

Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet

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, ampirik bir model geliştirilmiştir. Ampirik çalışma 2001 yılının ilk çeyreği ile 2005 yılının üçüncü çeyreği arasındaki dönem için gerçekleştirilmiştir. Modelde, sabit etki ve rassal etki panel veri regresyonlarının yanı sıra araç değişken sabit etki regresyon yöntemi kullanılmıştır. Sonuçlar, Türkiye’de kredi kartı faizlerinin fonlama maliyetindeki değişimlere ekonomik olarak duyarsız olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç, Türkiye’de kredi kartı pazarının henüz rekabetten 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. But, the quick response of the credit card interest rates to the increase in cost of funds was not observed in the case of decreasing cost of funds. 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 see 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 understand 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. We show that the credit card interest rates in Turkey are economically insensitive to the changes in the cost of fund. This result is a clear indication of the lack of a strong competition in the Turkish credit card market.

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

JEL classification: F21, G21, O19

Ahmet Faruk Aysan

Umut Dur

Gazi İshak Kara

Ahmet Nusret Müslim

Levent Yıldırım

Boğaziçi University

Department of Economics
34342 Bebek, Istanbul, Turkey
Phone: 90-212-359 76 39
Fax: 90-212-287 24 53
ahmet.aysan@boun.edu.tr

Türk Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet

1. Giriş

Kredi kartları, Türkiye dahil olmak üzere son yıllarda dünya genelinde gittikçe artan şekilde “plastik para” olarak kabul görmeye başlamıştır. Kredi kartı sayısının 30 milyona ulaştığı Türkiye pazarı, İngiltere ve İspanya’nın ardından Avrupa’nın 3. büyük pazarı haline gelmiştir. Kredi kartıyla yapılan tüketim hacmi göz önüne alındığında Türkiye Avrupa’da 10. sırada yer almaktadır.¹ Bununla birlikte Türkiye, nüfus yapısı ve ekonomik gelişimi 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 olduğunu göstermektedir. 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.

Türkiye’de kredi kartı sayısı 1990’ların başında sadece 556 bin iken 2000 yılında 13,4 milyon, 2001’de 14 milyon, 2002’de 15,7 milyon, 2003’te 19,8 milyon, 2004’te 26.6 milyondur. Bu rakam 2006’da 32 milyona ulaşmıştır. Şu anda Türkiye kredi kartı pazarında başlıca iki ağ (network) sağlayıcısı; Visa ve MasterCard ile 21 kart sağlayıcısı (issuer) bulunmaktadır.² Bu sayının kredi kartı gibi homojen kabul edilebilecek bir ürün

¹ Bu bilgi Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) Başkanı’nın konuşmasından alınmıştır. http://www.sabah.com.tr/ozel/bddk874/dosya_876.html

² Pazarda faiz uygulamayan düşük hacimli 4 kredi kartı sağlayıcısı daha bulunmaktadır. Dolayısıyla bu sağlayıcıları rekabet çalışmamıza dahil etmedik. Bütün kart sağlayıcıları için, <http://www.bkm.com.tr>

için rekabeti sağlamaya yeterli olmasını ve pazardaki bu 21 oyuncunun faiz oranlarında fiyat rekabetine girmelerini beklemek doğaldır. Halbuki 2005 itibariyle faiz oranları, fonlama maliyetlerinin 4 katı seviyesinde dolaşmaktadır. Bu yüksek oranlar bazıları tarafından normal faizin ötesinde, “tefecilik” olarak adlandırılmaktadır.

Avrupa Birliği üyeliği sürecindeki gelişmelerle Türk kredi kartı pazarının önemi daha da artmıştır. Yabancı bankalar birleşme ve satın alma yoluyla piyasadaki paylarını arttırmaya çalışmaktadırlar. 2004 yılı rakamlarına göre Avrupa’da pazar büyümesi %16 iken Türkiye’de büyüme %43’e ulaşmıştır.³ Ayrıca, Avrupa Birliği’nde takipteki kredi kartı borçlarının (meblağ olarak) oranı %4,5 iken Türkiye’de sadece %1,67 düzeyindedir.⁴ Yüksek faizler ve düşük temerrüt oranı Türkiye’yi gözde bir pazar haline getirmiştir.

Kredi kartı sisteminin düzgün işleyebilmesi uygun bir altyapıyı gerektirmektedir. Sık yaşanan krizler ve yıllarca süren yüksek enflasyon sebebiyle Türkiye’de kredi kartının yaygın kullanımı gecikmiştir. 25 yıl süren yüksek enflasyon dönemi fonlama maliyetlerini ve temerrüt (ödenmeme) riskini artırarak kredi kartı pazarının gelişmiş ülkelere kıyasla daha geç gelişmesine sebep olmuştur. 2003’ten önce piyasalardaki belirsizlik, kredi kartı borçlarına uygulanan faiz oranlarının, özellikle de kart sağlayıcıların belirlediği minimum ödemeyi yapmayan kullanıcıların borçlarına uygulanan gecikme faizi (temerrüt faizi) oranlarının, aşırı yüksek olmasına yol açmıştır.⁵ 2003’te yapılan düzenlemeyle temerrüt faizi, minimum ödemeyi yapan kullanıcıların

³ Bu rakamlar enflasyondan arındırılmıştır. <http://www.visa.com.tr/medya/istatis/istatis04.html>

⁴ Bakınız Visa Avrupa, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=3681216&tarih=2005-12-21>

⁵ 2001 krizinde bir kamu bankası kredi kartı borçları için gecikme faiz oranını %1000’e yükseltmiştir. Bakınız; http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display.asp?upsale_id=28199&dept_id=770

borçlarına uygulanacak faiz (akdi faiz) oranının %30 fazlasıyla sınırlandırılmıştır. 2006'da yürürlüğe giren yeni düzenlemeye kadar bu sınırlama geçerli olmuştur.

2000 ve 2001 krizlerinden sonra görece istikrarlı bir siyasi ve ekonomik ortamın oluşmasıyla birlikte kredi kartı sağlayıcıları için fonlama maliyetlerinde büyük bir düşüş yaşanmıştır.⁶ Ancak, fonlama maliyetindeki bu düşüşe rağmen kredi kartı faizlerinde benzer bir düşüş görülmemiştir. Öte yandan, kredi kartı sağlayıcıları kriz dönemlerinde yükselen fonlama maliyetlerini kredi kartı faizlerine hemen yansıtmışlardır. 2000 yılının ilk çeyreğinde %107 olan ortalama kredi kartı faizleri 2001'in ikinci çeyreğinde %181'e yükselmiştir. Yükselen faizlerle birlikte birçok banka kriz dönemlerinde nakit avanslarını durdurmuş ve kart limitlerini de önemli ölçüde düşürmüştür.⁷ Takip eden dönemde ekonomik istikrar sağlanmasına rağmen kredi kartı faizlerinde bu istikrarı gösterecek düşüşler yaşanmamıştır. Tam tersine kredi kartı faizlerinin gecelik faize oranı son beş yıl içerisinde 1,50'den 4'e çıkmıştır.

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. Kredi kartı pazarında benzeri bir gelişmenin ortaya çıkmamış olması, üzerinde düşünülmesi ve araştırılması gereken bir konudur. Bu çalışma, Türkiye'deki aşırı yüksek kredi kartı faizlerinin arkasında yatan sebepleri analiz ederek, konunun anlaşılmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Türkiye'de şu ana kadar bu konuda çok fazla çalışma yapılamamasının nedeni geçmişte sık yaşanan krizler ve güvenilir verilerin eksikliğidir. Ancak, son birkaç yılda sağlanan

⁶ Finansal krizler hakkında daha fazla bilgi için bakınız; Alper (2000)

⁷ Bakınız; http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display.asp?upsale_id=28444&dept_id=770,
http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display.asp?upsale_id=28412

ekonomik istikrar ile 2003 ve 2006 yıllarında gerçekleştirilen yasal düzenlemeler bu konudaki eksikliğin giderilmesine faydası olacaktır. Ayrıca, Ocak 2005'ten itibaren Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), kredi kartı faizlerini yayımlamaya başlamıştır.⁸

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 (Bakınız Tablo 1). 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.⁹ Bankaların kârlılıkları bu yüksek faizlerden olumlu etkilenmektedir. Örneğin 2004 yılında sektördeki ikinci büyük banka faiz dışı bankacılık karının %60'ını kredi kartlarından elde etmiştir. Ancak, Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin araştırmasına göre, uygulanan bu yüksek faizler çevrilen borç stoğunun düşmesine de neden olmaktadır. 2005'te kart sahiplerinin %78'inin borcunu tam ödemesi bunu göstermektedir.¹⁰ Geriye kalan %22'lik kesiminin borçları yaklaşık 15 milyar dolardır ve kredi kartı sağlayıcıları bu borç üzerinden yıllık %87 bileşik faizle gelir elde etmiştir.¹¹

ABD ile karşılaştırınca Türkiye'de borç çeviren (revolver) kredi kartı sahiplerinin oranı

⁸ Ocak 2005'ten beri aylık olarak, BDDK faiz oranlarını, Merkez Bankası (TCMB) borcunu geç ödeyen ve hiç ödeme yapmayan müşteri sayısını açıklamaktadır. Bu açıklamalar ulusal medyada yer aldığı için kredi kartı kullanıcıları, farklı sağlayıcıların faiz oranlarını kıyaslama imkanına kavuşmuş ve araştırma maliyetleri düşmüştür. Ayrıca, bu çalışma için BDDK kredi kartı faizlerine ilişkin ek veri sağlamıştır.

⁹ Örneğin, ikinci büyük kart sağlayıcısı olan Garanti Bankası, sadakat programı çerçevesinde 1 Temmuz 2005 tarihine kadar kullanıcılarına 222 milyon YTL'lik bonus sağlamış, bunun 172 milyon YTL'si ile kullanıcılar ücretsiz alışveriş yapmıştır. Bakınız; http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=2954

¹⁰ Bakınız; http://www.bkm.com.tr/images/basinodasi/06082005_dunya.jpg

¹¹ Bankalar faiz oranlarını aylık basit faiz olarak açıklarken, toplam borç stoğuna bileşik faiz uygulamaları tüketicilerin faiz oranlarına ilişkin algılamalarında yanılgıya yol açabilmektedir. Örneğin, 2001-2005 yılları arasında ortalama aylık gecikme faiz oranlar %8 civarındadır. Bu oranla, kart sağlayıcılar, çevrilen borca yıllık %151 faiz uygularken, kart kullanıcıları yıllık faizleri %96 olarak algılayabilmektedir.

oldukça düşüktür ve bu farkın en önemli sebeplerinden birisi olarak yüksek faiz oranları gösterilmektedir.

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.

Türkiye kredi kartı pazarının yukarıda anlatılan özellikleri, pazara tekeli bir yapının hakim olduğunu söylemek için yeterli olabilir mi? Bu makalede, Türkiye kredi kartı pazarının yapısı rekabet yönünden incelenmektedir. Türkiye’de kredi kartı pazarının 2001-2005 arasındaki durumu, 1980’lerin Amerikan pazarıyla büyük benzerlikler göstermektedir. Örneğin, Ausubel’in (1991) çalışması, 1983-1987 arasında ABD kredi kartı pazarındaki faiz rekabetinin özelliklerini ve rekabetçi bir denge 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 makalede, Ausubel’in çalışmasına benzer bir şekilde 2001’den 2005’e kadar olan dönemde Türkiye kredi kartı pazarı incelenmekte ve pazarın rekabetçi yapıdan uzak olduğu tespiti yapılmaktadır. Sabit etki panel veri regresyonu kullanılarak yapılan

analizler, fonlama maliyetinin bankaların kredi kartı faiz oranlarına çok az etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca bankalar fonlama maliyetlerindeki düşüşe, artışa göre daha az ve yavaş tepki vermektedirler. Araştırma periyodumuz yükselen fon maliyetlerini içermediğinden bu asimetriyi tam olarak gösterememekteyiz. Ancak, kriz döneminde %107'den %183'e çıkan ortalama kredi kartı faiz oranı bu asimetrik hareketin bir kanıtı olarak düşünülebilir.

Makalenin planı şu şekildedir: 2. bölümde kredi kartı sektörünün yapısı, 3. bölümde kredi kartı sektöründe faiz rekabetinin doğası incelenmekte, 4. bölümde Amerikan kredi kartı piyasası ve 5. bölümde de Türkiye piyasası irdelenmektedir. 6. bölümde regresyonda kullanılan verilerin özellikleri, 7. bölümde ise bütün bankalar için 3 aylık faiz oranları kullanılarak yapılan panel veri regresyonu sunulmaktadır.

2. Kredi Kartı Sektörünün Yapısı

Kredi kartları temelde bir teminatsız kredi verme aracıdır. 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, bu sektörün fonlamasında kısa süreli ve yüksek faiz oranlı kaynakların kullanılması gerekmektedir.¹² Bu sebeple kredi kartlarının faiz oranları, diğer kredi türlerinin faiz oranlarından yüksektir. Örneğin mortgage kredisinin fonlaması, daha az belirsizlik içeren vade yapısından ötürü kredi kartına göre daha düşük faize ihtiyaç duyar.

¹² Bazı araştırmacılar, fonlama maliyeti olarak 90 gün vadeli Hazine bonosunu almaktadır. (Ausubel, 1991; Ayadi, 1997).

Esnek kredi özelliğiyle birlikte kredi kartları, kullanıcılarına güvenli ve kullanışlı tüketim imkanları sağlamaktadır. Chakravorti (2003) tüketicileri kredi kartı kullanımlarına göre iki gruba ayırır: Ödemeyi zamanında yapan düzenli (convenience) müşteriler ve kredi özelliğini kullanan borç çevirenler (revolvers). 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 oluştuğundan¹³ her bir düzenli müşteri için iki borç çeviren müşteri bulunmaktadır.¹⁴ Türkiye'de ise kredi kartı kullanıcılarının %78'i ödemelerini zamanında yapmaktadır.¹⁵ Bu bakımdan bir borç çeviren müşteri üç düzenli müşteriyi finanse etmektedir. Türkiye'deki aşırı yüksek kredi kartı faizlerinin temelinde bu müşteri yapısının yatma olasılığı yüksektir. 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.

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

¹³ Tahminler 2003 yılı için yapılmıştır. Bakınız; Chakravorti (2003)

¹⁴ ABD'de kredi kartı sağlayıcıları toplam bakiyenin %90'ı üzerinden faiz geliri elde etmektedir. Ausubel (1991)

¹⁵ Bakınız; http://www.bkm.com.tr/images/basinodasi/06082005_dunya.jpg

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 marketin yapısı için büyük öneme sahiptir ve kart kullanımının artışı önemli rol oynamaktadır (Chandran, Matthews ve Tripe, 2003). Ancak, aynı zamanda bu sadakat programları, doğal olarak, sektöre ek maliyetler de getirmektedir.

3. Kredi Kartı Sektöründe Faiz Rekabetinin Doğası

Kredi kartı piyasasında 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 (Tablo 2). 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).

Tablo 2 : Ağ sağlayıcıların pazar payları .2004		
	Dünya pazar payı (%)	Türkiye Pazar Payı (%)
Visa	43	49,5
MasterCard	41	50,4
AMEX.Dinners. JCB	16	0,1

Kaynak: Visa Avrupa ve MasterCard İstatistikleri

Kredi kartı pazarındaki rekabet her seviye için farklılık göstermektedir. Ağ sağlayıcıları arasındaki rekabet anti-tröst kanunlarıyla düzenlenmiştir.¹⁶ POS sağlayıcıları ise müşterilere daha düşük komisyon oranı önererek ve daha fazla noktada POS makinesi bulundurarak rekabet ederler. Aksi takdirde POS sağlayıcıları her işlem için kredi kartı sağlayıcılarına değişim ücreti ödemek zorunda kalırlar. Öte yandan, sektörle ilgili tartışmalar ve araştırmalar, bu çalışmada da olduğu gibi, kredi kartı sağlayıcıları arasındaki rekabete odaklanmaktadır.

Ausubel (1991), 1980'lerin ABD kredi kartı pazarını incelemiş ve tam rekabetçi piyasanın göstergesi olan sıfır kâra ulaşılması için faiz oranlarının %13,2 olması gerektiğini hesaplamıştır. Fakat o dönemde kredi kartı faiz oranı %19, hazine bonusu faiz oranı ise %5 civarındadır. Kredi kartı endüstrisi masraflı bir sektördür. Bu yüzden, sıfır kâra ulaşmak için gereken faiz oranları hazine bonosunun faiz oranının 2 katından fazladır. 1980'lerde ABD'de 203 milyar dolarlık çevrilen borç için yaklaşık 4000 banka bulunmasına rağmen¹⁷ faiz oranları fonlama maliyetinin 4 katıdır. Ausubel, o dönemdeki rekabet eksikliğiyle ilgili açıklamaları 3 gruba ayırmıştır: Tüketicilerin irrasyonelliği, alternatif arama maliyetleri (search costs) ve kart değiştirme maliyetleri (switch costs).

Yukarıdaki açıklamalara ek olarak Ausubel kendi açıklamasını da yapmıştır. Ausubel'e göre, (başlangıçta) kredi kartlarının kredi özelliğini kullanmayı düşünmeyen tüketiciler, faiz değişikliklerine duyarlı davranmazlar. Buna karşın kredi özelliğini kullanacak müşteriler faizlerdeki küçük değişikliklere bile duyarlıdırlar. Faiz oranlarını düşüren bankalar bu sebeple sadece riskli tüketicileri çekebilecektir. Bununla birlikte, daha düşük faiz için araştırma yapan müşteriler de yüksek faiz ödeyenlerdir. Risksiz tüketiciler zaten

¹⁶ Bakınız Visa ABD karşısında ABD Yüksek Mahkemesi Kararı (2001).

¹⁷ 203 milyar dolar, 1982 yılı sonuna ait veridir. Kaynak: FED Bülteni, Nisan 1990, (Ausubel, 1991).

ödemelerini vadesinde yaparlar. Onlar için araştırma yapmanın maliyeti, düşük faizin kazancından daha fazladır. Dolayısıyla, daha düşük bir faiz oranı için yapılacak araştırmanın getirisi riskli tüketiciler için daha yüksektir ve faizleri düşüren bankalar sadece bu tüketicileri çekebilecektir (Ausubel, 1991). Ausubel kredi kartı endüstrisinde tek taraflı olarak faiz rekabetine giren bankalar için ödenmeme riskinin yükseleceğini savunmaktadır. Anti-tröst kanunları da ortak hareketi engellediğinden, bankalar bir araya gelerek faiz indirimi kararı alamazlar.

Mevcut ampirik çalışmalar alternatif arama maliyetleri, kart değiştirme maliyetleri ve ters seçim (adverse selection) etkisi ile asimetrik fiyatlandırma davranışı hakkında yeterli açıklama sunmaktadır. Calem ve Mester (1995) 1989 Tüketici Finansı Anketi'nden hareketle yaptıkları çalışmada, kredi kartı başvurularının reddedilme olasılığının, yüksek borca sahip tüketiciler için daha büyük olduğunu ileri sürmektedirler. Reddedilme olasılıkları yüksek olduğundan yüksek borçlu müşteriler daha az araştırma yaparlar. Bu nedenle, faizlerde yapılacak bir indirim, Ausubel'in iddiasının aksine, düşük borçlu ve az kârlı müşterileri çekecektir. Dolayısıyla bu çalışma, araştırma ve değiştirme maliyetlerinin 1980'lerde ABD kredi kartı piyasasında fiyat rekabetini etkilediğini ampirik olarak göstermektedir. 1998 Tüketici Finansı Anketi'ne göre yapılan daha sonraki çalışmalar ise ABD pazarında bir değişim yaşandığına işaret etmektedir. Bu çalışmalara göre, reddedilme olasılığının yüksek olması araştırma olasılığını olumsuz etkilememektedir. Yüksek reddedilme olasılığına rağmen borcu yüksek olan müşteriler düşük faiz oranları için daha fazla araştırma yapmaktadır (Kerr ve Dunn, 2002). Amerikan kredi kartı pazarının 1990'larda daha rekabetçi olmaya başladığı görülmektedir. İletişim imkanlarındaki gelişmeler, özellikle de internete kolay ve yaygın

erişim tüketiciler için araştırma maliyetlerini önemli ölçüde düşürmüştür (Calem, Gordy ve Mester, 2005).

4. ABD’de Kredi Kartı Pazarının Gelişimi

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 kullanıldı 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.¹⁸ 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 ve kredi kartı faizlerinin beklenildiği gibi düşmediğini, aksine fonlama maliyetinden bağımsız bir şekilde yüksek oranlarda seyrettiğini kaydetmektedir. Rekabetçi ortamda kredi kartı faiz oranlarını belirleyen ana unsur fonlama maliyetidir.

¹⁸ Marquette National Bank - First of Omaha Service Corporation davası (1978)

Ausubel ise yaptığı çalışmada 1980'lerde ABD'de kredi kartı faiz oranlarının, fonlama maliyetindeki değişimlere duyarlı olmadığını göstermektedir.

Bankalar yüksek kredi kartı faiz oranlarını, geri ödememe oranlarının yüksek olmasına bağlamaktadır. Ancak Ausubel, ödenmeme riskinin kredi limiti tespiti ve müşteri kabulünde gözetilecek kriterler sayesinde bankalar tarafından belirlenebilecek bir kontrol değişkeni olduğunu vurgulamaktadır. Park (2004) kredi kartı limitinin yüksek faiz oranları üzerindeki etkisini araştırmış ve fonlama maliyetleri düştüğünde, bankaların kredi kartı faizlerini indirmektense, müşteri sayısını, daha az güvenilir müşterileri de kapsayacak şekilde, arttırmaya gittiğini göstermiştir. Faiz oranlarında rakabet olmayınca da bankalar ürün farklılaştırmasına yönelmiştir (Park, 2004; Chakravorti ve To, 1999).

Ödenmeme riski, kredi kartlarındaki yüksek faizleri açıklamakta yeterli değildir. Bu nedenle ters seçim ve ahlaki risk (moral hazard) teorilerine referansla, yüksek faizler için alternatif açıklamalar geliştirilmiştir (Stiglitz ve Weiss, 1981; Ausubel, 1991, 1995). Ausubel kredi kartı piyasasındaki asimetrik fiyatlandırma davranışını izah etmek için yeni bir ters seçim teorisi önermektedir. Ausubel, yüksek riskli müşterilerin bankaların izleyecekleri faiz politikalarına göre kredi kartı değiştirmeye daha yatkın olduklarını belirtmektedir. Kredi kartı faizlerinde indirim yapıldığında, düşük riskli tüketiciler, zamanında ödeme yapmayı düşündüklerinden, bu indirim tepkisiz kalırken, yüksek riskli tüketiciler faiz düşüren bankaya geçerler. Böylece faiz düşüren bankanın riski artar, kâr beklentisi azalır. Stiglitz'in çok bilinen ters seçim teorisi ise tam aksi bir sonuca işaret etmektedir. Faiz oranlarını artıran bankaya, düşük riskli likit müşteriler tepkisiz kalırken, ödememe riski yüksek, likit olmayan müşteriler yanıt verirler. Yani, faiz oranlarını artıran bankanın riski artar, kâr beklentisi azalır. Ausubel, Stiglitz'in teorisinin

teminatlı (securitized) krediler¹⁹, kendisinininkinin ise teminatsız krediler için daha geçerli olduğunu savunmaktadır.

Tüketicilerin alternatif banka/kart arama ve banka/kart değiştirme maliyetleri de piyasadaki rekabeti engelleyici nedenler arasında yer almaktadır (Calem and Mester, 1995; Ausubel, 1991). Bankalar mevcut müşterilerinin mali durumları ve geçmiş ödemeleri hakkında daha fazla bilgiye sahip olduklarından, cazip teklifler sunarak müşterilerinin banka/kart değiştirme maliyetlerini artırırlar. Kredi kartı geçmişleri parlak olmayan, riskli ve likit olmayan müşteriler de aynı maliyetlerle karşılaşmalarına rağmen, değiştirme getirileri daha yüksek olduğundan faizlerdeki düşümlere duyarlıdırlar. Ancak, faiz düşüren bankaların hedef kitleleri bu müşteriler değildir.

Ausubel (1991), 1983-87 döneminde kredi kartı piyasasında anormal kârlar elde edildiğini kaydetmekte, bankaların bu dönemde diğer bankacılık hizmetleri için yaklaşık %20 yıllık özsermaye getirisi elde ederken, kredi kartı işlemleri için bu getirinin %60-%100 dolayında olduğunu tespit etmektedir. Söz konusu dönemde FED'in peş peşe faiz indirimine gitmesiyle kredi kartı faiz oranları hazine bonolarının 4 katı düzeyine gelmiştir. 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 hacme sahip bankalar, Bush'un konuşmasından hemen sonra harekete geçerken, daha büyük ölçekli bankaların faiz oranlarını düşürmesi zaman almıştır. Tehdit, Citibank'ın konuşmadan 6

¹⁹ Teminatlı krediler, borcun ödenmemesi durumunda bankaya borçlunun önceden belirlenmiş varlıklarına el koyma hakkı vermektedir.

ay sonra faiz oranlarını düşürmesiyle²⁰ sona ermiştir (Stango, 2003). Şu anda ABD kredi kartı pazarı daha rekabetçi bir yapıya sahiptir (Calem, Gordy ve Mester, 2005).

5. Türkiye’de Kredi Kartı Pazarı ve Rekabet

Kredi kartı pazarındaki rekabet eksiliğini gösteren ve asimetrik davranışları²¹ inceleyen çalışmalar daha çok ABD pazarı ve verileri göz önünde tutularak yapılmıştır (Ausubel, 1991; Calem ve Mester, 1995). Bu bölümde, 2001-2005 döneminde Türkiye’deki kredi kartı pazarı yukarıda incelenen çalışmalar ışığında ele alınacaktır.

Sık yaşanan krizler, yüksek enflasyonlu yıllar ve güvenilir veri eksikliğinden dolayı Türkiye ile ilgili fazla araştırma yapılamamıştır. Bundan önceki araştırmalar 1995 ve 2001 yıllarında (sırasıyla, 263 ve 673 denekle) yapılmış olan anket çalışmalarına dayanmaktadır. Türkiye’deki ilk kredi kartı (Diners Club) Amerika’dan yaklaşık 50 yıl sonra 1968’de piyasaya sürülmüş²², fakat kullanımı uzun süre sınırlı kalmış, yaygın kullanıma ancak 1990’lı yılların sonlarında erişilmiştir. 1990’larda kredi kartı piyasasındaki faiz oranları çok fazla değişkenlik göstermekte, kredi kartı sadece yüksek gelirli ve eğitimli insanlar tarafından kullanılmaktaydı (Kaynak, Küçükemiroğlu ve Özmen, 1995; Kaynak ve Harcar, 2001). Ayrıca, bu dönemlerde düşük riskli, yüksek getirili iç borçlanma senetlerine yatırım yapmayı tercih eden bankalar, ancak 1990’ların sonlarında, faiz oranların hızla düşmesiyle kârlılığını yitiren bono-tahvil piyasasından, müşteri odaklı tüketici kredisi piyasalarına yönelmiştir.

²⁰ Threat of Credit Card Cap Legislation Easing, American Banker, April 27, 1992.

²¹ Asimetrik davranış, kredi kartı faizlerinin fonlama maliyetleri arttığı zaman yükselmesini, maliyetler azaldığı zaman ise aynı hızda düşmemesini ifade etmektedir.

²² ABD’de kredi kartı tarihi 1914’te Western Union ile başlamıştır. Kaynak ve Harcar (2001)

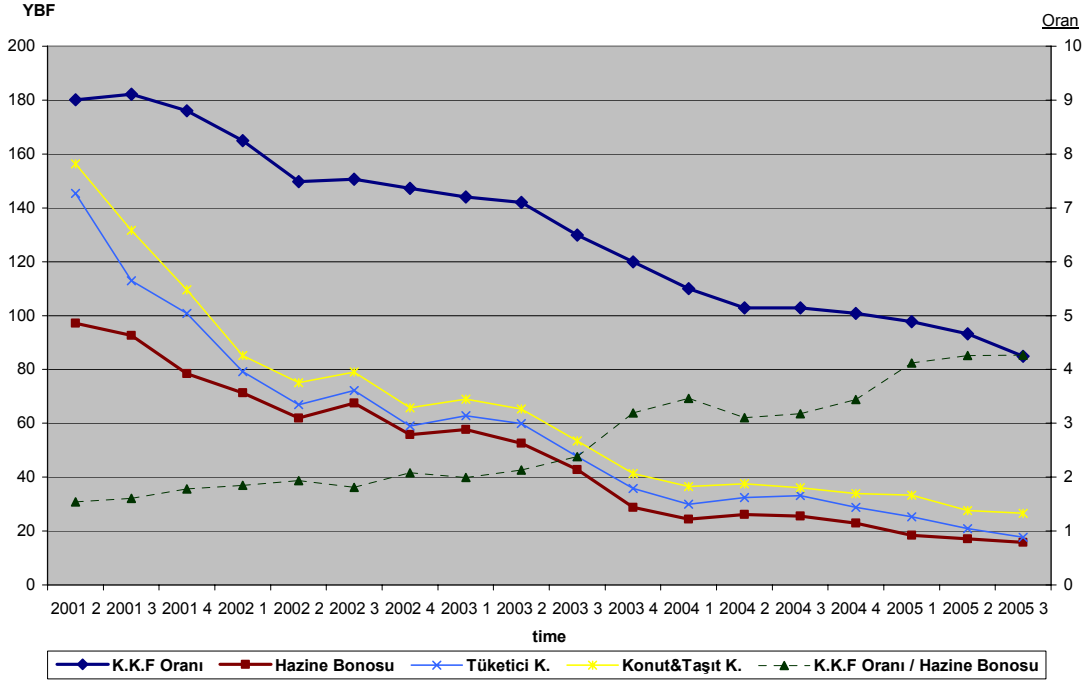
2001 öncesinde bankaların kredi kartı faizlerini hangi ölçütlere göre belirledikleri çok açık değildir. Bu dönemde enflasyon oranı sürekli yüksek seviyededir. Birbirine yakın aralıklarla 1994, 1999 ve 2001 krizleri yaşanmış ve bu krizlerin etkileri oldukça ağır olmuştur. 2001 krizi sonrasında ise enflasyon 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. Bu dönemlerdeki Türkiye kredi kartı pazarı 1980'lerdeki ABD pazarıyla önemli benzerlikler göstermektedir.

Türk kredi kartı pazarında 22 banka, 32 milyon kart ve yaklaşık 16 milyon tüketici vardır.²³ 2005'te kredi kartı işlem hacmi 63 milyar dolarla bütün alışveriş hacminin %20'sine ulaşmıştır. Bankacılık sektörünün yüksek operasyonel ve fonlama maliyetleri, yüksek kredi kartı faiz oranlarının olası sebepleri arasındadır. Tüketici, konut ve otomobil kredilerinin faiz oranları gecelik faiz oranlarıyla daha fazla paralellik göstermektedir. Tüketici kredisi faiz oranı otomobil ve konut kredilerinin faiz oranlarından bir miktar daha yüksektir. Yine de bu pazarlardaki faiz oranları ile gecelik faiz oranı arasındaki fark oldukça düşüktür (Grafik 1). Teminatlı krediler ve bunların vade yapıları bankaların beklentileri konusunda ipucu vermektedir. Konut kredileri 25 yıl vadeye ulaşmıştır. Bu durum, Türkiye'nin uluslararası piyasalardaki temerrüt riskinin düşmesine paralel bir gelişmedir.²⁴ Grafik 1'de görüldüğü üzere kredi kartı faiz oranı hazine bonusu faiz oranı ve gecelik faiz oranıyla birlikte düşmektedir. Fakat kredi kartı faizleriyle gecelik faizler arasındaki farkta bir değişme olmamaktadır. Hatta 2001'de 1,5 olan kredi kartı faizlerinin gecelik faizlere oranı 2005'te 4 civarındadır.

²³ Bankalararası Kart Merkezi 2005 yılında müşteri başına yaklaşık 1,8 kart düşüğünü hesaplamaktadır.

²⁴ 2003'ten önce vadeler en çok 3 yıldır ve faiz oranları vadeyle birlikte hızla artıyordu.

Grafik 1: Ortalama Kredi Kartı Faiz Oranı vs. Fonlama Maliyeti



Dünya genelinde de, Türkiye’de olduğu gibi, kredi kartına uygulanan faiz oranı diğer bireysel kredilerin faiz oranlarına göre daha yüksektir. Fakat bu iki faiz oranı arasındaki farkın, diğer ülkelerle karşılaştırınca, Türkiye’de çok daha fazla olduğu görülür. Şubat 2006 itibariyle 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'dir²⁵.

Veri setimiz fonlama maliyetlerinde artış yaşanan herhangi bir dönemi içermemektedir. Buna rağmen 2001 krizinde yaşanan gelişmelere bakarak kredi kartı faiz oranlarının fonlama maliyetlerindeki artışa tepkisini görebiliriz. Krizin yaşandığı 2001'in ilk çeyreğinde %108 olan ortalama kredi kartı faiz oranı, yılın ikinci çeyreğinde %181'e yükselmiştir. (Tablo 3). Bunun nedeni, kriz döneminde fonlama maliyetlerindeki sert artıştır. 2001'in ilk çeyreğinde hazine bonusu faizleri %37'den %137'e yükselmiştir. Hazine bonusu faizlerinde Mayıs 2006'ya kadar devam eden kesintisiz düşüş süreci 2001'in ikinci çeyreğinde, faizler %97 seviyesindeyken başlamıştır. Kredi kartı faizlerinin %100 seviyelerine geri dönmesi ise 4 yıl sürmüştür. Özetle, kredi kartı faizinde artış çok kolay olurken düşüş çok zor gerçekleşmektedir.

Tablo 3 : Aylık Kredi Kartı Faiz Oranları		
Sağlayıcılar	2000-4. Çeyrek	2001-2. Çeyrek
Akbank	5,95	9,95
Alternatifbank	5,5	9,95
Demirbank	5,5	7,95
Finansbank	5,5	8,45
Garanti	6,95	9,95
İşbank	6,95	8,5
Kocbank	6,25	6,95
Pamukbank	5,9	9,5
Şekerbank	5,5	8,5
TEB	5,4	8,5
Tekstilbank	6,75	9,95
Toprakbank	7,84	9,9
Türkbank	6,5	9,5
Vakıfbank	6,5	8,5
Yapı kredi	6,95	8,95
Ziraat	6,45	9

²⁵ TCMB, Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Basın Duyurusu, 2 Nisan 2006, www.tcmb.gov.tr

Ortalama	6,27	9
Ortalama Yıllık Bileşik Faiz	107,56	181,27

Kaynak: BDDK

İşletmeler, enflasyonun düştüğü, talep ve rekabetin arttığı ortamda kredi kartı kullanıcılarına çok sayıda taksit imkanı sunmaktadır. İşletmelerin sunduğu bu uzun vadeli alışveriş seçenekleri, insanların ödeme güçlerinden daha fazla harcama yapmasına yol açmakta, bu durum bankaların ödenmeme risklerini de artırmaktadır. Bankaların kullanıcı sayısı ve kullanım oranını arttırmak için uyguladığı sadakat programları da kredi kartı kullanımında patlamaya yol açmaktadır. Bu patlamanın bir benzeri de 2000 yılı başlarında Güney Kore’de yaşanmıştır.

Ülke ekonomisini sarsan Asya Krizi’nden sonra Güney Kore iç tüketimi arttırabilmek için, kredi kartı kullanımlarında vergi indirimi ve çeşitli promosyon kampanyalarına gitmiştir. Ne yazık ki bu durum, ödenmeyen kredilerden dolayı, ülkenin en büyük kredi kartı sağlayıcısının iflasına sebep olmuştur.²⁶ Alt yapısı ve kanunları tam anlamıyla hazırlanmamış Türk kredi pazarında da 4 yıl gibi kısa bir süre içerisinde kart sayısının 13 milyondan 32 milyona yükselmesi endişe vericidir.

Türkiye’deki kredi kartı pazarı ile ilgili ilk düzenlemeler 2003 yılındaki Tüketiciyi Koruma Kanunu’yla yapılmıştır. Bu Kanun, gecikme faizinin, akdi faiz oranından en fazla %30 daha yüksek olmasına izin vermektedir. 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.

²⁶ Gazi Erçil, Sabah Gazatesi, 17.01.2005, <http://arsiv.sabah.com.tr/2005/01/17/yaz1350-30-124.html>

2003 yılında yapılan düzenlemenin ortaya çıkardığı sakıncayı 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 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'ye bu yetkinin verilme sebebi, ortalamadan çok yüksek faiz oranı uygulayan bankalarının faizlerinin makul seviyeye getirilmesi ve kredi kartı faizlerinin sektörün kendi iç dinamikleriyle dengeye gelmesini sağlamaktır. TCMB azami faiz sınırını sektörün ağırlıklı ortalama faiz oranına 0,5 puanlık piyasa marjı ekleyerek belirlemektedir (Tablo 4). Aylık azami gecikme faiz oranının belirlenmesinde de aynı yöntem izlenmektedir.

Tablo 4: Merkez Bankası Kredi Kartı Azami Faiz Limitleri

Açıklama Tarihi	Akdi Faiz Limiti	Gecikme Faizi Limit
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 geçmemektedir.²⁷

²⁷ TCMB, Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Basın Duyurusu, 2 Nisan 2006, www.tcmb.gov.tr

Faiz oranlarının TCMB'nin sitesinde yayımlanması ile tüketiciler faiz oranlarını karşılaştırabilecekler ve bu sayede düşük faiz öneren bankaların kredi kartlarına yönelebileceklerdir. Bu sayede kredi kartı piyasasında rekabetin artması ve kredi kartı faizlerinin düşmesi amaçlanmaktadır. Ancak, Kanun'un yürürlüğe girdiği 1 Mart 2006'dan günümüze kadar geçen dönemde beklenen sonucun ortaya çıkmadığı gözlemlenmektedir. Akdi ve gecikme faiz oranlarındaki bağlantının koparılmasına rağmen bankalar akdi faiz oranlarında fiyat rekabetine yönelmemiştir.

2003 Tüketiciyi Koruma Kanunu'yla kredi kartı kullanımı nedeniyle sağlayıcıların talep ettiği ekstra ödemeleri kaldırılmıştır. Ayrıca Kanun nakit ödemelerde fiyat indirimine izin vermemektedir. Öte yandan, Tüketiciyi Koruma Kanunu'yla, kredi kartı borcunda temerrüde düşmüş olanlar için borçlarını 12 eşit taksitte maksimum %50 yıllık faizle ödemelerini öngören bir af çıkarılmıştır. Ancak, bu aftan kimlerin yararlanabileceği konusu tartışmalara yol açmıştır. Kredi kartı borcu nedeniyle mahkemelik olanların da, borcunu üst üste iki ay ödeyemeyenlerin de aftan yararlanmaları öngörülmüştür. Yine de aftan yararlanmak için sadece 150.000 kişi başvurmuştur. Başvuruların düşük olmasının nedenleri arasında, insanların borçlarını ödeyecek paraya sahip olmamaları ve/veya gelecekte yeni bir af çıkarılacağı beklentisi etkili olmuştur.²⁸ Dolayısıyla 2003 yılında çıkarılan af geçici ve kısmi bir çözüm olmanın ötesine geçememiştir. 1 Mart 2006'da yürürlüğe giren Banka ve Kredi Kartları Kanunu'na yeni bir af eşlik etmiştir. Fakat yeni af sadece geçici çözüm getirme eleştirisiyle karşılaşmamış, 2003 affının gerisine düşmekle de eleştirilmiştir. Eleştirilerin başlıca noktasını, aftan sadece yüksek faiz oranları altında kredi kartı borcu katlananlar ve mahkemelik olanların yararlanacak

²⁸ Abdurrahman Yıldırım, Sabah Gazetesi, 28 Aralık 2005; <http://www.sabah.com.tr/2005/12/28/yildirim.html>

olması oluşturmaktadır (Aysan ve Yıldız, 2006). Af, borçların 18 eşit taksitte ve yıllık %18 faizle ödenmesini öngörmektedir. Kredi kartı borçlusu 958.948 kişiden sadece 266.840 kişi bu aftan yararlanmak için başvurmuştur. Sonuçta 1,5 milyar YTL'lik kredi kartı borçlarının ancak %35'lik kısmı bu yasayla yeniden yapılandırılmıştır.

Yeni Kanun kredi kartı sektörüne bazı katı kısıtlamalar ve düzenlemeler getirmiştir. Kanun, kredi 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. 5464 sayılı Kanun'la bir kişinin bütün kredi kartlarının limiti ilk yıl için kart sahibinin gelirinin iki katı, ikinci yıl için dört katı olarak belirlenmiştir. 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.

	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

2003 yılında kredi kartıyla tüketim hacmi ve kart sayısına göre yapılan sıralamada pazar lideri olan Yapı ve Kredi Bankası (YKB)'nin piyasaya ilk giren oyuncu olma avantajını koruduğu gözlenmektedir. YKB 1988 yılında kredi kartlarını yeniden piyasaya sürmüş ve o günden beri lider konumunu korumuştur. Yüksek kart değiştirme maliyetleri, Türkiye pazarındaki yüksek kredi kartı faizlerinin nedenlerinden birisini oluşturmaktadır. Kart değiştirme maliyetlerinin derecesi faiz oranları ve pazar payları karşılaştırılarak görülebilir. 3 yılın ortalamalarına göre, pazar lideri en yüksek faizi uygulamaktadır (Tablo 5). Bu durum kart değiştirme maliyeti açıklamasını kuvvetlendirmektedir.

Türkiye kredi kartı sektöründeki rekabet daha çok ürün/hizmet farklılaştırma ve müşteri sadakati geliştirme programlarına yoğunlaşmıştır. 2005'te müşterilere verilen ücretsiz harcama (bonus) miktarı 160 milyon dolara ulaşmıştır.²⁹ Lider 4 banka haricindeki 18 banka, pazarın %50'sinden daha küçük bir kısma hakimdir (Tablo 5). 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).

Sadece kredi kartı faiz oranlarına bakmak Türkiye pazarındaki rekabet seviyesini anlamak için yeterli değildir. Örneğin, Millenium Bank en düşük faizlerden birini uygulamaktadır. Ancak bu banka sadece yıllık sabit ücreti yüksek ve temerrüt riski düşük tüketicilere yönelik olan *gold* ve *platinum* kredi kartlarını sunmaktadır.

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

²⁹ ABD'deki durum için, bakınız; Weiner ve Julien (2005)

oran %4,5 seviyesindedir.³⁰ Türkiye’de ödeme güçlüğü 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.³¹ Böylece bankalar müşterilerine ulaşmakta daha iyi bir araca sahip olmuşlar ve 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 yararlanabilmek için birçok bankanın POS makinelerini bulundurmaktadır. Fazla POS makinesi kullanımı kredi kartı işlemlerinde ekstra maliyetlere sebep olmaktadır (Tablo 6). 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.

Tablo 6 : 4 Büyük POS Sağlayıcısı (POS Makinesi Sayıları)		
	2001	2006
Akbank	75.809	233.520
İşbank	63.000	227.463
Yapı Kredi Bankası	67.400	194.362
Garanti	39.719	199.495

Kaynak: http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=2954

6. Veri ve Yöntem

³⁰ Steve Perry, Visa Avrupa Eşbaşkanı, Aralık, 2005 Bakınız;
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=3681216&tarikh=2005-12-21>

³¹ Kart sağlayıcıları müşterilerin kredi geçmişlerine Türkiye Kredi Bürosu’ndan ulaşabilmektedir. (www.kkb.com.tr)

Rekabetçi ortamlarda fonlama maliyetleri kredi kartı faiz oranının ana belirleyicisi olmalıdır (Ausubel, 1991). 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 finansal 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 probleminin kurtulmak için,

fonlama maliyetinin gecikmeli değeri, araç değişken (instrumental variable) olarak kullanılmıştır. Sonuçta aşağıdaki ampirik model tahmin edilmiştir:

$$Oran_{i,j} = Sabit + \alpha (Fonlama\ Maliyeti_{i,j-1}) + \beta (Oran_{i,j-1}) + \varepsilon_{i,j}$$

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. Modelimizin gücünü teyit etmek için Citibank'ın gölge değişkeninin değerinin pozitif olmasını beklemekteyiz.

7. Ampirik Sonuçlar

Tablo 7'da 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. 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.

Tablo 7 : 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)

		,2215 (1,32)	,2315 (1,38)
Banka 21			
Gözlem Sayısı	365	365	365
R kare	,8743	,8890	,8887

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 7’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, rakamsal 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. Farklı bankaların kredi kartı faizleri arasındaki yakınsama katsayısı 1980’lerdeki Amerikan piyasasından daha yüksektir. Buna rağmen rekabetçi bir sonuca ulaşmak yıllar almaktadır. Çalışmamızın ilk sonuçları zaten Türkiye’de kredi kartı piyasasının rekabetten uzak olduğunu göstermektedir.

8. Sonuç

Bu makale Türk finans piyasası literatüründeki önemli bir açığı kapatmayı hedeflemektedir. Türkiye kredi kartı pazarında yüksek faizler yıllarca devam etmiştir. Bu yüksek faizler yakın zamanda kredi kartı sektörünün düzenlenmesi için dikkat çekici olmuştur. Herhangi bir düzenleme kararı alınmadan önce Türk kredi kartı pazarının yapısının daha açık bir şekilde anlaşılması gerekmektedir. Bu makale, bu konunun aydınlatılmasına katkıda bulunmaktadır. Makalede ilk önce Türk kredi kartı piyasasının en çarpıcı özelliklerini ele alınmıştır. Sorunlar ortaya koyulduktan sonra, kredi kartı endüstrisindeki rekabet üzerine yapılan mevcut teorik ve ampirik çalışmalar sunulmuş ve bu sektörde rekabetin önündeki potansiyel engeller ortaya konulmuştur. Aynı zamanda Amerikan kredi kartı pazarıyla Türk kredi kartı pazarlarının benzerlikleri üzerine durulmuştur.

Yapılan çalışmalar ışığında ampirik bir model kurularak Türk kredi kartı pazarının yapısı tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu makalede, Türkiye pazarına ilişkin yeni açıklanmaya başlanan verilerin kullanıldığı bir model tahmin edilmiştir. Ampirik sonuçlarımız 22 bankadan toplanan ve 2001'in ikinci çeyreği ile 2005'in üçüncü çeyreği arasındaki dönemi kapsayan panel veri setine dayanmaktadır. Bu örnek küme üzerinde rassal ve sabit etkili regresyonların yanı sıra araç değişkenli sabit etki regresyonu da kullanılmıştır. Sonuçlar, kredi kartı faiz oranlarının fonlama maliyetindeki değişimlere duyarlı olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışma, Türk kredi kartı pazarının rekabetten uzak olduğuna ve düzenleyici önlemlerin faydalı olabileceğine işaret etmektedir.

9. KAYNAKÇA

Ausubel, L. M. (1991) The Failure of Competition in the Credit Card Market, *American Economic Review*, March, 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., 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
- Aysan, A. F., ve L. Yıldız (2006), The Regulation of the Credit Card Market in Turkey, Boğaziçi Üniversitesi, Araştırma Raporu
- Calem, P. ve L. Mester. (1995) Consumer Behavior and the Stickiness of Credit-Card Interest Rates, *American Economic Review*, **85**, 1327-1336.
- Chakravorti, S. ve T. To (1997) Why Do Merchants Accept Credit Card?, Federal Reserve Bank of Chicago Research Paper, September.
- Park, S. (1997) Option Value of Credit Lines as an Explanation of High Credit Card Rates, Federal Reserve Bank of New York Research Paper, 9702, February.
- 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.
- Alper, E. C. (2001) The Turkish Liquidity Crisis of 2000: What went wrong..., *Russian and East European Finance and Trade*, **37/6**, 51 -71.
- Alper, E. C. ve M. Üçer (1998) Some Observations on Turkish Inflation: A Random Walk Down the Past Decade, *Bogazici Journal*, **12/1**, 7-38.

- Kaynak, E. ve O. Kucukemiroglu and A. Ozmen (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. (2001) Consumers attitudes and intentions Towards Credit Card Usage in an Advanced Developing Country, *Journal of Financial Services Marketing*, **6/1**, 24-39.
- Weiner, S. ve J. Wright (2005) Interchange Fees in Various Countries: Developments and Determinants, *Review of Network Economics*, **4/4**, 290-323.