekilde işlediği şeklinde de yorumlanabilir. Diğer bir açıklama ise, iki kredi türüne ve bunlara talep eden müşteri profillerine bankalarca atfedilen riskin farklı olmasıdır. Bu ve benzeri nedenlerle sabit terimin içerdiği bilgilere dayalı analizden kaçınılmıştır. Regresyon sonuçlarında, sabit terim tahminleri bazı durumlarda istatistiksel bazı durumlarda da ekonomik olarak anlamsız sonuçlar vermektedir⁵.

Bunun yanı sıra, birbirinden farklı ekonomilerden oluşan heterojen bir panel veri seti için modelin öngördüğü tahminler ne ölçüde gerçekleşen değerler ile uyumlu sorusuna da cevap vermek gereklidir. Bu soruya yanıt vermek için tüm ülkelerin dâhil olduğu veri setiyle elde edilen kestirim (prediction) sonuçları, her bir ülke için gerçekleşen değerlerle birlikte çizdirilmiştir. Bu sonuçlara göre uygulanmakta olan modelin tahmini hata terimlerinin standart hatasına göre alınan yüzde 95 güven aralığında gerçekleşen değerlerin büyük çoğunluğunu yakalamaktadır (Ekler). Elde edilen tahmin sonuçları alınan her bir ülke için kart faizleriyle tüketici kredisi arasındaki uzun dönem ilişkisini açıkladığı şeklinde yorumlanmaktadır.

⁵ Yapılan tahminler sabit terimin istatistiksel olarak anlamsız olmakla birlikte, ortalamada sifıra yakın değerler aldığı göstermektedir.

Son olarak, modelden çıkan parametreler ile Türkiye için kredi kartı faizi projeksiyonu yapılmıştır. Bu projeksiyonda, Türkiye’de gerçekleşen kredi kartı faizlerinin, hata terimlerinin yüzde 95 güven aralığı içinde olduğu görülmektedir. Buna rağmen, modelin tahmin ettiği değer ile gerçekleşen veri arasındaki farktan oluşan hata terimlerinin standart hatası yaklaşık olarak 6 civarında iken, Türkiye için yapılan projeksiyon sonucunda ortaya çıkan hata terimlerinin standart hatası 30 civarında olmuştur. Farklı örneklemeler için elde edilen hata terimlerinin standart hataları Tablo 1’de rapor edilmiştir. Bu bulgular, Türkiye’deki kart faizlerinin tüketici kredileriyle olan ilişkisinin diğer ülkelerden farklılığına işaret etmektedir.



4. Sonuç

Bu çalışmada Türkiye’deki kredi kartı faizlerinin diğer ülke örnekleri de göz önüne alındığında nasıl bir patika izleyebileceği irdelenmiştir. Kredi kartlarının tüketici kredileriyle uzun vadeli ilişkisi temel alınarak yapılan analizlerle, kredi kartı faizleriyle tüketici kredisi faizleri arasındaki doğrusal ilişkinin eğiminin 2,3 ile 2,5 arasında olduğu sonucuna varılmıştır. Değişik örneklemelerle yapılan tahminler bu sonucun sağlamlığını göstermektedir. Regresyonun doğrusunun

gerçekleşen değerlerle birlikte çizimi de tüm ülkeler için yüksek düzeyde eşleşme (fit) olduğunu göstermiştir. Ayrıca, modelde Türkiye için öngörülen kredi kartı faizi oranları da gerçekleşen banka kredi kartları faiziyle uyumludur. Ancak, öngörülen hata terimlerinin standart hatalarının Türkiye için daha fazla olması Türkiye kredi kartı piyasasının diğer ülkelerden ayrıştığına işaret etmektedir.

KAYNAKÇA

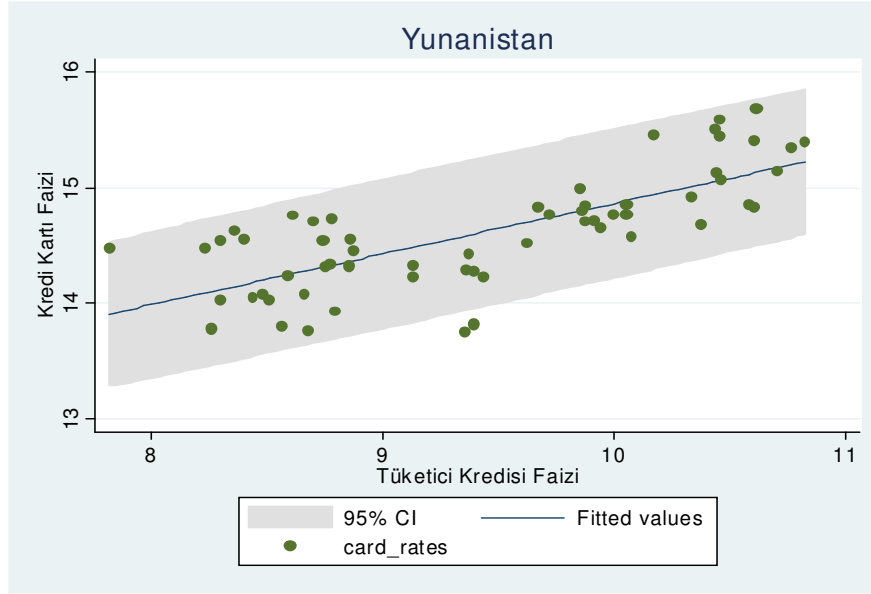
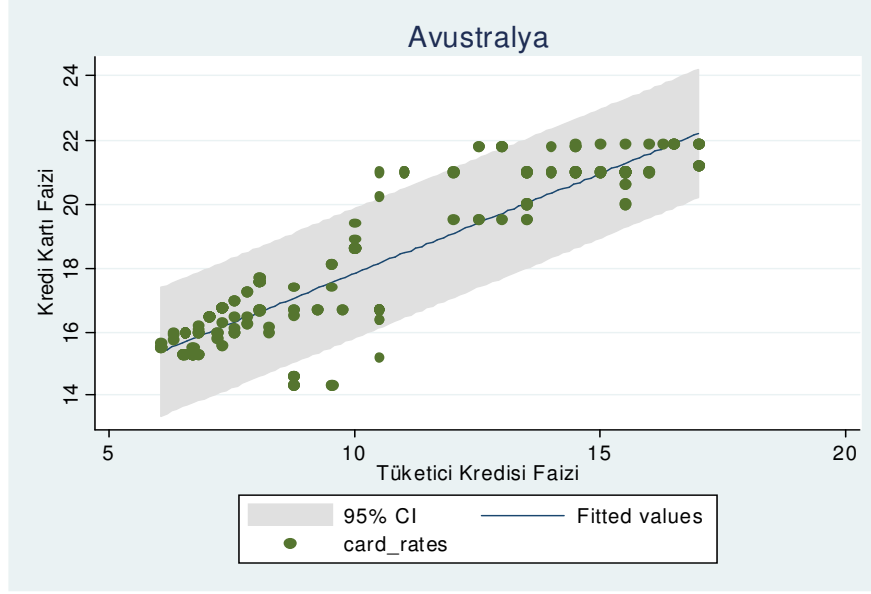
Ausubel, L. M. (1991), The Failure of Competition in the Credit Card Market, *American Economic Review*, March, 50-81.

Aysan, A. F., ve N. A. Müslim (2006), The Failure of Competition in the Credit Card Market in Turkey: *The New Empirical Evidence*, Bogaziçi Üniversitesi, *Araştırma Raporu*, ISS/EC 2006-09.

Pesaran, H. and R. Smith (1995), Estimating Long-run Relationships from Dynamic Heterogeneous Panels, *Journal of Econometrics* 68, 79-113.

Pesaran, H., Shin, Y. and R. Smith (1998), Pooled mean group estimation of dynamic heterogeneous panels, *Journal of the American Statistical Association*, 94,621-634.

EKLER²⁴



²⁴ Her bir grafik bir ülkenin çıkarılması sonucu ortaya çıkan sonuçlarla çizdirilmiştir.

