



BİLECİK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

**TÜKETİCİ FİNANSMANINDA KREDİ KARTLARININ RASYONEL
KULLANIMI: BİLECİK İLİ ÖRNEĞİ**

Gamze SANCAR BUDAK
Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ

Ortak Danışman
Yrd. Doç. Dr. Bülent BAŞARAN

BİLECİK, 2011

BİLECİK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

**TÜKETİCİ FİNANSMANINDA KREDİ KARTLARININ RASYONEL
KULLANIMI: BİLECİK İLİ ÖRNEĞİ**

Gamze SANCAR BUDAK
Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ

Ortak Danışman
Yrd. Doç. Dr. Bülent BAŞARAN

BİLECİK-2011



**BİLECİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS/DOKTORA

JÜRİ ONAY FORMU

Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 11.05.2011 tarih ve 51/2(f) sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 25.05.2011 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Gamze SANCAR BUDAK'ın "Tüketici Finansmanında Kredi Kartlarının Rasyonel Kullanımı: Bilecik İli Örneği" konulu tez çalışması İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE (TEZ DANIŞMANI) : Yrd. Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ

İMZA:

ÜYE : Yrd. Doç. Dr. Hakan ÇELİK

İMZA:

ÜYE: Yrd. Doç. Dr. İdiris DEMİREL

İMZA:

ONAY

Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
...../...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

TEŞEKKÜR

Tez çalıőmamın her aőamasında fikirlerini ve yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen, her zaman yol gosterici olan başta değerli hocam ve danıőmanlarım Yrd. Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ ve Yrd. Doç. Dr. Bülent BAŞARAN'a, yüksek lisans eğitimimiz süresince ve tez aőamasında tüm ihtiyaçlarımıza en iyi şekilde karşılık veren tüm hocalarımıza ve Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü personeline, hayatımın her anında olduğu gibi yüksek lisans sürecinde de desteğini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili eőime ve aileme sonsuz teőekkürü bir borç bilirim.

Bilecik, 2011

Gamze SANCAR BUDAK

ÖZET

TÜKETİCİ FİNANSMANINDA KREDİ KARTLARININ RASYONEL KULLANIMI: BİLECİK İLİ ÖRNEĞİ

Gamze SANCAR BUDAK

Bu çalışmanın temel konusu, günümüzde yaygın kullanım alanı bulan bir tüketici finansman aracı olan kredi kartlarıdır. Çalışmada kredi kartları, çeşitli yönleriyle detaylı bir şekilde ele alınıp, kredi kartının Dünya'daki ve Türkiye'deki kullanım durumu kronolojik olarak incelenerek; kredi kartı sistemi, sisteme katılan taraflar, sistemin işleyişi, taraflar açısından olumlu olumsuz etkileri ve kredi kartı benzeri bazı tüketici finansman araçlarına değinilmiştir. Kredi kartları bilinçsizce kullanıldığında, tüketicileri gelirinin üzerinde borçlandırarak yaşam standardını olumsuz yönde etkileyecek problemlere yol açabilmektedir. Bu nedenle tüketicileri kredi kartı kullanımının maliyetleri hakkında bilgilendirmeye yönelik çalışmaların önemi artmıştır. Bu bağlamda bu çalışmada öncelikle Türkiye'de kartlı ödeme sisteminin durumu ve konunun önemine dikkat çekebilecek sorunlara kısaca yer verilmiştir. Daha sonra kredi kartının rasyonel kullanımı konusu, kişilerin kredi kartı kullanımında aşırı borca girilmemesi için dikkat edilmesi gereken sorumlulukları yerine getirme sıklığı bakımından ele alınmış ve bu davranışa etki edebilecek faktörler araştırılmıştır. Bu faktörler, kredi kartına duyulan güven, harcama alışkanlıkları, bilgilendirici bankacılık hizmeti algısı, para ile ilgili tutum ve demografik özelliklerden oluşmaktadır. Bu amaçla Bilecik ili merkez ilçesinde yapılan anket uygulaması sonrasında elde edilen analiz sonuçları, ortaya konulan hipotezleri destekler niteliktedir.

Anahtar Sözcükler: Kredi Kartları, Rasyonel Kullanım, Tüketici Bilinci

ABSTRACT

THE RATIONAL USAGE OF CREDIT CARDS IN CONSUMER FINANCE: A SAMPLE OF BİLECİK CITY

Gamze SANCAR BUDAK

The main subject of this study, a consumer finance instrument that finds commonly usage area today, is credit cards. In this study, credit cards are investigated in detail by examining various aspects of the credit card in the world and Turkey's status over the years. Then, credit card system, the concerned parties in the system, operation of the system, positive and negative effects of credit card system to related parties and some consumer finance applications related to credit cards were examined. Credit cards are important tools to simplify shopping without cash but when used unconsciously, they may burden with debt consumers and could adversely affect the standard of living. Therefore, the studies which aimed to raise the consumer awareness about the cost of credit cards usage has been rising in importance. In this context, for draw attention to importance of the issue, in this study at first status and problems of the card payment system in Turkey are examined briefly. Then rational use of credit card is examined from the point of the view that the fulfillment frequency of card holder's responsibilities for not get in to excessive debt and to take into consideration the rational usage of credit cards different factors that may affect the rationality are studied. These factors consist of confidence to the credit cards, spending habits, perception about the informative banking services for credit cards, money attitude and demographic characteristics. For this purpose, the data obtained with credit card usage survey conducted in Bilecik were analyzed and the analyze results show that rational usage is substantially influenced from these factors and the assumptions of the study are reasonable.

Key Words: Credit Cards, Rational Usage, Consumer Awareness

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KREDİ KARTI TANIMI, TARİHSEL GELİŞİMİ ve KREDİ KARTI SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ

1.1. Kredi Kartı Kavramı	3
1.2. Tüketici Finansmanında Kredi Kartının Tarihi Gelişimi	5
1.2.1. Dünya’da Kredi Kartlarının Tarihi Gelişimi.....	5
1.2.2. Türkiye’de Kredi Kartlarının Tarihi Gelişim Süreci.....	14
1.3. Kredi Kartı Sistemi	21
1.3.1. İki Taraflı Sistem.....	22
1.3.2. Üç Taraflı Sistem	23
1.3.3. Karma Sistem	24
1.3.4. Genişletilmiş Üç Taraflı Sistem	25
1.4. Kredi Kartı Sisteminin İşleyişi.....	26

İKİNCİ BÖLÜM

KREDİ KARTI ÖDEME AĞLARI, KREDİ KARTI TÜRLERİ, TÜRKİYE’DE SİSTEMİN DURUMU ve SORUNLAR

2.1. Kredi Kartı Ödeme Ağları.....	37
2.1.1. Visa International ve Visa Europe	39
2.1.2. MasterCard International	40
2.1.3. JCB (Japan Credit Bureau) International	41
2.1.4. American Express International.....	41
2.1.5. Diners Club International.....	42
2.2. Kredi Kartlarının Sınıflandırılması	42
2.2.1. Kullanım Yetkisi Açısından.....	43
2.2.1.1. Bireysel Kredi Kartları ve Şirket Kredi Kartları	43
2.2.1.2. Asli Kartlar ve Ek Kartlar	44
2.2.2. İşlevlerine Göre Kredi Kartları	45

İÇİNDEKİLER (Devam)

2.2.3. Kredi Kartını Çıkaran Kuruma Göre Kredi Kartları	45
2.2.3.1. Mağaza Kredi Kartları ve Banka Kredi Kartları.....	45
2.2.3.2. Ortak Kredi Kartları	47
2.2.3.3. Akıllı Kartlar (Smart Cards)	48
2.2.3.4. Sanal (Virtual) Kartlar	50
2.3. Kredi Kartı Benzeri Bazı Ödeme Araçları ve Kredi Kartları.....	51
2.3.1. Banka Kartları (Debit Cards/ Atm Kartları).....	51
2.3.2. Çek Kartı, Eurocheque Kartları, Garantili Çek Kartları	53
2.3.3. Seyahat ve Eğlence Kartları (Ödeme Kartları)	54
2.4. Kredi Kartlarının Olumlu ve Olumsuz Yönleri	55
2.4.1. Kart Hamili (Tüketici) Açısından	55
2.4.2. Bankalar Açısından	56
2.4.3. Üye İşyerleri Açısından	57
2.4.4. Kredi Kartlarının Ekonomi Açısından Değerlendirilmesi	58
2.5. Türkiye’de Kredi Kartı Sisteminin Durumu ve Sorunlar.....	60

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KREDİ KARTLARININ RASYONEL KULLANIMI ve KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

3.1. Kredi Kartı Kullanımında Rasyonellik	69
3.2. Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Bireysel Faktörler.....	74
3.2.1. Kredi Kartına Yönelik Tutum	75
3.2.1.1. Kredi Kartını Doğrudan İlgilendiren Değişkenler.....	76
3.2.1.1.1. Kredi Kartına Duyulan Güven	76
3.2.1.1.2. Banka Bilgilendirme Hizmetlerini Algılama Düzeyi	77
3.2.1.2. Kredi Kartını Dolaylı İlgilendiren Değişken: Kredi Kartsız Yapılan Harcama Alışkanlıkları.....	80
3.2.2. Para İle İlgili Tutumlar ve Para Tutum Ölçeği (MAS)	82
3.2.2.1. Parayı Güç-Prestij Unsuru Olarak Görme.....	84
3.2.2.2. Parayı Elde Tutma.....	84
3.2.2.3. Kaygı (Endişe)	84
3.2.2.4. Parasal Konularda Güvensizlik (Şüphe).....	85
3.2.2.5. Para Tutum Ölçeği (MAS)’a Yöneltilen Eleştiriler	85
3.2.2.6. Para İle İlgili Tutumlar ve Kredi Kartı Kullanımı İlişkisi.....	87
3.2.3. Diğer Faktörler	88
3.3. Kredi Kartının Rasyonel Kullanımının Önemine Dikkat Çeken Bilimsel Çalışmalar	90

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜKETİCİ FİNANSMANINDA KREDİ KARTLARININ RASYONEL KULLANIMINA YÖNELİK ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi	93
4.2. Araştırma Hipotezlerinin Oluşturulması ve Modeli.....	94

İÇİNDEKİLER (Devam)

4.3. Araştırmanın Metodolojisi	96
4.3.1. Evren, Örneklem ve Anket.....	96
4.3.2. Uygulanan Analizler ve Bulgular.....	102
4.3.2.1. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği	103
4.3.2.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları	105
4.3.2.3. Araştırma Hipotezleri İle İlgili Bulgular	107
4.3.2.3.1. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	109
4.3.2.3.2. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular	110
4.4. Değerlendirme ve Tartışma.....	113
4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecekte Yapılabilecekler.....	118
5. SONUÇ.....	120
KAYNAKLAR	123
EKLER.....	139
EK 1: 9-15 Şubat 2011 Tarihleri Arasında Yapılan Pilot Çalışma Anket Formu.....	139
EK 2: 21-25 Şubat Tarihleri Arasında Yapılan Pilot Çalışma Anket Formu.....	141
EK 3: 9-25 Mart 2011 Tarihleri Arasında Uygulanan Nihai Anket Formu.....	143
ÖZGEÇMİŞ.....	145

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Visa/MasterCard ve Diğer Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanım Adetleri (Turistlerin Kullanımı Dahil) (Milyon).....	61
Tablo 2: Visa/MasterCard ve Diğer Kredi Kartlarının Yurtiçi Kullanım Ciro su (Turistlerin Kullanımı Dahil) (Milyon TL).....	61
Tablo 3: 2010 Yılında Yerli ve Yabancı Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanımı.....	62
Tablo 4: Yıllara Göre ATM ve POS Sayıları.....	62
Tablo 5: Türkiye’de Çıkarılan Toplam Kredi Kartı Sayısının Yıllara Göre Dağılımı	63
Tablo 6: Bankalarca Bildirimi Yapılan ve TCMB Negatif Nitelikli Ferdi Kredi ve Kredi Kartları Sisteminde Yer Alan Kişi Sayısı.....	66
Tablo 7: Ankette Yer Alan Ölçek Önermelerinin Temsil Ettiği Faktörlerin Dağılımı ve Önermelerin Elde Edilmesinde Yararlanılan Kaynaklar.....	98
Tablo 8: Örneklem Dağılımı.....	101
Tablo 9: Kredi Kartı Tutum Ölçeği ve Güvenilirlik Analizi İstatistikleri.....	104
Tablo 10: Para Tutum Ölçeği ve Güvenilirlik Analizi İstatistikleri.....	105
Tablo 11: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Faktör Yüklerine İlişkin Bulgular.....	106
Tablo 12: Para Tutum Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik İstatistikleri	107
Tablo 13: Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	108
Tablo 14: Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları.....	109
Tablo 15: Çoklu Regresyon Analizi “Model 1” Sonuçları.....	110
Tablo 16: Çoklu Regresyon Analizi “Model 2” Sonuçları.....	112

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Çoklu Regresyon Analizinde Kullanılan Kavramsal Çatı.....	95
---	----

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AŞ.	Anonim Şirket
ATM	Automated Teller Machine (Otomatik Vezne Makinesi)
ATO	Ankara Ticaret Odası
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BHAD	Kredi Kartı Hakkındaki Bilgilendirici Banka Hizmetlerini Algılama Düzeyi
BIS	Uluslararası Ödeme Bankası (Bank For International Settlement)
BKM	Bankalararası Kart Merkezi A.Ş.
bkz.	Bakınız
BUL	Birleşik Uyarı Listesi
C.	Cilt
CBPS	Committee on Payment and Settlement Systems (Ödeme ve Takas Sistemi Komitesi)
CVC	Card Validation Cod (Kart Doğrulama Kodu)
CVV	Card Verification Value (Kart Doğrulama Değeri)
CMCP	Chase Manhattan Charge Plate
DTÖK	Düzeltilmiş Toplam Korelasyon Katsayısı
EFT	Electronic Funds Transfer (Elektronik Fon Transfer Sistemi)
EMV	Europay- Master Card- Visa
GSYH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GÜÇ	Parayı Güç Unsuru Olarak Görme
GÜV	Kredi Kartına Duyulan Güven
GVSZ	Para Harcamaya Duyulan Güvensizlik
Inc.	Incorporated (Anonim Şirket)
ICA	Interbank Card Association (Bankalar Arası Kart Birliği)
KKB	Kredi Kayıt Bürosu
KKHA	Kredi Kartsız Harcama Alışkanlıkları
KKRK	Kredi Kartının Rasyonel Kullanımı
KYG	Paraya Duyulan Kaygı

KISALTMALAR (Devam)

Ltd.	Limitet Şirket
mad.	madde
MAS	Money Attidute Scale (Para Tutum Ölçeği)
NFC	Near Field Communication (Yakın Alan İletişimi)
No.	Number (Sayı)
PIN	Personal Identification Number (Kişisel Tanıtım Şifresi)
POS	Point of Sale (Satış Noktası Terminali)
PRTJ	Parayı Prestij Unsuru Olarak Görme
RG	Resmi Gazete
RK	Rekabet Kurumu
S.	Sayı
ss.	Sayfa
TBB	Türkiye Bankalar Birliği
TCMB	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
T&E	Travel and Entertainment
TL	Türk Lirası
VPOS	Sanal Point of Sale (Sanal Satış Noktası Terminali)
vd.	ve diğerleri
YTH	Yurtiçi Takas ve Hesaplaşma
yy.	Yüz yıl

GİRİŞ

Dünya’da olduğu gibi ülkemizde de yaygın kullanım alanı bulan kredi kartları, günümüzde en sık kullanılan tüketici finansman aracı haline gelmiştir. Dünya’da 1960’lı yıllardan itibaren, ülkemizde ise 1980’lerden itibaren artan kredi kartı sayısı ve işlem hacmi, kredi kartı kullanımının boyutlarını tüm gerçekliği ile ortaya koymaktadır. Kredi kartları tüketiciye, gelirine ek olarak anında kullanılabilir kredi sağlaması, nakit taşıma riskini ortadan kaldırması, alışveriş bedellerini taksitlendirmeye imkan vermesi gibi kullanıldığı amaca ve yere göre değişen pek çok olumlu özelliğe sahiptir.

Olumlu özelliklerine rağmen tüketicinin gelecekte elde edeceği geliri önceden kullanmasına neden olduğundan, bilinçli kullanılmadığında yüksek faiz oranı ve işlem bedelleri nedeniyle aşırı borçlanmaya yol açabilmektedir. Bu konuda yapılmış farklı bilimsel çalışmalar kredi kartı borcunun tamamını ödeyemeyerek, borcun kalan kısmı üzerinden faiz ödeyen dolayısıyla sürekli borçlu bir yaşam süren kişi sayısının giderek arttığına dikkat çekmektedir. Tüketicinin kredi kartı kullanımı nedeniyle katlanmak zorunda kalabileceği maliyetler hakkında bilgi sahibi olması ödeyemeyeceği borç yükü altına girmesini engelleyerek, günümüzde neredeyse herkes tarafından kullanılan bu aracın daha rasyonel kullanılmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda, tüketicinin kredi kartını rasyonel olarak kullanması, ödeme gücünü göz önünde bulundurarak istenmeyen maliyetlerin oluşmaması için sorumluluklarının bilincinde hareket etmesini ifade etmektedir.

Literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde kredi kartları konusunda ülkemizde yapılmış çalışmaların daha çok kredi kartı sahiplerinin demografik özelliklerini ortaya koymaya ve bankaların pazarlama çalışmalarına katkıda bulunmaya yönelik olduğu görülmüştür. Bazı çalışmalarda ise kredi kartı, para benzeri olması nedeniyle tüketicilerin satın alma kararlarına etki eden faktörler yönünden ele alınarak incelenmiş ve kredi kartının aşırı borçlanmaya sebep olmaması için tüketici bilincinin artırılmasının önemine değinilmekle yetinilmiştir. Yabancı çalışmalarda ise az sayıda örnek bulunmakla birlikte, bu tür araştırmaların evreninin daha çok öğrencilerden oluştuğu görülmüştür. Türkiye’de yapılmış, özellikle kredi kartının daha rasyonel nasıl kullanılabileceğini araştıran ve doğrudan bu davranışa etki edebilecek faktörleri

inceleyen bir çalışmaya rastlanılmaması nedeniyle bu çalışmada, yapılmış araştırmaların bulguları doğrultusunda kişilerin kredi kartı kullanımlarında etkili olduğu ileri sürülen farklı faktörlerin, kredi kartının rasyonel kullanımını nasıl etkilediğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca çalışma bulgularının Bilecik ilinde kredi kartı sahiplerinin profili hakkında bilgi verici olması bu araştırmanın önemini arttırmaktadır. Bu çerçevede bu çalışmanın amaçları, kredi kartlarının bilinçsizce kullanımını nedeniyle oluşan maliyetlere dikkat çekmek, kredi kartlarının rasyonel kullanımına etki edebilecek faktörleri araştırmak ve ileride bu amaçla yapılabilecek çalışmalara kaynak oluşturmak şeklinde sıralanabilir.

Tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kredi kartı kavramı tüketiciyi finanse eden yönlerini içerecek şekilde tanımlanarak kredi kartlarının Dünya’da ve Türkiye’de tarihi gelişim süreci, kredi kartı sistemi ve işleyişi incelenmiştir. İkinci bölümde, kredi kartı ödeme ağları, kredi kartlarının nasıl sınıflandırılabileceği, taraflar açısından olumlu ve olumsuz yönleri, kredi kartı benzeri bazı tüketici finansman araçları, Türkiye’de kredi kartı sisteminin günümüzdeki durumu ve güncel sorunlar incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise kredi kartı kullanımında rasyonellik konusuna yer verilerek, farklı araştırmalarda kredi kartı kullanımına etki ettiği ileri sürülen faktörler ile kredi kartının rasyonel kullanımı ilişkisi tüketici açısından incelenmiştir. Bu faktörler kredi kartına duyulan güven, bilgilendirici bankacılık hizmetleri algısı, kişinin kredi kartı olmaksızın sahip olduğu harcama alışkanlıkları, para ile ilgili tutumlar ve diğer demografik özelliklerden oluşmaktadır. Ayrıca bu bölümde kredi kartları konusunda yapılmış yerli ve yabancı çalışmalardan bazıları araştırma konusuna katkıda bulunabilecek bulguları bakımından değerlendirilmiştir. Dördüncü bölümde ise, Bilecik ilinde kredi kartlarının rasyonel kullanım durumu, kredi kartının rasyonel kullanımına etki edebileceği düşünölen faktörler arasındaki ilişkilerin incelendiği bir uygulama ile çalışma bulgularının diğer araştırma bulgularıyla karşılaştırılması ve sonuç bölümü yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KREDİ KARTI TANIMI, TARİHSEL GELİŞİMİ ve KREDİ KARTI SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ

1.1. KREDİ KARTI KAVRAMI

Latince “credere” kelimesinden türemiş olan kredi kelimesi Türkçe anlamıyla “inanmak, güvenmek” terimleriyle ifade edilmekte ve kredi kavramı, “satın alma gücünün belirli bir süre için kiralanması” (Paya, 1997:29) şeklinde tanımlanmaktadır. Buradan hareketle kredi kartı kavramının da “Türkçede itibar kartı ya da güven kartı terimleriyle ifade edilebileceği” (Buhur, 2004:27) görüşü yaygınlık kazanmıştır.

Kredi kartları, “alıcı ve satıcılar arasındaki mal ve hizmet ilişkilerinde geçerli, güvenilir, hızlı ve etkin bir ödeme aracına duyulan gereksinimlerden doğmuştur” (Kirdaban, 2005:12).

Günümüzde para yerine geçen ve yaygın olarak kullanılmakta olan kredi kartları sahibine, nakit kredi imkanı, ödeme kolaylığı, belirli bir süre dahilinde faizsiz kredi olanağı, hızlı mal ve hizmet temin imkanı sağlarken; satıcıya da banka güvencesi sağlayarak piyasada güven unsuru oluşturmaktadır (Sirbu, 1997:24).

İktisadi açıdan kâğıt para yerine kullanıldığı için mübadele aracı olarak kabul edilen kredi kartı kavramı, klasik para tanımları arasında yer almasa da günümüzde çağdaş bir ödeme aracı olarak kabul görmekte ve “plastik para” (Karamustafa ve Biçkes, 2003:91) olarak da adlandırılmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde nakit para kullanımı giderek azalmakta ve kredi kartı, ihtiyaç kredisi, konut kredisi, tüketici kredisi gibi finansman türlerinin kullanımı yaygınlaşmaktadır.

Kredi kartı tüketim harcamalarında nakit paranın veya çekin yerine geçebilen bir ödeme aracı olarak kullanılabilirdiği gibi, ilgili kişiye kredi imkanı da yaratmaktadır. Durkin (2000:623)’e göre “1950’lerden itibaren, ekonominin her kesimine hitap eder hale gelen ve pek çok yerde kullanılabilen kredi kartları, günümüzde teminatsız döner kredinin ve taksitli alışverişlerin birincil kaynağını oluşturmaktadır”.

Bu bağlamda, en genel anlamı ile “hak sahibi kişiye, yani yetkili kart hamiline açılmış, potansiyel bir kredi olarak nitelendirilebilecek” (Yetim, 1997:7) olan kredi kartı kavramını farklı özelliklerini içerecek şekilde değişik biçimlerde tanımlamak mümkündür.

Kredi kartı, “belli bir kredi kurumunun üyelerine verilen ve kart sahiplerine, belirli yerlerden kredili alışveriş yapma olanağı sağlayan kart” (Aypek ve Ban, 2002:299) şeklinde tanımlanmaktadır.

Bir başka tanıma göre kredi kartı “kişilerin nakit para taşımaksızın kaydi para ile mal ve hizmet satın almalarına olanak tanıyan bir ödeme aracıdır” (Yılmaz, vd., 2009b:127; Uzungören vd., 2007:247).

23.02.2006 tarihinde kabul edilmiş olan, 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun 3. maddesinde kredi kartı “nakit kullanımı gerekmeksizin mal ve hizmet alımı veya nakit çekme olanağı sağlayan basılı kartı veya fiziki varlığı bulunmayan kart numarasını ifade eder” şeklinde tanımlanmıştır (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.3).

Dolayısıyla kredi kartı, “mal veya hizmet almaya ya da nakit çekmeye yarayan kart numarası haricinde, kolay taşınabilen ve belirli boyutlarda çıkarılabilen plastik kartlardan ibarettir” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:20).

Bir başka açıdan kredi kartları “bireysel kredilerin bir türüdür ve kredi kartları ile müşterinin kart limiti içerisinde kalmak koşulu ile yapmış olduğu harcamaların bir bölümünü ödemediği kredilendirerek bir sonraki döneme bırakmasına olanak tanınır” (Şakar, 2001:118).

Kredi kartı sahipleri, “sisteme dahil olan üye işyerlerinden yaptıkları alışverişlerde nakit ödeme yapmak yerine kredi kartlarını ibraz etmek suretiyle, yalnızca imza karşılığında ödeme yapabilmektedir” (Çeker, 1997:34).

Bu tanımlardan hareketle kredi kartını; kart çıkaran kuruluşların müşterilerine belirli limitler dahilinde kredi açarak, mal ve hizmet satın alabilmelerini sağlayan ve onlara gerektiğinde daha sonra ödemek üzere nakit çekebilme imkanı sunan bir tüketici finansman aracı olarak ifade etmek mümkündür.

Kredi kartı sistemi basit olarak, kartı çıkaran kurum, kart hamili ve üye işyerlerinden oluşmaktadır. Sistem, kartı çıkaran kurum ile üye işyeri arasında, yine

kartı çıkaran kurum ile kart hamili arasında yapılan sözleşmeler vasıtasıyla işlemektedir. Sözleşmeler sonrasında kart hamiline kartı çıkaran kurum tarafından “plastik para” olarak nitelendirilen bir kredi kartı; üye işyerine ise kartın kullanılabilmesini sağlayan POS (Point of Sale - Satış Noktası Terminali) veya imprinter cihazı verilir.

Üye işyeri, kart sahibinin kendisinden yaptığı alışverişler karşılığında düzenleyerek kart sahibine imzalattığı harcama belgelerini, kartı çıkaran kuruma ibraz ederek harcama tutarını bu kurumdan tahsil etmektedir. Kartı çıkaran kurum ise, üye işyerlerince kendisine ibraz edilen harcama belgelerine istinaden hazırladığı aylık hesap belgesini düzenli olarak kart sahibine göndermektedir. Kart sahibi yaptığı harcamaların tutarlarını sözleşme ile belirlenen periyotlar dahilinde kartı çıkaran kuruma öder.

Kısaca bu şekilde özetlenebilecek kredi kartı sistemi, yapılmış bilimsel çalışmalar kapsamında kartlı ödeme sistemlerinin gelişimi açısından iki taraflı sistem, üç taraflı sistem, karma sistem ve genişletilmiş (özellikli) üç taraflı sistem olarak üçe ayrılmaktadır. Bu ayrıma göre sistemin özellikleri ayrı bir başlık altında ayrıntılı olarak incelenmiştir.

1.2. TÜKETİCİ FİNANSMANINDA KREDİ KARTININ TARİHİ GELİŞİMİ

Bu bölümde kredi kartlarının tarihi gelişim süreci Dünya’da ve Türkiye’de kredi kartlarının ortaya çıkışı ve kullanımının yaygınlaşmasına etki eden önemli gelişmeler dikkate alınarak, kronolojik olarak ayrı başlıklar altında incelenmiştir.

1.2.1. Dünya’da Kredi Kartlarının Tarihi Gelişimi

Bir tüketici finansman aracı olan kredi kartlarının ilk uygulamaları konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı yazarlara göre, kredi kartı “ilk kez 1894 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde sadece turizm sektörüyle sınırlı olarak ‘Hotel Credit Letter Company’ tarafından çıkarılmıştır” (Buhur, 2004:18; Teoman, 1996:13) . Bazı yazarlar ise kredi kartı uygulamasının 1914’te, ABD’de para transferi şirketi olarak faaliyet gösteren Western Union tarafından müşterilerine sunulan ‘metal plakalar’ ile başladığını kabul etmektedir (Huq ve Tania, 2005:1-6).

1915 ve sonrasında ise büyük mağazalarca seçkin müşterilere sunulan ve yalnızca kartı veren mağazada kullanılabilen “shopper’s plates” isimli kartlar çıkarılmaya başlanmıştır (Yetim, 1997:3-4).

1924 yılında ise kullanımı belirli bir bölge ile sınırlı kalmak üzere General Petroleum Company tarafından ilk petrol kredi kartı çıkarılmıştır. “Courtesy cards” olarak bilinen bu kartlar ile kart sahiplerine aylık bir kez ödeme yaparak sponsor firmanın işlettiği bütün istasyonlardan hizmet ve petrol alabilme imkanı sunulmuştur (Ekinci, 2006:14).

Kullanım alanının kısıtlı olduğu bu tür uygulamaların gelişimi, 1929 yılında yaşanan büyük buhran nedeniyle 19.yy sonlarına kadar sınırlı kalmıştır. 20.yy. başlarında krizin etkisiyle artmış olan kredi ihtiyacı, ABD’de oteller ve mağazalar tarafından taksitli satışlar için bir güven unsuru yaratarak satış hacmini arttırmak fikri ile bu uygulamaya büyük rağbet gösterilmesine yol açmıştır.

Çırpan (2000:4-5), 20.yy başlarından itibaren geliştirilen bu uygulamaların bu gün kullandığımız anlamda modern kredi kartı sisteminin yalnızca müşteri ile satıcı arasında bağ kuran en basit şeklini oluşturması yönünden bu şirketleri modern kredi kartı sisteminin öncüleri haline getirdiğine dikkat çekmektedir.

1950’lere kadar belirli bir mağaza, bölge ya da sektörle sınırlı olarak “şimdi al sonra öde” sloganı ile sürdürülen “shopper’s plates” uygulamasının, evrensel hale geliş sürecinin ise 1950’de başladığı kabul edilmektedir.

Bu bağlamda dünyada kullanım alanı tek bir bölge veya sektörle sınırlı kalmayan ve para yerine kullanılabilen ilk kredi kartının, 1950’de Amerika’da Frank Mc Namara tarafından kurulmuş olan Diners Club Incorporated (Inc.) tarafından, “Diner’s Club” markası ile çıkarıldığı görüşü yaygın olarak kabul görmektedir (Huq ve Tania, 2005:1-6; Wolters, 2000:315-353)

“Başlangıçta yalnızca seyahatlerde ve yemeklerde hesabın ödenebilmesini sağlayan bu kartın sloganı ‘dine and sign’ (ye ve imzala) olup, Diners’ kelimesinin de buradan geldiği anlaşılmaktadır” (BKM, 1997a:2).

Modern kredi kartı uygulamasının başlangıcı olarak kabul edilen Diners’ Club kredi kartlarının, kredi kartı alanında o döneme kadar sürdürülen uygulamalardan farkı, tüketici ile satıcı arasına üçüncü bir tarafın girmesidir. Bu kart tüketiciye ek bir nakit

kredi sağlamasa da tüketicinin Diners Club şirketine ait işyerlerinden belirli bir süre boyunca yapacağı alışverişlerin dönem sonunda tamamının tek seferde ödenmesine imkan vermektedir.

“İlk piyasaya çıktığında kullanım alanı New York City ve Los Angeles civarındaki belirli restoranlarla sınırlı olan Diners’ Club kredi kartları” (Wolters, 2000: 321), şirketin kısa zamanda otel, eğlence ve seyahat sektöründe faaliyet gösteren pek çok şirketi kart programına dahil etmesiyle uluslararası alanda geçerli ilk kredi kartı örneği haline gelmiştir.

Bu dönemde Diners’ Club kredi kartlarına rakip olarak, aynı sektörde kullanılan ve "British Hotel Restaurant Association" (İngiliz Otel ve Lokantalar Birliği) tarafından piyasaya sürülen BHR kredi kartları gösterilmektedir (Çırpan, 2000:15).

Bankalar tarafından ise kredi kartı ihracının ilk kez 1951 yılında merkezi New York’ta bulunan Franklin National Bank tarafından yalnızca bankada kredi hesabı olan müşterilerin kullanımı ile sınırlı olarak başlatıldığı kabul edilmektedir. Bu uygulamada banka tarafından müşteriye "Charge-it" olarak isimlendirilen metal plakalar ile kredi kartı yerine geçen kâğıtlar verilmiştir. Metal plakalar ve kredi kartları üzerinde müşteriye tanıtıcı kimlik bilgileri ve hesap numaraları yer almıştır. Kredi kartını ifade eden kâğıdın arka yüzünde müşterinin kredi limiti ile kartın verildiği banka şubesi bilgileri bulunmaktadır. Bu kartla bir alışveriş yapıldığında müşterinin limitinden yapılan hesap tutarının düşülebilmesi, banka tarafından satıcılara verilen “Adressograph” makineleri aracılığı ile sağlanmıştır. Bu makineler bu gün kullanılan POS cihazlarının ilk örneğini oluşturan kart okuyuculardır. Metal plakanın bu makineye okutturulması ve alışveriş tutarının satıcı tarafından kredi kartı yerine geçen kâğıdın arka yüzüne işlenmesi şeklinde sürdürülen bu uygulamada, yapılan her fatura ödemesi sonrasında müşteriye banka tarafından yeni kredi kartı düzenlenmiştir. 1958’e kadar tüm kredi kartları kâğıt, karton ya da metal plakalardan oluşmaktadır. Kredi kartlarının tek bir plastik kart olarak ihraç edilmesi ise bilişim teknolojisinde meydana gelen gelişmelere paralel olarak 1958’de Bank of America tarafından başlatılmıştır (Wolters, 2000:322-330).

1951 yılından itibaren bankaların bu alana ilgisi artmıştır ancak; kredi kartı sistem maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle bu uygulamalar kart kabulü açısından oldukça sınırlı kalmıştır. Mishkin (1992:304-305), bu uygulamaların bankalar açısından

karlı hale gelişinin 1959 sonlarından itibaren teknolojide meydana gelen gelişmeler sayesinde sistem maliyetlerinin düşürülmesi ile sağlanabildiğine dikkat çekmektedir.

Diğer taraftan kredi kartını piyasaya süren bankaların, hesap dönemi sonunda kart hamilleri tarafından ödenmeyen bakiyelere ilk kez 1959 yılı sonlarında faiz işletmeye başlamış olması nedeniyle, bazı yazarlar kredi kartı uygulamasının bugünkü anlamıyla başlangıcını 1959 olarak kabul etmektedir (Kaya, 2009a:11).

Teoman (1996:14) , bankaların bu ilgisini “ABD’de bankaların faaliyet alanının belirli bir bölge ile sınırlı oluşu ve çeki keşide eden bankanın bulunduğu eyaletten uzaklaştıkça çeki nakite dönüştürmenin zorlaşması” ile açıklamakta, bu bakımdan kredi kartı uygulamasının ABD’de bir ihtiyaç haline gelmesi ve hızlı yaygınlaşmasında bankaların rolüne dikkat çekmektedir.

1958 yılında American Express tarafından “Green Charge Card” piyasaya sürülmüştür (Chang, 2004:36-37). “1850’de “nakit ve önemli finansal evrakları express olarak taşımak amaçlı kurulmuş olan American Express Inc.” (Fredman ve Simon, 1998:2), 1958’den itibaren Diners Club Inc.’nin ABD’deki en önemli rakibi haline gelmiştir.

1958’de aynı zamanda American Express ve Hilton otelcilik işletmesinin ortak kredi kartı “Carte Blanche”, Bank of America tarafından çıkarılan “Bank Americard” ve Chase Manhattan tarafından çıkarılan “CMCP (Chase Manhattan Card Plates)” markalı kredi kartları piyasaya sürülmüştür (Çırpan, 2000:4-14).

Bank of America tarafından çıkartılan ve ilk yıllarda Kaliforniya’da eyalet düzeyinde geçerli olan Bank Americard, tüketicileri tek ürünle veya mağaza ile sınırlamayıp,“geniş bir mağazalar yelpazesinde kredi ile alışveriş imkanı tanıma özelliği” (Alponat, 2006:23) ve “bir bankanın kendisine ait lisanslı ürünü olması” (Huq ve Tania, 2005:1) bakımından ilk banka kredi kartı olarak kabul edilmektedir.

“Bank Americard’ın, Bank Of America’ya işyeri komisyonları, müşterilerden alınan gecikme faizi ve üyelik aidatı olmak üzere üç farklı yönden gelir sağlaması” (Çakır, 2002:6), diğer bankaların kısa sürede Bank Americard sistemine dahil olmaya başlamasına yol açmıştır. Bu bağlamda Bank Americard, bir bankanın kendisine ait lisans için başka bankalarla anlaşması şeklinde bankalar arası geçerli hale gelen ilk kredi kartı örneğini oluşturmaktadır.

1960'da Chase Manhattan tarafından CMCP (Chase Manhattan Card Plate) markalı kredi kartları piyasaya sunulmuştur. 1962'de Chase Manhattan'ın CMCP markasını Uni-Serve'e satmasıyla kartın adı "Unicard" olarak değişmiştir (Wolters, 2000:317-319).

"1965'te İngiliz Oteller ve Lokantalar Birliği (BHR-British Hotel and Restaurant Association) ile İsveç markalı Risk Card'ın birleşmesi ile 'EuroCard International' kurulmuştur" (Çırpan, 2000:15-16).

1966'da pek çok banka kredi kartı sektöründe Bank of America ile çalışır hale gelmiştir. Aynı yıl Bank of America'nın, Bank Americard'ı ABD dışında da lisans edeceğini duyurması, piyasada rekabet halinde olan pek çok bankayı kredi kartı uygulaması konusunda birleştirmiş ve "Interbank Card Association (ICA-Bankalararası Kart Birliği)" kurulmuştur (Uzunlar, 1994:30-31).

Sienkiewichz (2001:4-5), kredi kartı sisteminin bu günkü amacına hizmet eden genel çerçevesinin, bankalar arası işbirliği ve fon transferlerini içeren çok taraflı sistem yapısının tamamlanmasının bu gelişme ile sağlandığına dikkat çekmektedir.

ICA'nın oluşturulması bir taraftan kredi kartları uygulamasında sürekliliğin sağlanmasına hizmet ederken, diğer taraftan da daha geniş bir ödeme ağı kavramının doğuşuna hizmet etmiştir (http://www.mastercard.com/us/company/en/docs/All_About_Payment_Cards.pdf (1 Eylül 2010)) .

"İngiltere haricindeki Avrupa ülkelerinde ise 1970'li yıllara kadar münferit uygulamalar dışında kredi kartları alanında kayda değer bir gelişme olmamıştır" (Yetim, 1997:4). Bir başka ifade ile bu dönemde Avrupa genelinde daha çok ABD'de oluşan kredi kartı markalarının Avrupa ülkelerine açılma çabaları etkili olmuştur. Bu durumu Teoman (1996:18), "Avrupa ülkelerinde var olan EuroCheque sisteminin kredi kartı gibi bir alternatif ödeme aracını gereksiz kılması nedeniyle bankaların bu sektöre ilgisiz kalması" ile açıklamaktadır.

1966'da İngiltere'de Barclays Bank tarafından Bank of America işbirliği ile çıkarılan "Barclays Card" piyasaya girmiştir (Welch, 2007:11-15). Kredi kartına gösterilen ilgisizlik nedeniyle İngiliz bankalarına özgü bir kredi kartı birliğinin oluşması ancak 1972 yılında gerçekleşebilmiştir (Yetim, 1997:4-5) .

ABD kredi kartı sektörünün Avrupa'ya yayılma çabalarına rağmen Avrupa genelinde kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasının, ancak 1992'de EuroPay Inc.' nin kurulması ile ivme kazandığı kabul edilmektedir (Teoman, 1996:18-20) .

1968-1969 döneminde Docutel tarafından modern anlamda ilk ATM (Automated Teller Machine-Otomatik Vezne Makinesi)'lerin bankalara monte edilmeye başlanması ABD' de kart kullanımına ivme kazandıran en önemli gelişme olarak görülmektedir (Alponat, 2006:19; Hayashi vd., 2003:12). Bundan sonraki yıllarda farklı şirketler ATM konusunda uzmanlaşarak kendi markalarını yaratma yarışına girmişlerdir. ATM'lerin kullanımı kredi kartı sisteminin bir uzantısı olan EFT (Elektronik Fon Transferi) sisteminin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Çırpan, 2000:4-14).

1969'da kredi kartı marka ismini "MasterCharge" olarak değiştiren Interbank sistemi, 1970'li yılların sonlarında Latin America, Afrika, Avustralya, Japonya Asya/Pasifik gibi pek çok ülkeden bankanın üyesi olduğu geniş bir ağ yapısına kavuşmuştur(http://www.mastercard.com/us/company/en/docs/All_About_Payment_Cards.pdf(1 Eylül 2010)).

Bank of America ise 1970'te kredi kartı ihraç ve kabulünü yönetmek amacıyla Bank Americard kredi kartı programına dahil olan bazı bankaların da ortaklığı ile National Bank Americard Inc. (NBI)'yı kurarak, bu karta lisans verme yetkisini üstlenmiştir.

1972 yılında İngiltere'de Barclays Bank ile Lloyds, Midland, National Westminster ve Royal Bank of Scotland gibi bazı İngiliz bankaları birleşerek "Access" markalı kredi kartlarını ihraç etmeye başlamışlardır (Welch, 2004:32-35; Yetim, 1997:4-5). Access, İngiliz bankalarına özgü ilk kredi kartı markası olarak bilinmektedir.

"1973 yılında IBM tarafından yazar kasa teknolojisinden yola çıkılarak geliştirilen ilk POS sistemi, ABD'nin New Jersey eyaletinde Pathmark marketler zincirinde ve Dillard's mağazalarında kullanılmaya başlanmıştır" (Kaya, 2009a:15). EFT sisteminin alıcı ile satıcı arasındaki aracı kurumları ortadan kaldırmaya imkan verecek şekilde geliştirilmesi, harcama tutarına göre her iki tarafın hesaplarını alacaklandırma ve borçlandırma işleminin elektronik ortamda yapılması işlevini gören POS cihazlarının üye işyerlerine kurulması ile sistemin işleyişinde tarafların katlanmak zorunda olduğu işlem maliyetleri büyük ölçüde azalmıştır.

Aynı yıl, “NBI tarafından ilk elektronik otorizasyon sistemi ‘BASE I’ kullanıma açılmıştır. Bu sistem daha sonraki yıllarda geliştirilerek ‘BASE II’ adını almıştır” (<http://corporate.visa.com/about-visa/our-business/history-of-visa.shtml> (5 Eylül 2010)).

Diğer taraftan, 1970-1974 yılları arasında ABD dışındaki pek çok bankanın Bank of America ile işbirliği yapar hale gelmesi nedeniyle, Bank Americard tarafından, Avrupa’daki hesapları yönetmek amacıyla 1974’te International Bank Americard Corporation (IBANCO) kurulmuştur (Alpergin, 1990:130-131).

1976’da Bank Americard daha uluslararası bir imaj geliştirmek için adını "Visa USA" olarak değiştirmiştir. 1977’de IBANCO ,“Visa International” ismini almış, Bank Americard ise Visa kartı haline gelmiştir (Kaya, 2009a:12; Uzunlar, 1994:30-32).

1980’de ise Interbank, MasterCharge ismini “MasterCard” olarak değiştirmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak bankalarca sürdürülen talep edilmediği halde kişileri kredi kartı sahibi yapmaya yönelik kampanyaların ve tüketicinin aşırı borçlanması ihtimaline karşın kart kullanımının sınırlandırılmasını sağlayan yasal düzenlemeler uygulamaya girmiştir. Bu durum, bankaların yıllık kredi kartı kullanım ücreti, hesap işletim ücreti gibi ücretler olarak, yasal düzenlemelerle artan maliyetlerini kart hamillerine yansıtacak uygulamalar geliştirmesini sağlamıştır (Çırpan, 2000:17).

1984 yılına gelindiğinde dünya genelinde kredi kartı ihraç/kabul eden pek çok banka ve müşterileri Visa, MasterCard, Diners Club, American Express gibi kredi kartı sistemlerinden en az birinin üyesi haline gelmiştir.

1985 yılında Visa ve MasterCard tarafından ilk “Affinity” kredi kartları çıkarılmaya başlanmıştır. Bu kartlar, kart sahibinin kredi kartı ile yaptığı her alışverişte üyesi olduğu vakıf, dernek, klüp vb. kar amacı gütmeyen kuruluşlara yardım yapmasını sağlamaktadır (Çırpan, 2000:10).

1986’da, Sears şirketler grubu tarafından ihraç edilen “Discover Card” piyasaya girmiştir. Discover kredi kartı, bu dönemde Visa veya MasterCard gibi pazara hakim sistemlerden bağımsız olarak çıkarılmış ve yaygın kullanım alanı bulmuştur. Ancak, kart hamillerinden ve üye işyerlerinden yüksek ücretler alması nedeniyle zarar ederek, 1990’lı yıllarda Visa üyesi haline gelmiştir (Evans ve Schmalensee, 2004:107-108).

1989’da İngiliz Access birliği dağılmıştır. Bundan sonraki süreçte İngiltere’de de kredi kartı pazar yapısı Visa ve MasterCard’ın hakimiyetine girmiştir (Welch, 2007: 32-40).

Bu dönemde ABD’de Bank One of Clombus Card’s markalı kredi kartı programı öncülüğünde ilk kez kredi kartı alacaklarına istinaden tahvil çıkarma uygulaması başlamıştır (Kaya, 2009a:14). Bu tarihten itibaren pek çok banka kredi kartı alacaklarının yatırımcılara tahvil şeklinde satılması ile teminat altına alınmasını, kendi fon maliyetlerini kart hamillerine uygulanan faizlere göre düşürülmesini sağlayarak karlarını arttırmışlardır (Çırpan, 2000:10-11).

1991 yılında MasterCard, Eurocard International ile birlikte, dünyanın ilk global online şifre tabanlı banka kartı programı olan “Maestro”yu çıkarmıştır (http://www.mastercard.com/us/company/en/ourcompany/company_milestones.html(10Eylül2010)).

1992’de EuroCard ve EuroCheque birleşmesi ile Europay Inc. kurulmuştur (BIS, 2003a:459). Aynı dönemde artan kart sahtekârlıklarını önlemek amacıyla bankacılıkta çipli kart sistemine geçilmiştir. 1996 yılı sonlarında New York’ta Chase Manhattan, CitiBank, Visa ve MasterCard ortaklığı ile kredi kartlarının mikrochip ile desteklenen ve tek bir terminal kullanılarak birden fazla markanın kredi kartı ile işlem yapmaya imkan veren “Smart Card” uygulaması başlatılmıştır (Yılmaz, 2000:13). Kredi kartı üzerine yerleştirilen mikrochip aynı zamanda kartın, farklı projelerde başka amaçlarla kullanılabilmesine de imkan tanımaktadır.

“1997 yılında MasterCard ve Europay Kredi Kartı Ortak Kart Anlaşması imzalanmıştır” (Alponat, 2006:24). Bu ortaklık sonrasında Europay Inc. tarafından Avrupa ülkelerine ihraç edilen Eurocard markalı kartlar da MasterCard markası ile ihraç edilmeye başlanmıştır. Daha sonraki yıllarda, dünya genelinde Visa ve MasterCard bilişim teknolojisinde ortaya çıkan pek çok yeniliği kendi sistemine dahil ederek pazara hakim iki sistem haline gelmiştir.

Günümüzde de dünya genelinde kredi kartı sektörüne hakim kuruluşlar başta Visa ve MasterCard olmak üzere, American Express, Diners Club ve JCB (Japanese Credit Breau) gibi uluslararası ağ kuruluşlarıdır (Yılmaz vd., 2009b:129; Kaya, 2009a: 9-14; Clark vd., 2004:21; Buhur, 2004:18).

Avrupa’da ise kredi kartı uygulamaları büyük ölçüde 1970’lerden itibaren yaygınlaşmaya başlamıştır (BKM, 1997a:2). Özellikle 1970’li yıllarda kredi kartı birliklerinin oluşturulması ile şekillenen pazar yapısı sonrasında, dünya genelinde kredi kartlarının kullanımı önemli ölçüde artmıştır. Avrupa ülkelerinde çek sistemi ve banka kartı kullanımı, kredi kartlarına göre daha yaygındır.

Bazı Avrupa ülkelerinde kredi kartı uygulaması ve kredi kartı pazar yapısı hakkında kısaca bilgi verilecek olursa:

- Fransa’da ilk kez 1960’lı yıllarda Carte Blanche kredi kartları piyasaya sürülmüşse de “kredi kartı kullanımının yaygınlaşması 1970’li yıllardan itibaren sağlanmıştır” (Teoman, 1996:14). 1988’de Fransız bankalarının da ortaklığı ile Carte Bancaire adıyla ulusal kartlı ödeme sistemi kurulmuştur (OECD, 2006:40). Günümüzde ise bu sistem kuralları ve AB (Avrupa Birliği) direktifleri çerçevesinde ihraç edilen Visa, MasterCard gibi yaygın kredi kartı sistemlerinin logosunu taşıyan kredi kartları kullanılmaktadır. Visa ya da MasterCard lisanslı bazı kredi kartı markalarına Banque Nationale De Paris (BNP Paribas) ve Cetelem gibi mevduat bankaları tarafından ihraç edilmekte olan Carte Aurore, Cofidis, Accord gibi kredi kartları örnek gösterilebilir (BIS, 2003b:120).

- Belçika’da daha çok American Express, Diners Club, Visa ve Eurocard lisanslı kredi kartlarının kullanımı yaygındır. Kredi kartı sistemine ilişkin yetkilendirme ve otorizasyon süreci Bansys tarafından sağlanmaktadır (BIS, 2003c:13).

- İtalya’da kredi kartlarının gelişimi 1958’de Diners’ Club kredi kartı ile başlamış, 1968’de Americard ve 1974’te American Express’in pazara girmesi ile sürmüştür. 1980’li yıllara kadar American Express’in kredi kartı pazarının %50’sine hâkim olduğu pazar yapısı, 1986’da bazı İtalyan bankalarının bir araya gelmesi ile oluşan ulusal CartaSi kredi kartı sisteminin oluşturulması sonrasında, büyük ölçüde Visa ve MasterCard hâkimiyetine geçmiştir. İtalyan kredi kartı pazarında halen Visa, MasterCard, American Express logoları ile ihraç edilen CartaSi benzeri ulusal kart markaları bulunmaktadır (OECD, 2006:169-170).

- Almanya’da kredi kartı uygulamaları 1989’da Visa’nın piyasaya girmesi ve MasterCard ile EuroPay Inc. arasında yapılan ortaklık anlaşması gibi rekabeti artırıcı gelişmeler paralelinde yaygınlaşmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde, ülkede American Express, Diners Club, Visa, EuroCard-MasterCard gibi kartlı ödeme

sektörüne hakim kuruluşların lisansı ile ihraç edilen kart sayısı 1994 yılı sonunda yaklaşık olarak 10 milyon adet iken; 2001 yılı sonunda 18 milyonu aşmıştır. Aynı zamanda bu kartların kabul gördüğü sektörler daha çok perakendecilik ve otelcilik sektörleridir. Ancak, Almanya genelinde kredi kartları ile yapılan işlemler için üye işyerlerinden alınan ücret ve komisyonların banka kartlarına göre daha yüksek oluşu nedeniyle kredi kartı kabul noktalarının azlığı, kredi kartı sayısının banka kartlarına göre daha düşük kalmasına neden olmuştur (BIS, 2010a:101).

- İsviçre’de kredi kartı pazarı 1972’de Brüksel’de Eurocard Inc.’nin kurulmasından sonra gelişmiştir. MasterCard/Eurocard, Visa, American Express ve Diners Club kredi kartları pazara hakim durumdadır. Bankaların kredi kartı kabulüne ilişkin süreç EuroPay İsviçre tarafından yönetilirken, takas ve hesaplaşma işlemleri bazı bankaların kendi işlem merkezleri aracılığı ile ya da Payserv Ltd.Şti. (Limited Şirket) tarafından sağlanmaktadır. Uluslararası kredi kartları dışında PostFinance, Federal Railways gibi bankacılık dışında faaliyet gösteren şirketlerin kredi kartları ile petrol şirketleri ve bazı perakendeci işletmelerin yalnız kendi şubelerinde kullanılmak üzere ihraç ettikleri farklı kredi kartları da mevcuttur (BIS, 2003e:373-374).

1.2.2. Türkiye’de Kredi Kartlarının Tarihi Gelişim Süreci

Türkiye’de kredi kartı uygulamasının ilk örneği, 1968 yılında Koç Şirketler Grubu’na bağlı olarak faaliyet gösteren SETUR A.Ş. (Servis Turistik Anonim Şirketi) aracılığı ile ihraç edilmeye başlanan “Diners’ Club” kredi kartlarıdır (Kaya, 2009a:17; Çırpan, 2000:19; Yetim, 1997:5).

Daha sonra ise Türk Ekspres Havacılık ve Turizm Ltd. Şti. aracılığı ile ihraç edilen “American Express” kredi kartları piyasaya girmiştir. “1975 yılına kadar bu iki şirket, American Express sadece yurt dışında geçerli, Diners Club ise yurt içinde geçerli kart hizmeti sunmak suretiyle, piyasada rakipsiz olarak faaliyet göstermişlerdir” (TBB, 2008:7).

Dünyada geçmişi 1950 yılına kadar uzanmasına rağmen Türkiye’de kartlı ödeme sektörü alanında rekabet eden şirket sayısı 1975’ten itibaren artış göstermiştir. MasterCard, Eurocard, Access gibi uluslararası lisanslı kredi kartlarının Türkiye’de ihracının 1975’te başlaması (TBB, 2008:7) ve sektörel yapının 1980’li yıllara kadar

yeterince gelişmiş olmaması nedeniyle Türkiye’de kredi kartlarının kullanımının “1980’lerden itibaren yaygınlaşmaya başladığı” (Akipek, 2003:105; Çavuş, 2006:174) görüşü yoğunluk kazanmıştır.

1980’li yıllardan itibaren teknolojik gelişmelere paralel olarak başlatılan kapsamlı finansal uyum ve serbestleşme politikaları çerçevesinde Türk finansal sisteminin bankalar açısından uygun rekabet ortamını yaratacak şekilde gelişmesi, sonraki yıllarda kartlı ödeme sistemi kapsamındaki ürün çeşitliliğini de arttırmıştır (BIS, 2000:1-2).

Pazar yapısı dışında kredi kartı kullanımının 1980’lere kadar düşük kalmasını farklı nedenlerle açıklayan görüşler de bulunmaktadır. Bu durumu Aysan vd.(2008:35), “sık yaşanan ekonomik krizlerin ve yüksek enflasyon oranlarının Türkiye’de fonlama maliyetlerini ve temerrüt (ödenmeme) riskini arttırması” ile açıklamaktadır.

1981’de Visa kartların pazara girmesi, 1984’te Visa’nın ilk Türkiye ofisini açması ve aynı yıl bankaların kredi kartı ihracına başlaması kredi kartlarının daha geniş kitlelerce kullanımını hızlandırmıştır (Çırpan, 2002:22-24). Bundan sonraki yıllarda farklı bankaların Visa ya da MasterCard lisansı altında işbirliği yaparak, farklı isimlerle ihraç ettikleri kredi kartı çeşitleri artmıştır.

“1987’de ilk ATM’nin ülkemizde kullanılmaya başlanması” (TBB, 2008:7), bankacılık hizmetlerinin, bankaya gelmeye gerek kalmadan tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan çağrı merkezleri, ev, ofis ve telefon bankacılığı gibi alternatif dağıtım kanallarının gelişimini hızlandırmıştır. Bu bağlamda, ABD ve Avrupa ülkelerindeki uygulamalardan farklı olarak kredi kartı kullanımı ile ATM’lerin kullanılmaya başlanması, Türkiye’de tüketici kredileri ve diğer bireysel bankacılık ürünlerinin kullanılmaya başlanmasına öncülük eden gelişmeler olarak görülmektedir (Kaya, 2009a:17; Yılmaz, 2000:7; BKM, 1997a:2). Baydemir (2004:2), bu farkın “Türkiye’de yüksek enflasyon nedeniyle, kredi kartlarının bir ödeme aracından çok faizsiz ucuz kredi sağlama işlevine sahip olmasından kaynaklanabileceği” şeklinde görüş beyan etmektedir.

Türk bankacılık sektöründe “Visa, MasterCard, vb. bir kartlı ödeme ağından bağımsız olarak çıkarılan ilk kredi kartı, aynı yıl Pamukbank tarafından ihraç edilen ‘Prestige Card’ olmuştur” (Teoman, 1996:23; Aydın, 1991:155).

Türkiye’de kartlı sistem ağının oluşturulması ise 1990’da 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığı ile “Bankalararası Kart Merkezi (BKM) AŞ.”nin kurulması ile gerçekleşmiştir. BKM, Visa ve MaterCard üyesi 13 bankanın bir araya gelerek oluşturduğu; bankalar arasında kredi kartı işlemlerine ilişkin servis ve altyapı hizmetlerinin sağlanması, hukuki ve idari standartların geliştirilerek uygulanması şeklinde hizmet vermektedir. Aynı zamanda sistem altyapısının işlerliğinin sağlanması için eğitim ve güvenlik hizmetleri de sağlamaktadır (BIS, 2000:11). Kuruluş, sağladığı hizmetler karşılığında kartlı ödeme sektöründe faaliyet gösteren ve aynı zamanda üyesi olan tüm kurumlardan takas hizmet gelirleri, yönlendirme işlem gelirleri, üyelik gelirleri, faiz gelirleri vb. ücretler alarak faaliyet göstermektedir. 1990 yılından günümüze Türkiye’de kartlı ödeme sisteminde faaliyet göstermek isteyen tüm bankalar ya da uluslar arası kredi kartı birliği üyesi tüm finansal kuruluşlar BKM ile üyelik sözleşmesi imzalayarak sisteme dahil olmaktadır.

1991 yılında Ulusal Kredi Kartı Takas ve Hesaplaşma Sistemi ve BKM Ulusal Birleşik Uyarı Listesi (BUL) faaliyete geçmiştir (www.bkm.com.tr/kurulus.html (5 Eylül 2010)). Aynı yıl POS terminallerinin kullanılmaya başlanması ile tüm işlem akışının elektronik ortama aktarılmasını sağlamış ve kredi kartı kullanımını kolaylaştırmıştır (Kaya, 2009a:18; Buhur, 2007:18). İşlem akışının elektronik ortama aktarılması kredi kartlarının kabul edilebilirliğini arttırmıştır. Ulusal Kredi Kartı Takas ve Hesaplaşma Sistemi, kart hamillerinin yaptıkları alışverişlerden kaynaklanan borç ve alacakların bankalar arasındaki takasını sağlamaktadır (BKM, 2000a:10). BKM Ulusal Birleşik Uyarı Listesi (BUL) ise, periyodik olarak üye işyerlerine gönderilen kabul edilmesi sakıncalı ve kayıp/çalıntı Visa ve MasterCard kredi kartlarının numaralarını içeren bir güvenlik listesidir (BKM, 1997a:4).

1993 yılında, Türk bankalarının ATM ve POS sistemi ağlarının karşılıklı olarak müşterilerinin kullanımına açılması, bankalar arası yurt içi ve yurt dışı kredi kartı otorizasyonunun gerçekleştirilmesi, Visa Base I ve Europay EPS, MasterCard gibi iletişim ağları ile tek noktada bağlantı sağlanması ve kredi kartları ile banka kartları takasının gerçekleştirilmesi için rapor üretimi sağlayan “BKM Switch Kredi Kartı Otorizasyon Sistemi” kurulmuştur (BKM, 2000a: 10).

BKM Switch Kredi Kartı Otorizasyon Sistemi kısaca “mesaj yönlendirme sistemi” olarak da tanımlanmaktadır. Yılmaz (2000:8), BKM Switch Kredi Kartı Otorizasyon Sistemi’ne geçilmesinin önemine 1991’e kadar olan uygulamayı açıklayarak dikkat çekmiştir:

1991'e kadar kredi kartı işlemleri üye işyeri tarafından kredi kartının imprinter (manuel) cihazından geçirilmesi, switch çıktısının kart sahibine imzalatılması, bankadan telefonla provizyon alınması yoluyla ve üye işyerinin, bu şekilde belli bir süre boyunca topladığı slipleri anlaşmalı olduğu bankaya ibraz ederek mal bedelini tahsil etmesi şeklinde yürütülmüştür. Üye işyerinin anlaşmalı olduğu banka ise bu slipleri kart çıkaran kuruluşa ibraz ederek tahsilatını yapmaktaydı (Yılmaz, 2000: 8).

Günümüzde “tüm işyerlerinde en az bir bankaya ait POS cihazı bulunmakta, imprinter cihazları ise kullanılmamaktadır” (Reisoğlu, 2004:102).

1993'de Europay/MasterCard'ın Türkiye'de ilk ofisini açması kredi kartı kullanımını arttıran bir gelişme olarak görülmektedir. Türk Bankacılık sistemi açısından en önemli gelişmelerden birisi de aynı yıl “Kredi Kayıt Bürosu”nun kurulmasına imkan veren yasal düzenlemeler olmuştur. Türkiye'de faaliyette bulunan tüm bankalar ve finansman şirketleri ile diğer mali kuruluşların, müşterilerinin risk durumlarına ilişkin bilgiler 1970 yılında kabul edilen 1211 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Kanunu'na göre; TCMB nezdinde toplanmakta ve risk santralizasyonu oluşturulmaktadır (RG, 26 Ocak 1970/13409, mad. 44). Halk arasında “kara liste” olarak da bilinen bu uygulama ile banka ve finansal kuruluşların kullandıracakları krediler için geri ödenmeme riskini en aza indirmek amacıyla müşterilerinin kredi geçmişi hakkında istatistiki bilgiler oluşturulmaktadır.

1993 yılına kadar yalnızca “kara liste ile sağlanmaya çalışılan risk santralizasyonunun yeterli hukuki çerçevenin olmamasından dolayı yetersiz alması nedeniyle” (Yılmaz, 2000:123), mali kurumların ihtiyaç duyduğu kurumlar arası müşteri bilgi paylaşımına imkân veren yeni yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler çerçevesinde 1995 yılında Kredi Kayıt Bürosu (KKB) kurulmuştur. Kredi kayıt bürosu; para, sermaye ve sigortacılık konusunda faaliyet gösteren mali kurumlar arasında, bireysel kredi ürünlerinin müşterileri hakkındaki detaylı bilgilerin Kredi Referans Sistemi (KRS) vasıtası ile paylaşılmasını sağlamaktadır.

Genel olarak kredi kayıt bürolarının her bir bankanın tek tek müşterileri hakkında bilgiye ulaşma yolunda harcayacakları zaman ve para yerine bu tür bilgileri edinmelerini kolaylaştıracağı göz önüne alındığında KKB'nin önemi daha iyi anlaşılmaktadır (Erdoğan, 2008:17). Kredi kartı ihraç eden banka ve finansal kuruluşlar bu sistem aracılığı ile tüketicinin kredi geçmişi hakkında detaylı bilgiler elde ederek, katlanmak zorunda kalacakları maliyetleri en aza indirmeye olanağı sağlamaktadır. Bu bağlamda KKB, “Türkiye'de kredilendirilmede karar aşamasından itibaren sürecin daha

sağlıklı ve riski en aza indirgeyecek şekilde işlemesine hizmet etmektedir” (<http://www.kkb.com.tr/tr/index.asp#> (5 Kasım 2010)).

Türk bankacılık sistemine özgü diğer kredi kartı örneği, 1996 yılında Akbank tarafından geliştirilen “Para Kart” uygulamasıdır. Bu kart ile müşterilerin yurt içinde anlaşmalı iş yerlerinden, önceden bankaya ödenen belirli miktarda nakit karşılığı ya da tahsis edilen kredi miktarı kadar işlem yapabilmesine olanak tanınmıştır (Çırpan, 2000: 19-20).

Bankaların kendi altyapısını oluşturarak kredi kartı sistemi geliştirmesinin oldukça maliyetli olması, Türk bankacılık sistemine özgü ve farklı ülkelerde kabul görebilecek kredi kartı örneklerinin oluşturulmasını büyük ölçüde sınırlandırmıştır. Bu bağlamda, Türkiye’de ihraç edilen kredi kartları çoğunlukla Visa ve MasterCard lisansı ile işlem görmektedir (Yılmaz, 2000:125-127).

Genel olarak 1994 yılından 1999’a kadar olan süreçte Türkiye genelinde dolaşımda olan Visa ve MasterCard lisanslı kredi kartı sayısı düzenli olarak artmış ve “2000 yılında 13,4 milyon adete ulaşmıştır” (BKM, 2000a:13) .

2000 yılında Türkiye’de yaşanan ekonomik kriz sonrasında bankacılık alanında sürdürülen yapılandırma çalışmaları çerçevesinde kartlı ödeme sektörünün altyapısının güçlendirilmesine yönelik gelişmeler de hız kazanmıştır.

2000 yılında Europay-MasterCard-Visa (EMV) chip spesifikasyonu (şartnamesi) uygulamasını başlatmış ve dünya genelinde tüm ülkelere bu standartlara uyumun sağlanması için belirli süreler tanımıştır. EMV spesifikasyonu, Europay-MasterCard ve Visa tarafından geliştirilen ve kartlı ödeme sisteminin işleyişinde global çerçevede bir endüstri standardı oluşturmaya yönelik, ortak kurallar bütünüdür (Visa Europe, 2009: 94). Bu standartlar; kartlar üzerinde çip bulunması, tüm işlemlerde şifre kullanılması ve dünyada kredi kartı sisteminin işlemesini sağlayan mevcut ülke altyapılarının ve kurallarının, EMV teknolojisini destekler hale getirilmesini sağlayarak sistemin işlerliğinin hızlandırılması ve güvenliğin artırılmasına yönelik bazı yenilikleri içermektedir (http://www.emvco.com/about_emv.aspx#foot (21 Ocak 2011)).

Bu çerçevede, 2000 yılında BKM ve ortaklarının "chip&PIN" uygulamasına geçiş kararı alması ile mevcut altyapıyı EMV standartları ile uyumlu hale getirmeye yönelik pek çok yenilik yapılmıştır. 2000 yılında BKM tarafından geliştirilen en önemli

yenilik; kart ihraç eden BKM üyelerinin yetkilendirme sistemine gönderdikleri, onaylı tüm işlemleri skorlandırarak şüpheli olanları üyelere bildiren “Ashpalia™ (Ulusal Risk İzleme Sistemi)”nin kullanılmaya başlanmasıdır (BKM, 2000a:3). Bu sistemin devreye girmesi ile güvenlik ve kredi kartı dolandırıcılığı/sahtekârlığı konusunda veri sağlayan BKM Ulusal Birleşik Uyarı Listesi (BUL), 2001 yılında uygulamadan kaldırılmıştır (BKM, 2001:16).

2001 yılında uygulanmaya başlanan “Merkezi İşyeri Veri Tabanı Projesi ile tüm üye işyerlerine ait bilgilerin ortak bir veri tabanında birleştirilmesi sağlanmış, ülke geneli hakkında detaylı raporların elde edilmesi kolaylaşmıştır” (BKM, 2001:8).

2003 yılından itibaren BKM Switch Sistemi'nin Visa ve MasterCard standartları ile uyumlaştırılması ve sistemin farklı güvenlik uygulamalarını kapsayacak şekilde geliştirilmesi süreci hız kazanmıştır (BKM, 2003:2).

Bu çerçevede, 2004 ve 2005 yılında da sürdürülen çalışmalar neticesinde, 2005 yılında “Avrupa’da finansal çözümler konusunda faaliyet gösteren en büyük kuruluşlardan olan ‘European Payments Consulting Association (EPCA)’ tarafından en yenilikçi ödeme süreçleri kategorisinde ‘Yüksek Takdir Ödülü’, BKM’ye verilmiştir” (BKM, 2005:2).

2006 yılı sonlarında Türkiye, "chip&PIN" uygulamasına entegrasyon sağlama konusunda Avrupa’da üçüncü ülke olmuştur (BKM, 2008b:47). Aynı yıl yürürlüğe giren 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile sistemde yer alan taraflar arası ilişkilerin düzenlenmesiyle, kredi kartı uygulamasının hukuki çerçevesinin netleştirilmesi sağlanmıştır. Böylece 2006 yılına kadar kredi kartı uygulaması ve sistemin işleyişinden kaynaklanan yasal sorunlar büyük ölçüde giderilmiştir.

2007 yılında, kredi kartıyla internet üzerinden yapılan alışverişlerde kart kullanıcıları ve ticari sitelere güvenli alışveriş imkanı sağlayan, BKM 3D Secure sistemi kullanılmaya başlanmıştır (BKM, 2007:33). Visa ve MasterCard tarafından geliştirilmiş olan 3D-Secure uygulaması, “kart sahibi ile e-ticaret yapan işyerinin işlem sırasında birbirlerini doğrulayabilmeleri üzerine kurulmuş üç boyutlu bir güvenlik uygulaması” (BKM, 2008b: 58) olarak tanımlanmaktadır

2007 yılı sonunda tamamlanan uyum sürecinde geliştirilen yenilikler “bir önceki dönem ile kıyaslandığında kayıp/çalıntı ve sahte kart dolandırıcılık giderlerinde %73 oranında düşüş sağlamıştır” (BKM, 2007:11).

2008 yılında ise, ‘BKM ve TURKCELL ortaklığı ile gerçekleştirilmiş olan 3D Secure ve ‘Turkcell Mobil İmza’ entegrasyonu ile mobil imzanın dünyada ilk kez kredi kartı ile yapılacak işlemlerde kullanılmaya başlanması sağlanmıştır” (Kaya, 2009a:20).

2009 yılında başlatılan ATM paylaşımı uygulaması ile banka kartlarının nakit çekim ve bakiye sorgulama işlemleri için tüm ATM’lerde kullanılabilmesi sağlanmış ve toplu taşıma ödemelerinin kartlı ödeme sistemine dâhil edilmesine yönelik proje çalışmaları başlatılmıştır (BKM, 2009a:8-10). 2009 yılı sonunda ayrıca, işyerlerindeki POS cihazlarının, maliyetinin düşürülmesi ve kullanım kolaylığının sağlanması amacıyla, tekilleştirilmesini içeren Ortak POS Yönetimi Sistemi uygulaması başlatılmıştır (BKM, 2009a:36-38). Bu uygulama ile farklı bankalara ait banka ve kredi kartı kabulü için üye işyerlerinin farklı POS cihazları kullanma zorunluluğunun ortadan kaldırılması ve üye işyeri maliyetlerinin azaltılması ile ödemelerde kart kullanımının yaygınlaştırılması hedeflenmektedir.

2010 yılı itibariyle Türk kartlı ödeme sisteminde temassız ve ön ödemeli kartlar ile NFC (Near Field Communication-Yakın Alan İletişimi) uygulamalarının entegrasyonu, tüketicinin bu konularda bilinçlendirilmesi ve teknolojik altyapının Avrupa standartlarına daha da uyumlaştırılmasına yönelik çalışmalar devam etmektedir.

Eylül 2010 itibariyle BKM tarafından yayınlanan güncel bilgilere ilişkin basın bülteninde: “Türk kartlı ödeme sisteminin Avrupa’da; 1,8 milyon POS sayısı ile birinci, 66 milyon banka kartı sayısı ile ikinci, 46 milyon kredi kartı sayısı ile üçüncü ve aylık 19 milyar TL ciro ile dördüncü en büyük pazar” (www.bkm.com.tr/basinbultenleri.aspx (20 Eylül 2010)) konumunda olduğu belirtilmektedir.

Teknolojik yeniliklere paralel olarak, geçmişten günümüze çok hızlı gelişen sektörde her geçen gün kendisinden öncekilerin pek çok özelliğini taşımakla birlikte, işlevsel açıdan öncekilerden farklı, yeni birtakım imkânlar sunan plastik kartlar sisteme dahil olmaktadır. Rekabet şartlarının ağırlaşması sistemin birer parçası olan tüm kurumları rakiplerinden ayrıcalıklı olma arayışına ittikçe, kartlar da fonksiyonel olarak karmaşıklaşmakta, kartlar arasında ayırım yapmak zorlaşmaktadır.

Kartlı ödeme sistemleri kapsamında ödeme aracı olarak kullanılmakta olan pek çok plastik kart çeşidi bulunmaktadır. Kredi kartları konusunda yapılmış olan bilimsel çalışmalarda, ödeme kartı olarak da adlandırılabilen olan plastik kart çeşitlerinin ortaya çıkışının kredi kartının gelişim süreciyle büyük ölçüde paralellik gösterdiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, “ödeme kartlarının ortak özellikleri; mal ve hizmet alımında kullanılmaları ve plastikten imal edilmiş olmalarıdır”(Yılmaz, 2000:8).

Mal ve hizmet alımında kullanılan plastik kartlar kullanıldığı yere ve amaca göre: “plastik kart, plastik para, ödeme kartı, ATM kartı, çek kartı, mağaza kartı (store cards), hazır kart, kredi kartı, banka kartı (debit cards), bankamatik kartı”(Yılmaz, 2000:8) gibi çeşitli isimler almaktadır.

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nda: “Kendi işyerleri ile sınırlı olmak üzere, mal ve hizmetlerin vadeli satışı ile alıcısının borç ve alacak durumunun izlenmesi amacıyla kart çıkaran kuruluşlar bu kanunun hükümlerine tabi değildir” (RG, 1 Mart 2006/ 26095, mad.2) denilerek, her türlü plastik kartın banka kartı ya da kredi kartı olarak kabul edilemeyeceği açıkça belirtilmiştir. Bu bağlamda Kırdaban (2005:14), “çeşitli kuruluşlar tarafından müşterilerine ödüllü, indirimli ve taksitli alışveriş yapma imkanı sunmak amacıyla çıkarılan kartların kredi kartı olarak kabul edilmelerinin mümkün olmadığı” şeklinde görüş belirtmektedir.

Öte yandan günümüzde bankacılık sektöründe öne çıkan ve kullanıcılarına, “bağlı olduğu bir veya birkaç vadesiz hesabın kullanılabilir bakiyesi kadar işlem yapabilme olanağı sağlayan” (BKM, 1997b:2), “debit cards” olarak da bilinen banka kartları da bazı yönleriyle kredi kartlarından farklıdır. Tez çalışması kapsamı dışına çıkmamak ve daha iyi ayırt edilebilmesini sağlamak düşüncesiyle, kredi kartı benzeri bazı ödeme araçlarına ikinci bölümde kısaca yer verilmiştir.

1.3. KREDİ KARTI SİSTEMİ

Genel olarak kredi kartı sistemi, “alışverişte kolaylık sağlamak amacıyla geliştirilen ve tüketicileri, nakit taşıma zorunluluğundan kurtarmak için düşünülmüş bir ödeme sistemi” (Kırçova, 2007:12) olarak tanımlanmaktadır. Bu sistemde yer alan katılımcılar; tüketiciler, kart ihraç eden finansal kuruluşlar (issuers), üye işyerleri, kart kabul eden finansal kuruluşlar (acquires) ve ulusal ağ sağlayıcılar (BKM gibi) ile

uluslararası ağ sağlayıcılardan (Visa, MasterCard gibi) oluşmaktadır. Kredi kartı sistemi içinde bu katılımcılar birbirleriyle bir dizi çift taraflı işlem ilişkisi içerisindedirler (Chakravorti, 2003:51-53). Kart kabul eden ya da kart ihraç eden finansal kuruluşlar genellikle bankalar olmakla birlikte, “kredi kartı terminolojisinde kredi kartı çıkarma işlemi “issuing”, kart kabul etme işlemi ise “acquiring” olarak adlandırılmaktadır” (Yılmaz, 2000:17). Kart ihraç eden kuruluş veya banka bu kartları gerçek veya tüzel kişilere ihraç ettiğinden, kart hamilinin bir gerçek kişi olması halinde kart ihraç eden banka sistemde ihraççı (issuer) olarak adlandırılırken; bankanın bir üye işyeri ile sözleşme yaparak sisteme katılması durumunda, banka kabulcü (acquire) olarak adlandırılmaktadır. Aynı banka hem ihraççı hem de kabulcü olabileceği gibi, kredi kartı ilişkisinde ihraççı ve kabulcü bankalar farklı da olabilir. Kredi kartı uygulamasının gelişimiyle, sisteme katılan taraf sayısı arttıkça başlangıçta iki taraflı olan sistem yapısı yerini üç ya da daha fazla katılımcının iştirak ettiği karma sistemlere bırakmıştır. Dolayısıyla katılımcılar arasındaki ilişkiler de karmaşıklaşmıştır. Bu bağlamda kredi kartı sistemleri, kredi kartlarının tarihi gelişim sürecine paralel olarak, sistemde yer alan katılımcı sayısına göre: iki taraflı sistem, üç taraflı sistem, karma sistem ve genişletilmiş üç taraflı sistem olarak dörde ayrılmaktadır.

1.3.1. İki Taraflı Sistem

İki taraflı kredi kartı sistemi, mal ve hizmet sunmak amacıyla kendi müşterilerine kredi kartı sağlayan bir ticari işletme veya kuruluş ile bu kartların hamili olan müşterilerden oluşan ve bu iki taraf arasındaki kredi ilişkisini içeren kredi kartı sistemi olarak tanımlanabilir. İki taraflı sistemde, “kredi kartını çıkaran kuruluş ile mal ve hizmet sunan kuruluş tek bir ticari işletmedir” (Hoşlan, 2007:62).

Müşteri, belirli bir süre boyunca kartı sağlayan kuruluştan yaptığı alışverişlerin bedelini, yine kart sağlayan kuruluşun dönem sonunda kendisine göndereceği hesap bildirim cetveline göre öder. “Bu ödemeler, sözleşmede öngörüldüğü şekilde, toplu olarak veya belli bir faiz karşılığında taksitle yapılabilmektedir” (Yılmaz, 2000:18).

İki taraflı kredi kartı sistemi, kredi kartı uygulamasının başlamasına öncülük eden (perakendeciler, lokantacılar, akaryakıt istasyonları vb.) işletmelerin müşterilerini kendilerine bağlamak, satış cirolarını arttırmak gibi amaçlarla kart uygulamasını

başlatmasıyla oluşmuştur. “Öğretide basit kart, tacir kartı, satıcı kredi kartı (Seller Credit Card), işletmeye özgü kart” (Teoman, 1996:47) olarak da adlandırılan bu kartların, gerçek bir kredi kartı sistemi olmadığı yönünde görüşler de bulunmaktadır. Teoman (1996:47), “işletmelerin müşterilerine kart olmadan da taksit yapması mümkün olduğundan iki taraflı sistemin kredi kartı uygulaması kapsamında yer alamayacağı” şeklinde görüş beyan etmektedir. Aynı zamanda bu tür kartlarla “kart hamiline ek bir kredi imkanının sağlanmaması, kart kullanımının yalnızca kartı çıkaran işletme ve onun şubeleriyle sınırlı olması” (Akipek, 2003:106), iki taraflı sistemin gerçek bir kredi kartı sistemi olarak görülmemesinin nedenleri arasındadır. Bu bağlamda, 2006 yılında kabul edilmiş olan 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nda da “ticari bir işletme tarafından müşterilerine, yalnızca kendi mallarını satın alma imkanı sunmak amacıyla çıkarılan kartlar bu kanunun kapsamı dışındadır” (RG, 1 Mart 2006/ 26095, mad.2) denilerek, bu tür kartlar kredi kartlarından ayrılmıştır.

1.3.2. Üç Taraflı Sistem

Üç taraflı kredi kartı sistemi; kart hamili, kart çıkaran kurum (issuer) ve üye işyeri olmak üzere üç katılımcıdan oluşmaktadır. Bu sistemin iki taraflı sistemden farkı, kartı çıkaran kurumun mal veya hizmet sunan bir işletme yerine, aracı bir finansal kurum olmasıdır. “Ülkemizde kredi kartı ihraç etme yetkisinin sadece bankalara verilmiş olması nedeniyle kredi kartı çıkartan kurumlar genellikle bankalardır” (Akipek, 2003:107).

Sistemde yer alan katılımcı sayısına göre “three-party systems (üç taraflı sistemler)” ya da taraflar arasında gerçekleşen işlem döngüsü bakımından “closed-loop systems (kapalı sistemler)” olarak da adlandırılan bu sistemde; kartı ihraç eden kurum (issuer), hem kart hamilinin hem de üye işyerinin ödeme işlemlerine ilişkin yetkilendirme sürecini üstlenmiştir (Sienkiewicz, 2001:4-5). Bir başka deyişle, kart hamili ile üye işyerinin bankası aynı bankadır.

Bu sistemde tüketiciler ve işyerleri arasındaki kart kuruluşu (banka), işyerlerinden “işlem başına sabit ve/veya işlem tutarlarının bir oranı şeklinde komisyon ücretleri alırken; tüketicilerden sabit dönemlik kart ücretleri ve/veya işlem tutarlarının bir oranı şeklinde ücret almak suretiyle ödeme işlemlerine aracılık etmektedir” (Yereli

ve Koç, 2010:4). Diğer taraftan “üç taraflı sistemin bir başka ayırt edici özelliği, aracı kurumun kart sahiplerinden ve üye işyerlerinden alınacak olan ücret ve komisyonları tek taraflı olarak belirlemesidir” (RK, 2009:7).

Kredi kartı sahibi tüketiciler, bu karta istinaden yapılan sözleşmeye göre kendilerine sunulan limit dahilinde, üye işyerinden alışveriş yapma ve kartı çıkartan bankadan nakit avans kullanma hakkına sahip olmaktadır (Çırpan, 2000:34).

Üye işyeri, sattığı mal bedellerini, kart hamiline imza ile onaylattığı harcama belgelerini (günümüzde POS cihazları sayesinde imzaya gerek kalmamıştır) kartı ihraç eden bankaya ibraz ederek tahsil ederken; kart hamilleri yaptıkları harcama bedellerini dönem sonunda banka tarafından kendilerine gönderilen hesap özeti (ekstre) doğrultusunda, yine aynı bankaya öderler. Günümüzde üç taraflı sistemin en iyi örneklerini “American Express ve Diners Club kredi kartları oluşturmaktadır” (Yereli ve Koç, 2010:5; RK, 2009:7; Kaya, 2009a:60).

1.3.3. Karma Sistem

Mal ve hizmet sunan birden fazla işletmenin bir araya gelerek ortak bir kredi kartı çıkartma yoluna gitmesiyle “karma kredi kartı sistemi” ortaya çıkmıştır. “Karma kredi kartı sistemi tüketicinin sahip olduğu kartı birden fazla işyerinde kullanabilmesine imkan vermesi yönüyle, iki taraflı sistemden ayrılmaktadır” (Buhur, 2004:24). İşleyiş bakımından hem iki taraflı hem de üç taraflı sistemin özelliklerini içermesi nedeniyle bu tür kredi kartı işbirlikleri karma sistem olarak adlandırılmıştır.

“Bu sistemin en tipik örneğini Universal Air Travel Plan (UATP) tarafından çıkartılan “Air Travel Card” oluşturmaktadır. Dünya genelinde pek çok hava yolu şirketi “Air Travel Card” üyesidir” (Yılmaz, 2000:23). “Kart hamili olan yolcu biletini kendisine kartı veren firmadan satın aldığı anda iki taraflı; kartı kabul eden diğer firmalardan satın aldığı anda ise üç taraflı sistem ilişkisi söz konusu olmaktadır” (Buhur, 2004:25; Teoman, 1996:49). Karma sistem kapsamındaki kredi kartları genellikle aynı bölgede ya da aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerce tüketiciye sunulmaktadır.

1.3.4. Genişletilmiş Üç Taraflı Sistem

1970’li yıllardan itibaren kredi kartı pazarının teknolojik gelişmeler ve globalleşme paralelinde şekillenmesi, kredi kartı sisteminde yer alan aktörlerin artmasına ve sistem yapısının karmaşıklaşmasına sebep olmuştur. 1977’de Visa’nın ve 1980’de MasterCard’ın piyasa da iki büyük lisans kuruluşu haline gelmesi, kredi kartı sistemine evrensel bir boyut kazandırmıştır.

Sistemde yer alan taraf sayısının artması kredi kartı sisteminin, temelde katılımcılar arasında sözleşmelere dayanan ikili ilişkileri kapsayan üç, dört ya da daha fazla katılımcıdan oluşan ağ ilişkilerine dönüşmesini sağlamıştır. Bu nedenle bilimsel çalışmalarda bu sistem; “dört taraflı sistem” (Yereli ve Koç, 2010:5; RK, 2009:6; Ari, 2008:18), “genişletilmiş (özellikli) üç taraflı sistem” (Kaya, 2009a:62; Buhur, 2004:23) ya da sadece “genişletilmiş üç taraflı sistem” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:29; Yılmaz, 2000:19; Çeker, 1997:11) olarak adlandırılmaktadır.

Genel olarak “genişletilmiş üç taraflı sistem” şeklinde adlandırılan ve günümüzde de geçerliliğini koruyan bu sistemde, “kredi kartı çıkartan bankalar uluslar arası ağ hizmeti sağlayan Visa, MasterCard gibi kart birliklerinden lisans almak suretiyle sisteme dahil olmaktadır” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:29). Uluslararası ödeme sistemi ağları olarak da adlandırılabilir olan bu kuruluşlar kart hamillerine, bu kartları kabul ve ihraç eden finansal kuruluşlara ve üye işyerlerine gerekli altyapı hizmetlerini sunmak üzere oluşturulmuş yatırım ortaklıklarıdır. Bir başka ifade ile bu kuruluşlar “ihraççılık ve kabulçülük yapan bankaların oluşturduğu birlikler olup” (RK, 2009:7), bir takım standartlar ve kurallar oluşturarak üyeleri arasında bilgi ve fon akışını elektronik olarak sağlayacak küresel iletişim ağı hizmeti sunmaktadır.

Bu standartlar ve kurallar, büyük ölçüde ağa üye kuruluşların, ağın kurumsal kimliğine, ağ üyelerine, ağ tarafından yürütülen markaların tüketiciler ve üye kuruluşlar tarafından kullanımı azaltıcı ve ağ maliyetlerini arttırıcı yönde zarar verebilecek uygulamalarını engellemeye yönelik güvenlik kurallarını içermektedir (Morse ve Raval, 2008:549). Bir bütün olarak değerlendirildiğinde, birbirine sözleşmelerle bağlı bir şebeke örgüt yapısı gösteren uluslararası ödeme sistemi ağları, hesaplaşma, yetkilendirme, takas ve komisyon bilgileri gibi tüm işlem verilerini binlerce üye ile paylaşmak zorunda olduklarından, open-loop (açık) sistemler olarak da

nitelendirilmektedir. Genel olarak open-loop sistemler bankalar arası işbirliği ve fon transferlerini içermektedir (Sienkiewicz, 2001:4-7). Bu kuruluşlar 5411 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nda "kartlı sistem kuruluşu" olarak adlandırılmıştır. Bir başka ifade ile genişletilmiş üç taraflı sistemde, "kartlı sistem kuruluşları ile kart çıkaran kuruluşlar ve bu kuruluşlar ile üye işyeri sözleşmesi yapan kuruluşlar ayrılmakta, sistem daha fazla tarafı kapsamakta yani genişlemektedir" (Hoşlan, 2007: 15).

Genişletilmiş üç taraflı sistemin diğer ayırt edici özelliği ise "sistemde yer alan kart sahipleri ve üye işyerlerinden alınacak olan ücret ve komisyonların, kartlı sistem kuruluşu yerine sisteme katılan ihraççı ve kabulcü bankalar tarafından belirlenmesidir" (RK, 2009:7).

Genişletilmiş üç taraflı sistemde:

- Lisans veren kartlı sistem kuruluşu (Visa, MasterCard, American Express vb.)
- Lisans alan ve kart ihraç eden banka (issuer)
- Kredi kartı hamili (tüketici)
- Ticari bir işletme ile üye işyeri sözleşmesi imzalayan banka (acquirer)
- Farklı bir banka ile üye işyeri sözleşmesi imzalamış olan ancak; kart hamilinin

kredi kartını da kendi işyerinde kabul eden ikinci bir ticari işletme olmak üzere beş taraf bulunmaktadır (Yılmaz, 2000:19-21).

Bankalar arası takas işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlayan ve aynı zamanda kartlı sistem kuruluşlarının belirlediği standartların ülke içerisinde işlerliğinin sağlanması ve denetlenmesinden sorumlu olan BKM gibi ulusal ağ sağlayıcıları da dikkate alınır, sistemin günümüzde altı katılımcıdan oluştuğu söylenebilir.

1.4. KREDİ KARTI SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ

Kredi kartı sisteminin işleyişinin daha iyi anlaşılabilmesi için bu bölümde kredi kartı sistemine ilişkin bazı terimler kısaca tanımlanmıştır:

Kredi kartı; bankalar ve yetkili kuruluşların müşterilerine belirli limitler dâhilinde açtıkları kredilerle, nakit kullanmaksızın mal ve hizmet alabilmeleri, nakit kredi çekebilmeleri için verdikleri ödeme aracıdır.

Kart hamili; banka veya kart çıkartmaya yetkili finansal kuruluş ile yapılan sözleşme dâhilinde, tarafına kart verilen gerçek veya tüzel kişidir. Gerçek kişi açısından tüketiciyi ifade eder.

Üye işyeri; banka veya finansal kuruluş ile yaptığı sözleşme çerçevesinde kredi kartı aracılığı ile mal ve hizmet satmayı kabul eden gerçek veya tüzel kişidir.

Kartlı sistem kuruluşu; kredi kartı veya banka kartı sistemini kuran ve bu sisteme göre kart çıkarma veya kart kabulü konusunda üye işyeri anlaşması yapma ve kredi kartı ihraç etme yetkisi (lisans) veren kuruluştur (Visa, MasterCard, Diners Club, American Express vb.).

Kart çıkaran kuruluş (issuer); sahip olduğu lisansa istinaden kart düzenleyerek, gerçek veya tüzel kişilere bu kartları pazarlayan banka veya diğer finansal kuruluştur. Bir başka deyişle, tüketicinin bankasıdır.

Üye işyeri anlaşması yapan kuruluş (acquirer); kart kabulünü sağlamak amacıyla işyerleriyle anlaşma yapan banka veya diğer kuruluştur. Bir başka deyişle, tüketicinin mal veya hizmet satın alacağı işyerinin bankasıdır.

Harcama belgesi; kredi kartıyla yapılan işlemlerle ilgili olarak üye işyeri tarafından düzenlenen belgedir. Ödeme işlemi, imprinter cihazı kullanılıyorsa kart hamili tarafından imzalanır; POS cihazı kullanılıyorsa cihazın verdiği (slip) çıktıdır ve imzaya gerek yoktur.

Alacak belgesi; kredi kartı kullanılarak alınmış olan mal veya hizmetin iadesi ya da yapılan işlemin iptali halinde, üye işyeri tarafından düzenlenip imzalanan belgedir.

Nakit ödeme belgesi; kredi kartı hamiline yapılan nakit ödemelerde düzenlenip kart hamili tarafından imzalanan belgedir.

Hesap ekstresi (Hesap özeti); kart hamilinin bir ay boyunca kredi kartı ile yaptığı işlemlerin dökümü ve bu işlemlerden doğan borcuna ilişkin bilgileri gösteren belgedir. Hesap ekstresinin ön yüzünde, kartla yapılan işlemlerin dökümü ile hesap kesim tarihi, son ödeme tarihi vb. bilgiler yer almaktadır. Arka yüzünde ise belgede kullanılan

kavramlar hakkında tanımlayıcı açıklamalar bulunur. Bu belge kredi kartını veren banka tarafından düzenlenerek belirli periyotlar halinde kart hamiline gönderilmektedir.

Hesap kesim tarihi; kredi kartı ile yapılan tüm işlemler için borç ve alacak hareketlerinin dökümünü gösteren hesap özeti düzenlendiği tarihtir.

Son ödeme tarihi; hesap özeti belirtilen borcun, en az asgari ödeme tutarının ödenmesi gereken son tarihtir.

Asgari ödeme tutarı; hesap özeti yer alan toplam borcun, asgari % 20 olmak üzere, bankaca belirlenen yüzde oranı ile çarpımı sonucu bulunan tutardır.

Kredi limiti; kredi kartı ile yapılacak tüm işlemler için bir hesap dönemi içerisinde (varsa ek kartlar dahil) tahsis edilen toplam azami kullanım sınırıdır.

Nakit avans limiti; kredi limiti içerisinde bankaca belirlenen miktar ve/veya oranda çekilebilecek nakit avans tutarını gösteren limittir. Nakit benzeri işlemler (kumar ve bahis işlemleri gibi) nakit avans olarak değerlendirilmektedir. Nakit avans limitinin kullanılmayan kısmı alışverişlerde kullanılabilir.

Devreden bakiye; bir önceki hesap özeti toplam borçtur.

Dönem içi borç; iki hesap kesim tarihi arasındaki dönemde yapılan harcamalar ile nakit avans çekimlerinin toplamıdır.

Dönem içi faiz, ücret ve yasal kesintiler; hesap özeti ait olduğu dönem içerisinde tahakkuk ettirilen faiz ve ücretler ile yasal kesintiler toplamıdır.

Dönem içi alacak kayıtları; hesap özeti ait olduğu dönem içerisinde yapılan ödeme, iade kaydı gibi alacak bakiyelerinin toplamıdır.

Kredi faizi; son ödeme tarihine kadar asgari tutarın ödenmesi, ancak tüm borcun ödenmemesi durumunda, 5464 sayılı yasa gereği TCMB' nin belirlediği ve üç ayda bir ilan ettiği azami kredi (dönem) faiz oranı aşılmamak kaydıyla tespit edilen, hesap özeti ön yüzünde belirtilen kredi (dönem) faiz oranı esas alınarak tahakkuk ettirilen faizdir.

Nakit avans faizi; kredi kartı ile yapılan yurt içi nakit avans işlemlerine, hesap özeti ön yüzünde belirtilen nakit avans faiz oranı esas alınarak, işlemin yapıldığı tarihten hesap kesim tarihine kadar azalan bakiye esas ile ödenmeyen borç üzerinden tahakkuk ettirilen faizdir. Devreden nakit avans bakiyesine, hesap kesim tarihinden

ödemenin yapıldığı tarihe kadar tahakkuk ettirilen faiz ise bir sonraki hesap özetinde dönem faizi içinde yer alacaktır.

Gecikme faizi; son ödeme tarihine kadar asgari ödeme tutarının ödenmemesi durumunda, 5464 sayılı yasa gereği TCMB'nin belirlediği ve üç ayda bir ilan ettiği azami gecikme faiz oranı aşılmamak kaydıyla tespit edilen, hesap özeti ön yüzünde belirtilen gecikme faiz oranı esas alınarak tahakkuk ettirilen faizdir.

Toplam faiz; dönem içerisinde tahakkuk eden nakit avans faizi, taksit faizi ve gecikme faizlerinin toplamıdır.

Limit aşım ücreti; kredi limitinin aşılması halinde aşılın tutar için hesap özeti ön yüzünde belirtilen oranda alınan ücrettir.

Nakit avans ücreti; nakit avans işlemlerinden, işlemin ATM, şube ya da yurt dışında yapılmasına göre ön yüzde belirtilen oran ve/veya tutarlarda alınan ücrettir.

Taksit faizi; ödenmeyen taksitli alışveriş tutarları için tahakkuk eden faizdir.

Yasal kesintiler; nakit avans ücreti ile toplam faiz üzerinden alınan BSMV (Bankacılık Sigorta Muameleleri Vergisi) ve KKDF (Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu) kesintileridir. Hesap özeti ön yüzünde yer alan oranlara bu kesintiler dahil değildir.

Otomatik vezne makineleri (ATM'ler); kart hamillerinin banka veya kredi kartı kullanarak, şifre ile mevduat veya kredi kartı hesaplarına ulaşmalarını sağlayan elektronik cihazlardır. Günümüzde ATM'ler bankaya girmeden neredeyse tüm bankacılık hizmetlerinden yararlanmaya imkan vermektedir.

Şifre (PIN); banka ve kredi kartlarında kart hamilinin hesabına ulaşmasını sağlayan nümerik değerlerdir. Kişiyeye özeldir. Kartın gerçek kart hamili tarafından kullanılıp kullanılmadığını belirler.

Imprinter; işyerinin kredi kartı kabul ederken kullandığı ve kredi kartının ön yüzündeki kabartma bilgilerini satış belgesi üzerine geçiren mekanik cihazdır. Imprinter ile yapılan işlemlerde işyeri, bankanın kredi kartları provizyon servisini telefonla arayarak kart numarasını verir ve işlem için onay talep eder.

Satış noktası terminali (POS); işyerlerinin kredi/banka kartı kabul ederken kullandığı elektronik cihazdır. Bu cihaz kartın arka yüzündeki manyetik şerit bilgilerini elektronik olarak okuyup satışla ilgili tüm bilgileri kredi kartını çıkaran banka

bilgisayarına aktarmaktadır. POS terminalleri kayıp, çalıntı, sahte düzenlenmiş ve çeşitli nedenlerle iptal edilerek geçersiz hale gelmiş olan kredi kartlarının otokontrolü sağlayarak, kartla yapılacak her işlem için bankadan provizyon almaktadır.

Provizyon (karşılık/kontrol); kartın limitinin müsait olup olmadığı, kartın kayıp/çalıntı kaydının bulunup bulunmadığının tespiti amacıyla telefonla ve/veya elektronik olarak yapılan işlemdir. POS ve ATM cihazlarında kartın cihazdan geçirilmesi ile provizyon on-line olarak alınır.

Otorizasyon (yetkilendirme); kart ihraç eden bankanın kendi kart hamili tarafından herhangi bir işyerinde yapılan alışverişin gerçekleşebilmesi için onay vermesidir.

Sanal satış noktası terminali (VPOS) ; internet üzerinden alışveriş yapılabilen işyerlerinin, kredi kartından tahsilât yapabilmelerini sağlayan bir POS yazılımıdır.

Kredi kartı sisteminde bankalar ya da finansal kuruluşlar kredi kartı ihraç etmek ya da kredi kartı kabul etmek şeklinde iki farklı rol üstlenebilmektedir. Türkiye’de kredi kartı sektöründe genellikle bankalar etkin rol oynadığından sistemin işleyişi yalnızca bankalar açısından değerlendirilmiştir.

Bir banka sisteme kredi kartı çıkarıp, pazarlayarak kar elde etmek amacıyla katılıyorsa ihraççı (issuer); farklı bankalarca çıkarılmış kredi kartlarını kabul ederek kar elde etmek amacıyla katılıyorsa kabulcü (acquirer) olarak adlandırılmaktadır. Tek bir banka aynı anda farklı markalı kredi kartları için hem ihraççı hem de kabulcü olarak sistemde yer alabilmektedir.

Kredi kartı ihracı ve kabulü bankanın kendi başına sistem kurarak yapabileceği bir faaliyet olduğu gibi, var olan bir sisteme entegre olarak bu sisteme ait kredi kartını ihraç veya kabul etme yetkisi almak şeklinde de gerçekleştirilebilmektedir. Ancak; böyle bir sistemin yoğun teknoloji ve yüksek değerde yatırım gerektirmesi nedeniyle Türkiye’de bankaların daha çok dünya genelinde kabul gören kartlı sistem kuruluşlarının kredi kartlarını ihraç ve kabul etmek şeklinde faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Ülkemizdeki uygulamaya göre kredi kartı sisteminde kart ihraç etmek isteyen bankalar (issuers), uluslararası ağ hizmeti sunan kartlı sistem kuruluşları ile (Visa, MasterCard vb.) lisans sözleşmesi imzalayarak, kendi ticari ünvanları ile lisansı veren

ağ kuruluşunun logosunu taşıyan kredi kartı çıkartma ve pazarlama yetkisi elde etmektedir. Kredi kartı sistemini test ederek, çalışır hale getiren ve lisans sözleşmesi imzalayan bankalar, 5464 sayılı Kanunun 4. maddesi gereği BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu)'dan izin almak zorundadır (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.4). “Lisans olarak kart çıkaran banka uluslararası ağ hizmeti sunan kartlı sistem kuruluşuna her yıl belli oranda telif (royalty) ödemektedir” (Reisoğlu, 2004:112).

Lisans yetkisi alan ihraççı bankalar ham kartları, lisansı veren ağ kuruluşunun belirlediği yetkili kuruluşlarda hazırlamak ve manyetik kartların belirlenen standartlara uygun olup olmadığını yine lisans veren ağ kuruluşuna onaylatmak zorundadır. Bu onay işlemi sonrasında lisans veren ağ kuruluşu ihraççı bankaya yalnızca o bankayı tanımlayan 6 haneli bir BIN (Bank Identification Number) /Prefix numarası verir. Daha sonra ihraççı banka bu kartların yurt içinde ve diğer bankalara ait POS terminallerinde kullanılabilmesi için, ulusal ağ kuruluşu ile (Türkiye’de BKM) ve Kredi Kayıt Bürosu ile iki ayrı üyelik sözleşmesi imzalamak zorundadır.

Kartların son şeklini alması sürecinin yoğun teknoloji gerektiren işlemler içermesi ve oldukça maliyetli olması bankaları, kart basımı, hesap özeti basımı, şifre basımı gibi faaliyetleri yurt içinde ve yurt dışında bulunan bazı aracı kurumlardan satın alma yoluna sevk etmektedir. Türkiye’de bu tür hizmetlerde en çok tercih edilen kuruluş geçmişte “Anadolu Kredi Kartları A.Ş.” (Yılmaz, 2000:96) iken; bilişim sektöründe meydana gelen gelişmelere paralel olarak bu alanda hizmet veren şirket sayısı artmıştır. Bu şirketler finans, telekomünikasyon, kamu ve perakende sektörlerine baskı/zarflama, ekstre basımı, kart kişiselleştirme ve POS ve ATM bakım hizmetleri gibi konularda dış kaynak kullanım hizmeti vermektedir. Günümüzde bankaların en çok tercih ettiği bazı şirketler: SERVUS Bilgisayar A.Ş., PROVUS Bilişim Hizmetleri, Bileşim Alternatif Dağıtım ve Ödeme Sistemleri A.Ş., Garanti Ödeme Sistemleri ve Teknoser Bilgisayar Hizmetleri San. ve Dış Tic. A.Ş. gibi hizmet sağlayıcılardır (BKM, 2009a:5).

Son halini alan kredi kartları üzerinde kabartma rakamlarla 16 haneli tanıtıcı kimlik numarası bulunur. Bunun “ilk altı hanesi bankayı tanımlayan BIN/Prefix numarası, sonraki üç hanesi kartı veren banka şubesinin sabit kodunu, diğer beş hane kart hamilinin banka şubesindeki kodunu, on beşinci hane kartın asli ya da ek kart oluşunu son hane ise kartın kontrol numarasını gösterir” (Baydemir, 2004:6).

Bankayı tanımlayan altı haneli BIN/Prefix kodunun “beşinci rakamı, kredi kartının türünü (gold, klasik vb.) belirtirken; altıncı rakamı kartın ortaklık kartı (Co-branded, Affinity vb.) olup olmadığını göstermektedir” (Kaya, 2009a:67).

İhraç edilecek olan kredi kartlarının limiti, 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun 9. maddesinde belirtilen sınırlılıklar dâhilinde, kartı ihraç eden banka tarafından ve gerçek veya tüzel kişinin gelir düzeyi ve ödeme gücüne göre belirlenmektedir. Buna göre, “bir gerçek kişinin sahip olduğu tüm kredi kartları için tanınacak olan toplam kredi kartları limiti, ilk yıl için ilgilinin aylık ortalama net gelirinin iki katını; ikinci yıl için ise dört katını aşamaz” (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.9).

Bankalar kart hamillerine verilecek olan kredi kartı limitlerini, “belirli kriterlere göre notlandırma (scoring) ile saptamakta ve bu limitleri üst düzey gelir grubunda yer alan müşterilere teminatsız olarak; orta ve alt gelir düzeyinde olanlara kefalet karşılığı” (Şakar, 2001:119) kullanmaktadır.

Basımı tamamlanan kredi kartları posta yolu ile ya da kurye aracılığı ile hamilin adresine teslim edilmekte veya hamilin banka şubesine çağırılması yoluyla verilmektedir. Kredi kartı şifreleri ise günümüzde güvenlik önlemlerinin artırılması nedeniyle, banka şubelerinden ya da banka çağrı merkezleri aracılığıyla öğrenilmektedir.

Kredi kartı sisteminde ihraççı bankalar, işyerleri ile üye işyeri sözleşmesi imzalamak suretiyle kabulcü (acquirer) olarak da faaliyet göstermektedir. Sisteme katılmak isteyen işletmeler ihraççı bankaya bir talep formu ile başvurmakta, bu başvurunun kabulü ve sözleşmenin imzalanması halinde, işletmeye banka tarafından kart amblemi, POS terminali, VPOS terminali gibi sistemin işleyişini sağlayacak araç ve gereçler, mülkiyeti bankaya ait olmak üzere, gönderilmektedir. Üye işyerinde kartın kabulü için gerekli alt yapının banka tarafından sağlanacağı 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nun 21. maddesi ile düzenlenmiştir.

POS ve VPOS terminalleri, üye işyerinin aylık kart harcamaları cirosu ve faaliyette bulunduğu sektör esas alınarak kabulcü banka tarafından belirlenen bir limit dâhilinde verilmektedir. Verilen cihazlar için gerekli olan sarf malzemeleri ise sözleşme devam ettiği sürece, yine kabulcü banka tarafından temin edilir (Denizbank Örnek Üye İşyeri Sözleşmesi, <http://www.denizbank.com.tr> (7 Kasım 2010)).

Üye işyerinin kartlar ile yapacağı aylık satış hacmi, kabulcü banka tarafından belirlenerek iş yerine bildirilmekte; üye işyerinin bu limitin altında kalması halinde bankanın zararını üye işyerine yansıtması, sözleşmenin feshedilmesi gibi yaptırımlar üye iş yeri sözleşmesi ile güvence altına alınmaktadır (Reisoğlu, 2004:108-109).

Bu sözleşme ile kabulcü banka, gerçek veya tüzel kişilerin bankaya ait kartla bu işyerinden yapacakları alışverişlerin toplam tutarı üzerinden belirli oranda komisyon ücreti, kullandırılan araç ve gereçler için yıllık kullanım ücreti ile uluslar arası işlemlerde kur farkı vb. kazançları sağladıktan sonra ödeme yapma hakkını güvenceye almaktadır. Üye işyeri ise kendi bankasının ihraç ettiği kredi kartları yanında farklı bankalarca ihraç edilmiş ve yurt içi/ yurt dışında kullanılmakta olan tüm kartları, şubelerinde kabul edeceğini taahhüt etmiş sayılmaktadır (Denizbank Örnek Üye İşyeri Sözleşmesi, <http://www.denizbank.com.tr> (7 Kasım 2010)).

Kredi kartı hamilleri bir üye işyerinden yaptığı alışverişleri kredi kartı ile ödemek istediğinde, kart üye işyeri temsilcisi tarafından POS terminalinden geçirilir. POS terminali kullanılarak önce üye işyerinin bankasına ulaşılmakta, kart hamilinin bankası ile iletişim kurulmaktadır. Kart hamilinin limiti müsaitse, kart hamilinin bankası üye işyerinin bankasına yetkilendirme (otorizasyon) verir ve kart hamilinden POS terminaline ya da POS terminaline bağlı bulunan ve "PINpad" denilen araca şifre girmesi istenir. Şifre doğru ise ödeme işlemi gerçekleşir ve POS terminalinden iki nüsha harcama belgesi (slip) alınır. Bunlardan birisi kart hamiline verilir, diğeri işyeri temsilcisi tarafından saklanır.

Üye işyerleri, sözleşmeleri gereği bir gün boyunca POS terminali ile yapılan tüm işlemleri gün sonunda yine POS terminali aracılığı ile kendi bankasına ulaştırmaktan ve bu işlemlerin banka kayıtları ile sayı ve tutar olarak bilgisayar ortamında saptamaktan sorumludur.

POS sahibi banka ise tüm işlem bilgilerini gün sonunda ulusal takas merkezine (Türkiye’de BKM) iletmektedir. "BKM bu şekilde tüm üyelerinden gelen bilgileri işleyerek bankalar arası takas işlemlerini gerçekleştirir, hesaplama raporlarını ve kart sahibi bankalara ilişkin dosyaları üretir" (Kaya, 2009a:68).

Kredi kartı sisteminde yurt içi takas ve hesaplama işlem süreci “gecikmeli mutabakat olarak adlandırılan, katılımcılar arasında gönderilen ve alınan ödemelerin biriktirilerek net tutarların önceden belirlenmiş bir zamanda sonuçlandırılması”

(Kirdaban, 2005:62) şeklinde işleyen DNS (Deffered Net Settlement-Gecikmeli Net Mutabakat) elektronik iletişim ağları aracılığı ile sağlanmaktadır. Bu ağlar sistemde taraflar arasında oluşan alacak ve borçların, ulusal kartlı sistem sağlayıcılarının ülke merkez bankalarında bulunan net hesaplarına aktarılmasını sağlamaktadır.

Ulusal düzeyde kredi kartı hesaplaşma işlemlerinde kullanılan bazı elektronik iletişim ağları İtalya’da BI-REL (Bank Of Italy Real-Time Gross Settlement System), Fransa’da RCB (Réseau Cartes Bancaires), Japonya’da CAFIS (Credit and Finance Information System) gibi isimler almıştır. Türkiye’de kredi kartları işlemleri BKM tarafından sağlanan Yurt İçi Takas ve Hesaplaşma Modülü ve Takas Merkezi aracılığı ile sonuçlandırılmaktadır.

Yurt dışı takas ve hesaplaşma işlemlerinde ise RTGS (Real Time Gross Settlement Sysytems-Gerçek Zamanlı Bire Bir Mutabakat Sistemi) iletişim ağları olarak adlandırılan SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication-Dünya Bankalararası Mali İletişim Sistemi) gibi uluslararası elektronik iletişim ağları ve CHIPS (Clearing House Interbank Payment System), CHAPS (Clearing House Automatic Payment System) gibi elektronik takas odaları sürece dahil olmaktadır (Parasız, 1997:187). Genel olarak DNS ve RTGS olarak ayrılmış olan bu ağlar, EFT sisteminin gelişmiş örnekleridir.

Türkiye’de bankalar arası takas ve hesaplaşma TCMB aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. BKM, Yurtiçi Takas ve Hesaplaşma Modülü ve Takas Merkezi aracılığı ile üyesi olan tüm banka veya finansal kuruluşlara kredi kartı işlemlerinden doğan borç ve alacak tutarlarını TCMB gözetimindeki BKM hesabına aktarmak suretiyle hizmet vermektedir (BIS, 2000:11).

“Takas ve hesaplaşma: işyerleri, anlaşmalı banka ve kartı çıkaran banka arasındaki para transferi işlemidir” (Alponat, 2006:32). Takas komisyonlarının genel amacı, sistemin toplam maliyet ve gelirlerinin taraflar arasında dağıtılmasını sağlamaktır (Bourreau ve Verdier, 2010:1799). Takas komisyon oranları, uygulamada ülkelere göre farklılık göstermektedir. “Bazı ülkelerde bu oran ağ hizmeti sunan kart birlikleri tarafından ayrı ayrı belirlenirken, ülkemizde BKM tarafından belirlenen ortak takas komisyon oranı geçerlidir” (Yereli ve Koç, 2010:6).

2010 yılı Kasım ayı itibariyle kredi kartı işlemleri için belirlenen takas komisyon oranı BSMV (Bankacılık Sigorta Muameleleri Vergisi) etkisi dâhil %0,91'dir

(<http://www.bkm.com.tr/takas-komisyonlari.aspx> (23 Kasım 2010)). Kredi kartlarına işletilen faizler, BSMV ve KKDF (Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu) oranları dikkate alınarak hesaplanmaktadır.

BKM tarafından ilgili bankalara gönderilen rapor ve dosyaların, kart sahibi bankalarca işlenerek müşteri hesaplarına yansıtılması sonucunda, borçlu bankalar TCMB'deki tek hesaba borç ödemesi yapmaktadırlar. TCMB ise borçların ödenmesi ile oluşan meblağı alacaklı bankalara paylaştırmaktadır. Yani, "TCMB tek hesabında ihraççı banka hesabına borç, kabulcü banka hesabına alacak kaydedilir" (Kaya, 2009a:68-69). "Günlük takas işlemleri sonucunda ortaya çıkan net borç tutarı ertesi gün en geç 12.00'a kadar EFT sistemi üzerinden BKM'nin TCMB nezdindeki hesabına aktarılır" (Yılmaz, 2000:110). Tüm bu işlem süreci sonrasında:

- Üye işyeri, yapılan alışverişlerin toplam tutarını kabulcü bankaya belirli bir komisyon (işyeri komisyonu) ödemek suretiyle yine kabulcü bankadan tahsil eder.
- Kabulcü banka, üye işyerine yaptığı ödemeleri, BKM vasıtası ile belirlenen bir takas komisyonunu ihraççı bankaya ödemek suretiyle, ihraççı bankadan tahsil eder.
- İhraççı banka ise, her ay satış tutarlarını ayrıntılı olarak gösteren bir hesap özeti (ekstre) kart hamiline göndermek suretiyle, harcama tutarına ücret, faiz, komisyon, vergi vb. ek ödemeleri yansıtarak kart hamilinden tahsil eder.

İhraççı ve kabulcü bankaların aynı banka olması halinde bir takas işlemi gerçekleşmediğinden bankalar arası takas maliyeti ortadan kalkmaktadır. Bu işlemler "takassız (on-us) işlemler" olarak adlandırılmaktadır. Bu durumda üye işyerinin alacaklarını tahsil etmek için ödeyeceği üye işyeri komisyonu da takaslı işlemlere göre daha düşüktür. Ayrıca üye işyerinin alacaklarını geç tahsil etmesi halinde, kabulcü bankalar üye işyerlerinden hiçbir komisyon almamaktadır (RK, 2009:5).

Kredi kartı piyasasında bir bankanın elde ettiği gelirler faiz gelirleri ve faiz dışı gelirler olmak üzere sınıflandırılabilir. Faiz gelirleri, kart hamilleri tarafından ödenen, son ödeme tarihinde kredi kartı borç bakiyesinin tamamının ödenmemesi ya da belirlenen minimum ödeme tutarının altında ödeme yapılması durumunda oluşan faiz ödemelerinden oluşmaktadır. Faiz dışı gelirler ise, yıllık kart ücretleri, takas komisyonları ve üye işyerlerine yapılan geri ödemelerden kesilen iskonto tutarlarıdır (Göllü, 2009:5-7).

Genel olarak değerlendirildiğinde kartı ihraç eden bankanın gelirlerini kart hamilinden alınan ücretler ve kabulü bankalardan alınan takas komisyonları; kabulü bankanın gelirlerini ise üye işyerlerinden alınan ücret ve komisyon gelirlerinden takas komisyonu çıkarıldıktan sonra kalan kısım oluşturmaktadır (Yereli ve Koç, 2010:7; Chakravorti, 2003:53).

Türkiye’de yurtiçi alışverişlerde kullanılan kartlar için geçerli olan takas komisyonları BKM tarafından belirlenirken; işyeri komisyon oranları bankalarca üye işyerleri ile yapılan sözleşmelerle belirlenmektedir.

ye işyeri komisyonları bankalar tarafından işyerlerine sunulan hizmetin fiyatı niteliğindedir. Bankalar üye işyeri komisyonlarını belirlerken ihraççı bankaya ödenen takas komisyonu, üye işyerinin işlem hacmi ve taksit sayısı gibi unsurları dikkate almaktadır (Reisoğlu, 2004:108).

Diğer taraftan ihraççı bankaların kredi kartı işlemlerine istinaden kart hamilinden tahsil edeceği azami akdi faiz ve gecikme faizi oranları  aylık dönemler halinde belirlenmekte ve düzenli olarak TCMB tarafından yayınlanmaktadır. Bankalar, TCMB tarafından açıklanan azami oranları aşmamak kaydı ile akdi faiz ve gecikme faizi oranlarını belirlemekte serbesttir.

Kredi kartı ile gerçekleştirilen işlemlerde “tarafların bankaları yurt içinde ise tüm takas ve hesaplaşma yalnızca BKM aracılığı ile sağlanırken”(ırpan, 2000:41); işlemin yurt dışında gerçekleştirilmesi halinde hesaplaşmalar Visa, MasterCard gibi uluslar arası kredi kartı kuruluşu aracılığı ile sağlanmaktadır (Reisoğlu, 2004:110).

İKİNCİ BÖLÜM

KREDİ KARTI ÖDEME AĞLARI, KREDİ KARTI TÜRLERİ, TÜRKİYE'DE SİSTEMİN DURUMU ve SORUNLAR

2.1. KREDİ KARTI ÖDEME AĞLARI

Genel olarak ödeme sistemleri ya da ödeme ağları ekonomik birimler arasında fon aktarımının etkin olarak sağlanması, fon yönetiminin kolaylaştırılması, riskin ve maliyetin en aza indirgenerek bankacılık sisteminde yeni hizmet geliştirme fırsatının oluşturulmasını amaçlayan sistemleri ifade etmektedir (<http://www.tcmb.gov.tr/yeni/osi/I1Tr.htm> (02 Kasım 2010)).

Bu bağlamda, kartlı ödeme ağlarının da asıl amacı kendi kurumsal kimliği, ortakları olan finansal kuruluşlar, üye işyerleri ve tüketiciler arasında birikimlerin mübadelesini en düşük maliyet ve riskle, standart kurallar çerçevesinde sağlamaya yönelik teknolojik altyapı hizmeti sunmaktır.

Günümüzde ticari kar elde etme amaçlı kurulmuş tüm işletmelerin ortak amacı rekabete karşı ayakta kalabilmek ve müşterinin gözünde kendisine bir değer yaratacak fırsatları araştırmaktır. Bu açıdan bakıldığında finansal kuruluşları, bankaları, perakendecileri ve tüketicileri bir araya getirerek ortak bir katma değer zinciri oluşturan kartlı ödeme ağları tüm katılımcılarına önemli yararlar sağlamaktadır.

Bu şekilde oluşmuş bir ağın tüketici açısından oluşturduğu değer sahip olduğu kartın daha fazla işyerinde kullanılabilir olması; üye işyeri açısından oluşturduğu değer ise kabul ettiği kartın daha fazla tüketici tarafından kullanılmakta olmasıdır. Kart edinen her tüketici ve kart kabul eden her üye işyeri, diğer kart hamilleri ile diğer üye işyerlerinin de ödeme ağından elde ettiği faydayı arttırmaktadır (Morse ve Raval, 2008:552; Hunt, 2003:84). Bu bağlamda, kredi kartı piyasasında talep yapıları farklı gruplar arasında ikili ilişkiler bulunduğundan tarafların elde edecekleri fayda her zaman birbirine bağlıdır (Evans, 2003: 4-5).

Olumlu etkilerine karşın, “dünya genelinde dört taraflı sistemler olarak adlandırılan Visa ve MasterCard gibi kuruluşların kredi kartı pazar paylarının daha

yüksek oluşu” (Yereli ve Koç, 2010:6; Reisoğlu, 2004:100) bu kuruluşların rekabeti kısıtlayıcı etkilerine dikkat çeken görüşlerin yaygınlaşmasına neden olmuştur. Örneğin, "Avrupa Komisyonu tarafından yapılan ölçümlere göre Visa ve MasterCard'ın Avrupa GSYH'nın %2-3'üne tekabül eden sistem maliyeti ile kredi kartı ve banka kartı pazarının %97'sine hakim olduğu tahmin edilmektedir" (Huchzermeier ve Heyden, 2007:56).

Huchzermeier ve Heyden (2007:54-59) tarafından yazılan makalede, günümüzde bu kuruluşların duopol derecesinde güçlenerek kartlı ödeme sistemi pazarına hakim hale geldiğine dikkat çekilmektedir. Makalede yapılan değerlendirmede, Visa ve MasterCard ödeme ağlarının kurucu ortaklarının büyük ölçüde kartları ihraç/kabul eden banka ya da finansal kuruluşlardan oluşması ve ağ kurallarının yine bu kuruluşlarca belirleniyor olmasının, rekabeti engelleyici yönleri ele alınmıştır. Bu bağlamda perakendeciler açısından, günümüzde herhangi bir kartlı sistem kuruluşuna üye olmadan faaliyet gösterme şansının olmadığı dikkate alındığında, kart kabulü açısından bu kuruluşların kartları dışında farklı bir tercih yapma şansının kalmadığı vurgulanmaktadır. Bunlara ek olarak tüketicilerin de yaptığı işlemin gerçek maliyeti hakkında hiçbir bilgisinin bulunmayışının, piyasada fiyat karşılaştırmasının rekabeti teşvik edici özelliğini yok ettiğine dikkat çekilmektedir.

Günümüzde kredi kartı sisteminde sistemi kurarak organizasyonunu sağlayan ve uluslararası kartlı ödeme ağ hizmeti sunan büyük çaplı beş adet kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar bankalara ve sistemin bir parçası olan finansal kuruluşlara kredi kartı ihraç lisansı vermek ve bunun işletilebilmesi için ağ altyapısı sağlamak şeklinde faaliyet göstermektedir. “Türkiye’de faaliyet gösteren kartlı ödeme ağları genellikle yabancı ülkelerdeki yatırımcıların ortaklıkları şeklindedir” (Kaya, 2009a:34).

Kredi kartı ağları kapalı ve açık ağlar olarak ikiye ayrılmaktadır. American Express ve Diners Club gibi kapalı ağlarda; ihraççılık, kabulcülük ve ağın işletimi ağ kurucusu tarafından yönetilmektedir. Bir başka ifade ile kredi kartını ihraç eden ve kabul eden kuruluşlar ile sistem tek bir kuruluşa aittir. Visa, MasterCard gibi açık ağlar ise ağın üyesi olan ihraççı, kabulcü veya aynı bankanın hem ihraççı hem de kabulcü olarak yer alabildiği sistemlerdir. Ağ işleticisi bunlardan ayrılır ve kabulcüler tarafından ihraççılara ödenecek olan takas komisyonlarını belirler. Ağı işleten ve kar amacı gütmeyen bu kuruluşların asıl amacı, üyeleri arasındaki işlemler için takas

komisyonlarını belirlemek ve sistemin işleyişini sağlayacak kural ve standartlar geliştirmektir (Chakravorti, 2003:54). Türkiye’de ve dünyada kabul gören yaygın ağ yapısına sahip beş büyük önemli kartlı ödeme sistemi kuruluşu: “Visa, MasterCard, American Express, Japan Credit Breau ve Diners Club” şeklinde sıralanmaktadır (<http://www.bkm.com.tr/odeme-sistemleri.aspx> (14 Kasım 2010)).

2.1.1. Visa International ve Visa Europe

Dünyada kartlı ödeme sistemleri içerisinde yaygın ağ yapısına sahip en büyük kuruluş olan Visa Inc., 200’den fazla ülke ve bölgede 20 binden fazla üye finansal kuruluşun ortak olduğu; tüketiciler, işletmeler, bankalar ve ülke otoriteleri arasında iletişim sağlayan, nakit ve çek yerine dijital para ile ödeme imkanı sunan küresel bir ödeme ağı kuruluşudur. Dünya genelinde üye işyeri sayısı 18 milyonun üzerindedir. Visa’nın faaliyet alanları, kartlı ödeme işlemlerinde yetkilendirme ve takas için ağ kurmak ve yönetmek, sistemin kurallarını oluşturmak, üyelik şartlarını ve üye kuruluşların faaliyetlerini düzenlemektir.

Visa Inc., Visa Kanada, Visa ABD ve Asya Pasifik, Latin Amerika, Karayipler, Orta ve Doğu Avrupa ile Afrika’yı kapsayan bir anonim şirket ortaklığıdır. Merkezi ABD’de olup, dünya genelindeki bölgesel ofisleri aracılığı ile ilgili banka ve finansal kuruluşlarla üyelik ve lisans anlaşmaları yaparak faaliyet göstermektedir. Visa Inc. 2009 yıllık raporuna göre, “Dünya genelinde Visa markalı banka ve kredi kartı sayısı 1.7 milyardır ve Visa Inc. ağı ile gerçekleşen işlem hacmi yaklaşık 5.0 trilyon dolardır” (Visa Annual Report, 2009: i).

Visa küresel ödeme ağı “VisaNet” olarak adlandırılmakta olup bu ağın günümüzde saniyede yirmi binden fazla işlem yapabilme kapasitesine sahip olduğu bilinmektedir (<http://corporate.visa.com/about-visa/our-business-index.Shtml>(14 Kasım 2010)). “Visa, dünya genelinde 6 bölgeye ayrılmış bulunmaktadır. Ülkemizdeki bankalar Visa nezdinde Avrupa Birliği Bölgesi’nde yer almaktadır” (Yılmaz, 2000: 197).

Türkiye’de ödeme sistemleri içerisinde öncü kuruluşlardan olan Visa markası, Visa Europe dahilinde faaliyet gösteren Visa Türkiye tarafından yürütülmektedir. 2009 yılı sonu itibariyle Türkiye’de kullanımda olan Visa logolu toplam kredi kartı sayısı 24

milyon adet olup bu kartların alışverişlerde kullanım hacmi 91 milyar TL'dir (<http://visa.com.tr/basinodasi/basinbultenleri/press3.jsp> (15 Kasım 2010)).

Visa Inc., Avrupa Komisyonu'nun Pazar yapısını şeffaflaştırmaya yönelik geliştirdiği "Tek Bir Euro Ödeme Alanı (SEPA-Single Payments Area)" projesine destek vererek, 2006 yılında Visa Inc. olarak yalnızca Avrupa dışında kalan bölgelere hizmet vereceğini; Visa Europe ise Avrupa pazarına odaklanarak faaliyetlerine devam edeceğini açıklamıştır. 2004 yılında kurulan Visa Europe, 2007 yılında Avrupa'ya özel bir lisans sağlayıcı olarak bağımsız hale gelmiştir. Merkezi Londra'da bulunan kuruluş, günümüzde 4000 Avrupa bankası ve 360 milyondan fazla Visa logolu banka kartı, kredi kartı, ön ödemeli kart ve ticari kart sağlayıcısı üyesi bulunan bir üyelik ortaklığıdır (<http://www.visa.com.tr/basinodasi/visahakkindabilgiler/main.jsp>(14 Kasım 2010)).

Visa Europe tarafından yayınlanan "Avrupa Harcama Trendleri Raporu"na göre, Visa markalı kartlarla Avrupa'da gerçekleşen işlem hacmi 1.4 trilyon Euro; banka kartları, kredi kartları ve ön ödemeli kartlarla yapılan toplam harcama tutarı ise 2010 yılının ilk çeyreğinde 230 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir (Visa European Spending Trends Report, 2010:1).

2.1.2. MasterCard International

Dünya genelinde kartlı ödeme ağ sağlayıcısı olarak pazara hakim kuruluşlardan olan MasterCard Inc., Mayıs 2001'de kurulan Delaware anonim şirket ortaklığı olup merkezi ABD'dedir. MasterCard, MasterCard Electronic, Maestro ve Cirrus markalı ödeme kartları için piyasada ödeme çözümleri sağlamakta, tüm üyelerine servis ve destek hizmeti sunarak bu markaların yönetimi için kural ve standartlar geliştirerek uygulamaktadır (Kaya, 2009a:56).

"Daha önce 'Euro Card' ve 'MasterCard' markaları ile ayrı ayrı çıkarılan kredi kartları Europay Inc. ile MasterCard Inc.'nin birleşmesi ile tek kart haline dönüşmüştür" (Yılmaz, 2000:198).

MasterCard Inc.'nin 2009 yılı faaliyet raporuna göre: MasterCard markalı tüm kartlarla yapılan işlem hacmi 2009'da dolar bazında brüt 2.5 trilyon olarak gerçekleşmiştir. 2009'da MasterCard ağı üzerinde 22 milyar işlem gerçekleşmiştir ve Aralık 2009 itibariyle MasterCard markalı kredi kartı ve banka kartı sayısı 966 milyon

adettir. Bu rakama ödeme kartları ve ticari kartlar da dâhil edildiğinde toplam kart sayısı 1.6 milyardır. Günümüzde MasterCard logolu kartlar dünya genelinde 30 milyondan fazla noktada kullanılabilir.

Küresel bir ödeme ağı olan MasterCard'ın işlem ağı "MasterCard Worldwide" olarak adlandırılmakta ve ağ üzerinde yaklaşık olarak 23.000 finansal kuruluş ile 210'dan fazla ülke ve bölgede faaliyet gösteren 15 milyondan fazla üye işyeri tarafından, 150 farklı para birimi üzerinden işlem yapılabilmektedir. Genel olarak bu ağ üzerinde gerçekleşen işlem büyüklüğünün saatte 140 milyonun üzerinde olduğu bilinmektedir (MasterCard Annual Report, 2009:2-7).

2.1.3. JCB (Japan Credit Bureau) International

"Japonya bankalarının kredi kartı operasyonlarını kendi kendilerine yapmalarının yasaklanması nedeniyle 1961 yılında yerel işlemleri gerçekleştirmek amacıyla Sanwa Bank tarafından kurulmuş olan bir kartlı ödeme sistemi olan JCB" (Yılmaz, 2000:200), 1985'lerden günümüze yaygın olarak kabul gören evrensel bir yapıya kavuşmuştur.

Günümüzde dünya genelinde kullanımda olan 64.21 milyon JCB kart, 190 ülke ve bölgede 350'den fazla finansal kuruluş ve 16.41 milyon üye işyeri tarafından kabul görmektedir. Merkezi Japonya'da olan kuruluş, Asya Pasifik, Avrupa ve Amerika olmak üzere dört farklı bölgedeki ofisleri aracılığı ile hizmet sağlamaktadır (<https://www.jcbinternational.com/htm/about/brief.html> (13 Kasım 2010)).

2.1.4. American Express International

Dünya çapında evrensel kullanım özelliğine sahip American Express markalı kartların sunucusu olan American Express Inc., "yüz yirmiden fazla ülkede yaklaşık 110 ortaklığı ile faaliyet gösteren uluslararası bir finans kuruluşudur" (www.americanexpress.com.tr (10 Kasım 2010)). Merkezi ABD'de bulunan kuruluş, 1958 yılından günümüze "kart pazarında özellikle seyahat ve eğlence alanında hizmet sunmaktadır" (Kaya, 2009a:57; Kırçova, 2007:20; Yılmaz, 2000:199).

İlk kez 1850’de NewYork’ta kurye şirketi olarak kurulan American Express, 1891’den itibaren müşterilerine nakit ve önemli finansal evrakları taşıma, seyahat planlama ve seyahat çeki, seyahat kredisi gibi hizmetler sunmaya başlamıştır. 1958’den itibaren kredili satış kartı hizmetine yönelen şirket, 1977’den sonra American Express International Banking Corporation ve Frieman’s Fund Insurance Companies ile seyahat organizasyonu ve finansal hizmetler alanında büyüyerek uluslararası bir finansal kuruluşa dönüşmüştür (Freedman ve Simon, 1998:2).

1986 yılı sonunda yaklaşık 30 farklı para birimiyle işlem gören kartları piyasaya sürmüştür (Çırpan, 2000:56). Dünya genelinde kullanımda olan American Express markalı kart sayısının 2008’de 4.3 milyon adet, ABD’de ise 1.7 milyon olduğu bilinmektedir (Nilson Report, 2010:7). Türkiye’de 2000 yılında American Express markalı kartlar Akbank T.A.Ş. tarafından ihraç edilmekteyken (Yılmaz, 2000:199), 2006 yılından bu yana Garanti Bankası A.Ş. tarafından ihraç edilmektedir. “450.000’den fazla Kart üyesiyle ve 300.000’in üzerinde bağlı üye işyerinden oluşan bir örgütlenme ağıyla, American Express Garanti, Türkiye’de kredi kartı pazarında önemli bir paya sahiptir” ([http:// www2.americanexpress.com.tr](http://www2.americanexpress.com.tr) (10 Kasım 2010)).

2.1.5. Diners Club International

“İlk kez 1950’de çıkarılmaya başlanan ve kulüp üyelerine New York ve çevresindeki belirli otel ve restoranlarda geçerli olmak üzere verilmiş olan” (Çırpan, 2000:56) Diners’ Club kartlar, dünyanın ilk kredi kartı olma özelliğine sahiptir.

Küresel olarak yaygın kart sistemi ağ kuruluşlarından olan Diners Club International Inc., kredi kartı ihraç eden ve elektronik ödeme hizmetleri sunan Discover Financial Services şirket ortaklığıdır. Günümüzde Diners Club kredi kartları, 185 ülke ve bölgede, 750.000’den fazla ödeme noktasında ve ATM’de kabul görmektedir (<http://dinersclubinternational.com/about-us.html> (13 Kasım 2010)) .

2.2. KREDİ KARTLARININ SINIFLANDIRILMASI

Teknolojik yeniliklere paralel olarak, geçmişten günümüze çok hızlı gelişen sektörde her geçen gün kendisinden öncekilerin pek çok özelliğini taşımakla birlikte,

işlevsel açıdan öncekilerden farklı, yeni birtakım imkânlar sunan plastik kartlar sisteme dahil olmaktadır. Rekabet şartlarının ağırlaşması sistemin birer parçası olan tüm kurumları, rakiplerinden ayrıcalıklı olma arayışına ittikçe kartlar da fonksiyonel olarak karmaşıklaşmakta, kartlar arasında ayırım yapmak zorlaşmaktadır.

Genel olarak kredi kartları, kullanım yetkisi açısından bireysel kredi kartları ve şirket kredi kartları şeklinde gruplandırılabilceği gibi, kullanım yetkisinin hukuki boyutu açısından da asli kartlar ve ek kartlar olarak bir ayırma tabi tutulabilir. Bu ayırım dışında kredi kartları, kartı ihraç eden kurumların, müşterilerini sosyo-ekonomik açıdan gelir düzeyine göre gruplandırması açısından klasik, premium şeklinde ayrılmakla birlikte; hitap ettiği grup açısından taşıdığı işlevsel özellikler de farklıdır.

Son olarak kredi kartları, kredi kartı sisteminde yer alan tarafların marka bilinirliğini, pazar paylarını, müşteri potansiyellerini ve ticari karlarını arttırarak rekabet avantajı sağlamak amaçlı giriştikleri arayışlar sonucunda oluşan programlar dahilinde bir ayırma tabi tutulabilir. Bu programlar teknolojik imkanlar dahilinde kredi kartlarına ortak kart (co-branding/multibranding), akıllı kart (smart card), sanal kart (virtual card) gibi farklı isimler yanında; tüketiciye sunulan ayrıcalıklar bakımından da farklı fonksiyonel özellikler kazandırmıştır.

Bu bölümde kredi kartları; kullanım yetkisi açısından, işlevlerine göre ve kredi kartını çıkaran kurum açısından dahil olabileceği kredi kartı programına göre gruplandırılarak incelenmiştir.

2.2.1. Kullanım Yetkisi Açısından

Kredi kartları, kartın kullanım yetkisi bakımından kredi kartları bireysel kredi kartları ve şirket kredi kartları olarak ayrılırken kullanım yetkisinin hukuki boyutu yönünden asli kartlar ve ek kartlar şeklinde sınıflandırılabilir.

2.2.1.1. Bireysel Kredi Kartları ve Şirket Kredi Kartları

Bireysel kredi kartları, “Bir gerçek kişi adına düzenlenen, başkaları tarafından kullanılmayan ve ödeme sorumluluğunun yalnızca kart sahibine ait olduğu kredi kartı

türü” (İşgüzar, 2003:45) olarak tanımlanabilir. Bir başka ifade ile bireysel kredi kartı, şahsi kredi kartıdır.

Kredi kartının bir tüzel kişilik adına ya da bu tüzel kişiliği temsil eden kişi adına çıkarılması halinde ise bu kart şirket kredi kartı olarak adlandırılmaktadır. 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’nda belirtildiği gibi kredi kartları gerçek veya tüzel kişilerin kullanımına sunulan bir finansman aracıdır (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.3). Şirket kartları, “yalnızca şirket unvanını taşıyan ve farklı gerçek kişilerin kullanımına açık şekilde ‘beyaz firma kartları’ olarak düzenlenebileceği gibi; şirkette görevli bir kişi adına ek kart olarak da düzenlenebilmektedir” (Teoman, 1996:54). Bu bağlamda şirket kredi kartlarının kullanıcıları genellikle büyük şirketlerin üst düzey yöneticileri, pazarlama elemanları veya iş adamlarıdır (Kırçova, 2007:18; Bakır, 2000:197).

Şirket kartları, genellikle “işveren adına ya da personel adına çıkarıldığından bireysel nitelikli olmakla birlikte, yapılacak harcamalardan kartı kullanan çalışan ile birlikte işletmenin bir tüzel kişilik olarak beraberce sorumlu olmaları” (Çeker, 1997:42; Teoman, 1996:54; Kaya, 2009a:79) yönüyle bireysel kartlardan ayrılmaktadır. “Bu tür kredi kartları daha çok şirketi temsil eden kişilerin yapacağı harcamalarda kullanılmak üzere limitsiz olarak çıkarılmaktadır” (Aydın, 1991:15).

2.2.1.2. Asli Kartlar ve Ek Kartlar

Genel olarak “tüm bireysel kredi kartları ve şirket kredi kartları bir gerçek veya tüzel kişinin nam ve hesabına çıkarıldığından hukuki yönden, asli kredi kartı olarak nitelendirilmektedir” (Çırpan, 2000:55; Teoman, 1996:55).

Kart ihraç eden kuruluşlar tarafından asıl kart hamilinin belirleyeceği kişilere yine “asıl kart hamilinin verdiği yetkiye istinaden verilen ve verildiği kişiye, asıl kart hamilinin hesabından karşılanmak üzere mal ve hizmet alımı ile nakit çekme imkanı tanıyan” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:147) kartlar ise ek kart olarak adlandırılmaktadır.

Ek kartlar, aile kartları olarak asıl kart hamilinin eşi ve çocukları için düzenlenebileceği gibi; şirket kredi kartlarına bağlı olarak şirketi temsil eden personel adına da düzenlenebilmektedir. Ek kart sahibinin kullanım yetkisi asıl kart sahibi

tarafından sınırlandırılabilirdi gibi, “yapılan harcamaların geri ödenmesi açısından ek kart sahibi de asıl kart sahibi ile birlikte sorumludur” (Reisoğlu, 2004:105).

2.2.2. İşlevlerine Göre Kredi Kartları

Bankaların pazardaki müşterilerin çeşitli özelliklerine göre geliştirdiği kredi kartı programları çerçevesinde tüketiciye gelir düzeyi ile orantılı şekilde sunduğu kredi kartları, işlevsel özellikleri bakımından iki düzeyde incelenebilir. Farklı bankaların kredi kartı birimlerinde çalışan personelleri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere göre, "klasik düzey" kredi kartları orta seviyeli gelir grubunda bulunan tüketicilere yöneliktir. "Premium" düzeyindeki kredi kartları ise üst gelir düzeyindeki tüketicilere yönelik olup kendi içerisinde “gold” ve “platinum” ya da “premier” olarak ayrılmakta ve bu kartlar klasik kartların sunduğu tüm işlevleri içermektedir.

Genel olarak "Premium" serisindeki kartlar, hem yurt içinde hem de yurt dışında geçerliliği olan uluslararası kartlardır. Bu kartlar üst gelir seviyesine mensup kişilere veya firmalara, yüksek harcama ve iş yeri limitleri, ücretsiz sigorta imkânları gibi hizmetler sunmak amacıyla hazırlanmıştır. Genellikle yurt dışında yapılan harcamaları Dolar ya da Euro üzerinden, yurtiçinde yapılan harcamaları ise Türk Lirası üzerinden (ekstre) hesap özeti edilen kartlardır. Klasik ve premium sınıflandırması altında tüketiciye sunulan kredi kartları, kart ihraç eden bankaya göre farklı isimler alabilmekte, kredi kartına ödenen üyelik ücretleri ile kredi kartı ile sunulan avantajlar değişebilmektedir.

2.2.3. Kredi Kartını Çıkaran Kuruma Göre Kredi Kartları

Kredi kartları, kredi kartını ihraç eden kuruma göre genel olarak dört başlık altında incelenebilir.

2.2.3.1. Mağaza Kredi Kartları ve Banka Kredi Kartları

Günümüzde kredi kartları, perakendeciler ya da mağazalar tarafından çıkarılabildiği gibi bankalar tarafından da çıkarılabilmektedir. Perakendeciler ya da

mağazaların “satışları arttırıcı bir araç olarak geliştirdikleri kredi kartlarının işleyişi banka kredi kartlarına benzer niteliktedir” (Kırçova, 2007:16).

Perakende zincirleri tarafından sunulan bireysel kartlar ya da mağaza kartları tüketicinin, kartı çıkaran mağazanın bağlı tüm şubelerinden alışveriş yapmasına imkan verir. Belirli bir dönem boyunca yapılan tüm alışverişler dönem sonunda kart sahibi müşteri tarafından belirli taksitler dahilinde mağazanın birlikte çalıştığı bankaya ya da finansal kuruluşa ödenir. Amerika’da kullanımdaki kredi kartlarının büyük kısmını mağaza kartları oluşturmaktadır (Carlton ve Frankel, 1995:646). İngiltere’de Mark’s & Spencer mağazalar grubu tarafından sunulan kartlar bu tür kartların en iyi örneğini oluşturmaktadır (Alpergin, 1990:23).

Ülkemizde ise Benkar Kart Hizmetleri AŞ tarafından sunulan ve 19 kuruluşun mağazalarında geçerli olmak üzere çıkarılan "Advantage kart" mağaza kartı uygulamasının en gelişmiş örneği olarak gösterilmektedir (Yılmaz, 2000:163).

Çırpan (2000:53), bu tür kart programlarında kart limiti, kart borcuna işletilecek faiz oranı gibi değişkenlerin mağazaya göre değiştiğini belirtmekte, bu tür kartlara örnek olarak Türkiye’de Beymen, Vakko, Çarşı gibi mağaza gruplarının sunduğu kartları göstermektedir.

American Express Green Card, Discover Card, Card Blanche, Diners’ Club gibi kuruluşların sunduğu ödeme kartları ise, tek bir firma tarafından ihraç edilmekte ve pek çok farklı yerde alışveriş yapmaya imkân vermektedir (Carlton ve Frankel, 1995:646). Bu kartlar daha çok seyahat ve dinlence sektöründe faaliyette olan firmalarca kullandırıldığından seyahat ve eğlence kartları, ödeme kartları (charge card), borç kartı gibi isimler almaktadır. Bu tür kartlarda “kart hamilinden yıllık kullanım bedeli alındığından ve borcun tamamı dönem sonunda topluca ödendiğinden” (Yetim, 1997:145), günümüzdeki kredi kartlarından farklı bir uygulama söz konusudur.

Bankaların çıkardığı kredi kartları ise genel amaçlı kredi kartları olarak, kart hamiline bankadan belli bir limit dahilinde borçlanarak nakit kredi alma imkanı sağlamaktadır.

2.2.3.2. Ortak Kredi Kartları

Ortak kart uygulaması (co-branding ve multibranding); kredi kartı ve banka kartı ihraç eden finansal kuruluşlar ile ticari işletmeler arasında oluşturulan ortaklıklar çerçevesinde, bu kuruluşların karşılıklı olarak marka bilinirliğini, pazar paylarını, müşteri potansiyellerini ve ticari karlarını arttırarak rekabet avantajı sağlamak amaçlı geliştirilen bir yöntemdir.

Ortak kart uygulaması kapsamında “birden çok ticari kuruluş ile bir banka arasında oluşturulan işbirlikleri ‘multibranding’ olarak adlandırılmakta, bu şekilde çıkarılan kartlara ise ‘multibranded (çok markalı) kartlar’ denilmektedir” (Yılmaz, 2000:158).

Co-branded kredi kartları ise “müşteri gözünde değer sahibi olmuş bir markaya sahip olan bir ticari kuruluşun, kart ihraç eden bir banka ile yapmış olduğu stratejik ortaklıktan doğan kredi kartı türü” (BKM, 1998:1) olarak tanımlanmaktadır.

“Ortak kart uygulaması çerçevesinde çıkarılan kredi kartları üzerinde her iki kuruluşun da logoları bulunmaktadır. Bu uygulama Dünya’da ilk kez General Motors ve MasterCard tarafından geliştirilmiştir” (Yılmaz, 2000:158).

Kredi kartları pazarı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de kart kullanımının her geçen gün artmasına bağlı olarak rekabetin çok yoğun yaşandığı önemli bir pazar haline gelmiştir. “Türkiye’de bankalar ve finansal kurumlar, Visa ve MasterCard lisansı ile ihraç ettikleri kredi kartı uygulamasında kendi markalarını oluşturma eğilimindedirler” (Kızgın, 2009:96).

Günümüzde yaygın kullanıma sahip çok markalı kredi kartlarının en güzel örneği, Garanti Bankası tarafından farklı bankalarla yapılan işbirliği anlaşmaları ile yürütülen bir kredi kartı programı olan, Bonus Card’tır. Bonus Card, “Şeker Bank, Türkiye Ekonomi Bankası (TEB), International Netherlandends Group (ING) Bank ve Deniz Bank tarafından Visa lisansı ile Türkiye Finans Katılım Bankası ve Garanti Bankası tarafından MasterCard lisansı ile ortak olarak sunulan Türkiye’nin ilk çipli çok markalı kredi kartı olma özelliğine sahiptir” (<http://www.garantiodesistemleri.com>, (11 Kasım 2010)).

Bunların dışında Garanti Bankası, THY ve American Express işbirliği ile MasterCard lisansı ile çıkarılan “Shop&Miles”; Bonus Card ile MigrosClub kart programlarının altyapılarının birleştirilmesi ile oluşan ve Visa lisansı ile yine Garanti Bankası tarafından sunulan “Money Card”, ülkemizdeki farklı markalaşma örnekleri olarak gösterilebilir.

Ayrıca farklı bankalar tarafından yürütülen Axsess kart, Worldcard, Maximum kart, Advantage kart, Cardfinans, İdeal kart, Asya kart vb. kredi kartı programları da benzer işbirlikleri yoluyla tüketiciye sunulan çok markalı kredi kartlarının diğer örneklerini oluşturmaktadır.

Ortak kart uygulamasının bir başka türü ise “Affinity” kart uygulamasıdır. “Affinity kart; belirli bir organizasyona bağlı, ortak özellikleri, zevkleri ve sosyal statüleri olan kişilerden oluşan gruplara yönelik olarak hazırlanan ve genellikle kullanıldıkça bu gruplara katkı sağlayan kredi kartı veya banka kartı türü” (BKM, 1998:4) şeklinde tanımlanmaktadır.

Affinity kart programları, 1980’li yıllarda popülerlik kazanmıştır. Bu programlar genel olarak kart ihraç eden banka veya finansal kuruluşlar ile kar amacı gütmeyen kulüpler dernekler, vakıf kuruluşları vb. sosyal kurumlar arasındaki işbirliği ile bu kurumların üyeleri arasında kartın kullanımını yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır (Calem vd., 2006:1656).

2.2.3.3. Akıllı Kartlar (Smart Cards)

Günümüzde kredi kartları kullanımının büyük boyutlara ulaşması teknolojik gelişmelere paralel olarak kart kullanımında güvenlik, işlem hızı ve işlem çeşitliliği konularında önemli gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, “ilk kez 1980’li yıllarda Fransa’da uygulamaya konulmuş olan “Akıllı Kart” uygulaması, sağladığı yüksek güvenlik imkânları, sunduğu yüksek işlem hızı ve işlevselliği sayesinde dünya genelinde yaygın hale gelmiştir (BKM, 1997a:2).

Europay, MasterCard ve Visa Inc. tarafından uygulamaya konulan EMV standartları ile tüm banka ve kredi kartlarının üzerindeki manyetik banda ek olarak mikro çip taşıması, zorunluluk haline gelmiştir. EMV standartları akıllı kart teknolojisi ile yalnızca kart hamilini tanımlayan bir şifre bulundurulması zorunluluğu ve kart

üzerindeki bilgilerin kopyalanmaya karşı korunması gibi yasal zorunluluklar içermektedir. Bu uygulama ile online otorizasyon alınmadığı durumlarda ya da POS cihazları ile üye işyerlerine tanınan limitlerin aşılması halinde, işyerinin offline olarak hizmet vermeye devam etmesi sağlanırken; kart sahteciliği büyük ölçüde azaltılmış ve internet üzerinden güvenli alışveriş, hızlı ve esnek işlem olanağı yaratılmıştır (BKM, 2000b:2-4).

Akıllı kartlar, “kredi kartı, mağaza kartı, telefon kartı vb. birçok kart türünün sahip olduğu tüm özellikleri tek bir kartta toplayan banka kartı türü” (BKM, 1998:1) olarak tanımlanmaktadır. Kredi kartı terminolojisinde “çipli kart, Smart kart, elektronik cüzdan, değer yüklenebilen kart, akıllı para, entegre devre kart gibi isimlerle de anılan akıllı kartların en önemli özelliği, üzerinde taşıdığı küçük çiptir” (Yılmaz, 2000:172).

Akıllı kartlar üzerinde bulunan mikro çipler, farklı bilgileri işleyebilme özelliği sayesinde bu kartlara değişik sektörlerde farklı amaçlarla kullanılabilme özelliği kazandırmaktadır. Bu çipler, kullanıcılara daha önceden ödeme kartları ile sunulmuş olunan tüm imkânların ayrıca bir masraf ödenmeden sunulması yanında; kartların, yeniden ihracına gerek olmadan, işlevsel olarak finans sektöründe gelecekte oluşabilecek değişikliklere açık şekilde güncellenebilmesine imkân vermektedir (France Massey, 2007:13). Akıllı kart uygulamasının bu tür kullanımına üniversite girişlerinde elektronik kimlik, yerleşke içindeki harcamalarda ise elektronik cüzdan olarak kullanılması örnek gösterilebilir.

Akıllı kartlar kullanımı bakımından, temassız ve temassız olarak ikiye ayrılmaktadır. Günümüzde kullanılmakta olan tüm kredi kartları ve banka kartları üzerinde taşıdığı çip nedeniyle birer temassız akıllı kart niteliğindedir. Temassız kart uygulaması ise daha önce geçilen "Chip&Pin" uygulaması ile hayatımıza giren akıllı kartların, internet bankacılığı, ev bankacılığı gibi alanlara ek olarak daha güvenli şekilde ve farklı amaçlar doğrultusunda işlevselleştirilmesini amaçlamaktadır.

Bu bağlamda temassız kartlar üzerinde taşıdığı mikroçip haricinde içerdiği anten ile ödeme noktalarında kartın terminale tutulması aracılığı ile kurulan bağlantı sayesinde hızlı ve güvenli işlem yapma imkanı sağlamaktadır. Akıllı kartlar günümüzde MasterCard PayPass ve Visa PayWave ödeme noktalarından bankacılık işlemlerinde, alışveriş vb. işlemlerde kullanılabildiği gibi toplu taşımacılıkta, telekomünikasyon

hizmetlerinde ve diğere pek çok satış noktası uygulamalarında yaygın olarak kullanılmaktadır.

Dünyada İngiltere, Çin İsveç, Nijerya, Yeni Zelanda, İran ve ABD gibi pek çok ülkede akıllı kart uygulaması farklı amaçlarla kullanılmaktadır (Ekonomist, 2010:80). İngiltere’de “Mondex”, HonKong’da “Octopus”, İspanya’da “Mobipay”, Kore’de “Moneta”, Avrupa’da “Simpay” gibi ödeme sistemleri elektronik cüzdan olarak tasarlanmış, cep telefonları aracılığı ile mobil ödeme hizmeti sunan ve teknolojik gelişmeler paralelinde günün ihtiyaçlarına uyarlanmakta olan akıllı kart hizmeti ortaklık örnekleridir (Mas ve Rotman, 2008:13-20). Türkiye’de de akıllı kartlar ödeme aracı olarak pek çok üniversitenin kampüslerinde kullanılabilir.

Günümüzde temassız kart uygulamasında kart tedarikçilerinin pazarı genişletmek amaçlı yeni stratejileri ise mobil cihaz pazarına yöneliktir. Yakın alan iletişimi (NFC-Near Field Communication) olarak da adlandırılan bu uygulama temelde ödeme noktalarının mobil cihazlar ile birleştirilmesini amaçlamaktadır. Bu kapsamda geliştirilecek uygulamanın yaygın hale getirilmesi zaman alacak olsa da, Citi Bank ve MasterCard’ın bazı firmalar tarafından çıkarılan ve bir telefonun arkasına yapıştırıldığında ona temassız işlevselliği kazandıran etiketler aracılığıyla ABD’de hizmet sunmaya başladığı bilinmektedir (Ekonomist, 2010:82).

2.2.3.4. Sanal (Virtual) Kartlar

Sanal kartlar, fiziki bir kart olmayıp, bu kavram bankaların müşterilerine internet ortamında alışveriş yapabilmesini sağlamak amacıyla verdiği şifre, kart numarası ve güvenlik kodlarını ifade etmektedir.

Günümüzde kredi kartları üzerinde bulunan 14 veya 16 haneli kart numaraları ve Visa kredi kartları için CVV2 (Card Verification Value-Kart Doğrulama Değeri), MasterCard kredi kartları için ise CVC2 (Card Validation Cod-Kart Doğrulama Kodu) kodları ile son kullanma tarihi kullanılarak internet ortamında güvenli ve hızlı alışveriş yapılabilir (Kaya, 2009a:123).

2.3. KREDİ KARTI BENZERİ BAZI ÖDEME ARAÇLARI VE KREDİ KARTLARI

Günümüzde kullanılmakta olan bazı ödeme araçları, kullanılış şekilleri, kullanılacakları yerler ve yapısı bakımından kredi kartlarıyla benzer özellikler taşımaktadır. Bu bölümde tüketici finansmanı konusu kapsamında değerlendirilebilecek ve tüketiciler tarafından sıkça kullanılan bazı ödeme araçlarının kredi kartları ile benzer ve farklı yönleri incelenmiştir.

2.3.1. Banka Kartları (Debit Cards/ ATM Kartları)

Finans sektörünün teknolojik gelişmelerden en çok etkilenen sektörlerden olması, işlevsel açıdan kredi kartına benzeyen ya da kredi kartının bazı özelliklerini ihtiva eden pek çok kartın ortaya çıkmasına neden olmuştur.

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nda banka kartı; “mevduat hesabı veya cari hesapların kullanımı dahil, bankacılık hizmetlerinden yararlanmayı sağlayan kart” (RG, 1 Mart 2006/ 26095, mad.3) ifadesi ile tanımlanmaktadır.

Banka kartları ile ATM'lerden bankaya girmeksizin vadesiz mevduat hesaplarına ulaşmak, nakit çekme olanağı yanında pek çok bankacılık hizmeti almak mümkündür. Ayrıca hesapta nakit bulunduğu sürece kredi kartı kabul eden tüm işyerlerinden banka kartı kullanılarak alışveriş yapılabilmektedir.

Kirdaban (2005:17), “Türkiye’de bilgi eksikliği nedeniyle banka kartlarının daha çok nakit çekme amaçlı kullanıldığını, bu nedenle “ATM kartı” olarak da adlandırıldığını” belirtmektedir.

Çeker (1997:35), “kredi kartlarına benzer özelliklere sahip kartların başında banka kartları gelmektedir” şeklinde görüş beyan etmektedir. Ancak; kullanım bakımından pek çok yönüyle kredi kartlarına benzese de banka kartları ya da bankamatik kartları, bazı açılardan kredi kartlarından ayrılmaktadır.

Genel olarak ATM ve banka kartı altyapısı, “online” ve “offline” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. “Visa ve MasterCard tarafından işletilmekte olan iki farklı offline kart ağı bulunmaktadır. Visa’nın sağladığı ödeme ürünü ‘Visa Check’; MasterCard’a ait ödeme ürünü ise ‘MasterMoney’ olarak adlandırılır ” (Hayashi vd., 2003:7).

Online banka kartları (PIN tabanlı), doğrudan EFT (Elektronik Fon Transferi) sistemine bağlıdır. Örneğin, “bankamatik kartının alışveriş sırasında POS terminalinden geçirilmesi sonrasında gerçekleşecek tüm transfer işlemleri EFT sistemi üzerinden gerçekleştirilir” (Kırçova, 2007:16; Buhur, 2004:29).

Offline banka kartlarının ayırt edici özellikleri imza temelli olmalarıdır. Offline (imza tabanlı) banka kartları ile yapılan ödeme işlemleri için gereken yetkilendirme (otorizasyon) süreci, doğrudan kredi kartı ağları üzerinden yapıldığından, yapılan işlem doğrudan Visa veya MasterCard’a yönlendirilmektedir. Bu sistemler gün sonu mutabakat usulü ile çalıştığından tüketici hesabı sonradan alacaklandırılır. Online işlemlerde, PIN kullanıldığından tüketicinin kartla yaptığı işlem doğrudan kendi bankasına yönlendirilmekte ve harcama tutarı satışı yapan işyerinin banka hesabına anında transfer edilmektedir. Bu nedenle, online banka kartları tüketiciye ödeme tutarının satış noktasında geri iadesine olanak sağlamaktadır (Borzekowski, 2006:5-6; Chang, 2004:32-33; Hayashi vd., 2003:7; Hunt, 2003:3). “Visa Check ve MasterCard, Visa ve MasterCard’ın offline (imza tabanlı) banka kartları; Interlink ve Maestro ise PIN tabanlı banka kartlarıdır” (Akkaya, 2007:64).

Offline banka kartları ile yapılan ödeme işlemleri kredi kartı ağları üzerinde çalıştığından, tüketicinin yaptığı herhangi bir ödemenin iptal edilmesi durumunda; işyeri yalnızca sistem üzerinden iptal işlemi yapabilmekte, ödeme tutarı ise daha sonra (gün sonunda veya bir gün sonra) banka tarafından tüketicinin kredi kartı hesabına geri transfer edilmektedir.

Visa ve MasterCard gibi kartlı ödeme sistemlerinin banka kartlarının alışverişlerde kullanılabilmesine imkan vermesi süreci, kredi kartlarının gelişim süreci ile paralellik göstermektedir. Bilişim teknolojisinde meydana gelen yenilikler sayesinde daha önce piyasaya çıkmış olan kartların yeni fonksiyonlar kazanması ve yenilenen kartların piyasada var olanlar ile değişimi zaman aldığından, bu süreçte imza tabanlı bazı ATM ve banka kartlarının kredi kartlarına benzer olduğu söylenemez.

Örneğin Hunt (2003:92), bu sürecin piyasadaki tüm kartlar PIN tabanlı hale gelinceye kadar üye işyerleri açısından sıkıntı oluşturduğuna dikkat çekmektedir. Bu durum kartlı ödeme ağlarının, kart hamilinin imza tabanlı kartlar ile üye işyerlerinden yapacağı alışverişler için, üye işyerlerinden daha yüksek işyeri komisyonu tahsil etmekte olmasından kaynaklanmıştır. Bu nedenle bazı üye işyerlerinin yalnızca PIN

tabanlı kartları kabul etmek istemesi, kredi kartı kabulü açısından uygulamada bazı sorunlara neden olmuştur. Bu sorunlar ülke otoriteleri tarafından kartlı ödeme sistemlerine getirilen yaptırımlar ve üye işyerlerine getirilen tüm kartları kabul kuralı gibi yasal bazı düzenlemeler ile aşılmıştır (Economides, 2008:11-12). Günümüzde ise banka kartı komisyon ücretleri, kredi kartlarından düşüktür (OECD, 2006:24).

Teknolojik gelişmeler sayesinde banka kartı ve kredi kartı ile yapılan işlemlerin tümünün PIN tabanlı hale geldiği göz önüne alındığında, işlem türü bakımından banka kartlarının kredi kartlarına benzer olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak banka kartlarını kredi kartlarından ayıran başka somut farklılıklar da bulunmaktadır.

Banka kartları, “tüketiciye herhangi bir kredi imkanı sunmaması” (Hunt, 2003:11; Yılmaz, 2000:13), “herhangi bir ödemede kullanılabilmesi için kart sahibinin mevduat hesabında para bulunması zorunluluğu” (Buhur, 2004:29; Çeker, 1997:35) yönlerinden kredi kartlarından ayrılmaktadır. Özellikle bu yönü ile tüketiciler açısından banka kartları daha çok “nakit benzeri” (RK, 2009:42) olarak değerlendirilmektedir.

Kredi kartı uygulamasında bankanın kart hamiline önceden tahsis ettiği bir kredi limiti bulunmakta, “kart hamili belirli bir dönem boyunca (ABD ve İngiltere’de 25-30 gün, Türkiye’de 20 gün)” (Kırçova, 2007:15) yapacağı alışveriş bedellerini dönem sonunda topluca veya belirlenen taksit tutarlarına göre ödeyebilmektedir. Ayrıca, “toplu bakiyenin belirlenen dönem sonunda tek seferde ödenmesi halinde kart hamiline faizsiz bir dönem sağlandığından, kart hamili bu dönem boyunca nakit ödeme zorunluluğundan kurtulmaktadır” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:21). Günümüzde “banka kartlarının kredi kartlarına dönüştürülmesi uygulamaları” (Reisoğlu, 2004:101), tüketiciye tek bir kart aracılığı ile hem banka kartlarının hem de kredi kartlarının sunduğu imkanlardan yararlanma olanağı sunarken, kredi kartı ile banka kartlarının ayırt edilmesini zorlaştırmaktadır.

2.3.2. Çek Kartı, Eurocheque Kartları, Garantili Çek Kartları

Kredi kartı uygulamasına benzetilen bir diğer ödeme aracı çek kartıdır. Çek kartı uygulaması bu bölümde, bazı Avrupa ülkelerinde kullanılan "Eurocheque Card" ve çek kartı uygulamasının kapsamlı bir türü olan garantili çek uygulaması ile birlikte değerlendirilmiştir.

Çek kartları, daha çok ticari mevduat sahibi tüketiciler tarafından kullanılmaktadır. “Bu uygulamada tüketicinin bankası, mevduat sahibinin keşide edeceği çekleri belirli bir tutara kadar garanti ettiğinden, çek kartları bir tür garanti belgesi” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:22; Yetim, 1997:8) olarak değerlendirilmektedir. Buhur’a göre bu açıdan bakıldığında kredi kartı başlı başına bir ödeme aracıyken, çek kartı bir ödeme aracı türü değildir (Buhur, 2004:28-29).

Garantili çek kartı uygulaması ise bankalarca çek kartı uygulaması kapsamında, yalnızca belirli tutardaki mevduat sahiplerine sunulan ve yine muhatap bankanın çek tutarının belli bir bölümünü ödemeyi garanti etmesini içeren hizmet türüdür (Yılmaz, 2000:13; Yetim, 1997:9).

Çek kartı uygulaması içinde yer alan bir başka ödeme aracı Eurocheque kartlarıdır. Çırpan, bu kartların özellikle Avrupa ve Batı Akdeniz ülkelerinde yaygın olarak kullanıldığını, Eurocheque kart sahiplerinin çek garantisi yanında bu kartlarla alışveriş yapma ve nakit çekme imkanına da sahip olduğunu belirtmektedir (Çırpan, 2000:50). Bu açıdan çek kartı uygulaması kapsamında, kredi kartına en çok benzeyen ödeme aracı Eurocheque kartlarıdır.

2.3.3. Seyahat ve Eğlence Kartları (Ödeme Kartları)

Kart hamilinin peşin para ile alışveriş yapmasını bir zorunluluk olmaktan çıkarmak amacıyla kullanıma sunulmuş olan bu tür kartlar genel olarak ödeme kartları olarak da adlandırılmaktadır. Ödeme kartları, kart hamiline somut bir kredi sunmamakta; ödeme kartını sunan işyerinden belirli bir süre boyunca yapılacak harcama tutarını, “anlaşmada belirlenen süre sonunda tek seferde ödeme imkan vermektedir” (Teoman, 1997:52).

Bu tür kartlar, daha çok 1960’lardan günümüze American Express ve Diners Club tarafından, iş ve eğlence amaçlı seyahat eden tüketicilerin kullanımına sunulmaktadır (Kırçova, 2007:17). Tüketiciler, “T&E (Travel and Entertainment) kartları” (Çırpan, 2000:7) olarak da tanıtılmış olan bu kartlara “herhangi bir harcama limiti olmaksızın, yalnızca belirli bir üyelik aidatı ödemek koşuluyla sahip olabilmektedirler” (Yetim, 1997:8).

Taksit imkanı sunmaması ve borcun belirlenen tarihte tek seferde ödenmesi zorunluluğu açısından bu kartlar, bir anlamda borcun ertelenmesine yöneliktir. Diğer taraftan adından da anlaşıldığı gibi, kullanım alanının belirli bir sektörle sınırlı olması bu kartları kredi kartlarından ayıran başka bir özelliktir.

2.4. KREDİ KARTLARININ OLUMLU VE OLUMSUZ YÖNLERİ

Bir tüketici finansman aracı olarak kredi kartları, sağladığı pek çok fayda yanında olumsuz etkilere de sahiptir. Bu bölümde kredi kartlarının olumlu ve olumsuz yönleri, kredi kartı sisteminde yer alan taraflar açısından ve ülke ekonomisi açısından değerlendirilmiştir.

2.4.1. Kart Hamili (Tüketici) Açısından

Kredi kartlarının tüketiciye sunduğu avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Nakit taşıma zorunluluğunu ortadan kaldırır,
- Kullanımı alternatif ödeme araçlarına göre daha kolaydır,
- Pek çok hizmetten yararlanma konusunda kart hamiline bir öncelik ve saygınlık kazandırmak yanında, güven unsuru da oluşturur,
- Peşin veya taksitli ödeme olanağı sağlayarak tüketiciye her yerde ve zamanda alışveriş yapabilme imkanı sunar, acil durumlarda kişinin nakit ihtiyacını karşılamasına olanak tanır,
- Anlaşmalı işyerlerinden sağlanan indirimler ve promosyonlar aracılığı ile düzenli kullanıldığında kart hamiline ek kazanç sağlar,
- Faizsiz bir dönem sağlayarak borcun hesap kesim tarihinde tamamen ödenmesi halinde ek maliyet oluşturmadığı için tüketiciyi finanse eder; borcun tamamen ödenmemesi halinde ise faiz karşılığında borcun ertelenmesine (ötenmesine) imkan verir,
- Kart ile yapılan harcamalara ilişkin borcun ödenmesi durumunda ödeme tutarı kadar yeniden kullanılabilir finansman sağlar,

- Kredi kartları ile birlikte sunulan sigorta hizmetleri kart hamilinin, kartın çalınması, kaybolması, kart sahteciliği gibi konularda korunmasına hizmet etmektedir. Bir başka ifade ile “kredi kartları, içerdiği güvenlik özellikleri yönünden sahtekârlık, hileli kullanım ve dolandırıcılığa karşı tüketicinin sorumluluklarını sınırlandırmaktadır” (Chakravotti, 2003:52).

Günümüzde kredi kartlarının tüketiciye sağladığı faydaları, kullanım yerine ve zamanına göre arttırmak mümkündür. Diğer taraftan bilinçsizce kullanıldığında tüketicinin aşırı borçlanmasına sebep olarak, bir tür borç döngüsüne yol açabileceğinden kredi kartının olumlu tüm özellikleri akılcı kullanılması durumunda geçerlidir. Bu konuda daha geniş bir açıklamaya üçüncü bölümde yer verilmiştir.

2.4.2. Bankalar Açısından

Bankalar açısından değerlendirildiğinde kredi kartları, atıl fonların değerlendirilmesi, üye işyerlerinden ve kart hamilinden alınan üyelik, komisyon vb. ücretler açısından bir anlamda riskin dağıtılması, kartın üzerinde logo ve banka isminin yer alması yönünden reklam maliyetlerini azaltması gibi pek çok avantaj sağlamaktadır (Sugözü vd., 2010:3).

Baydemir (2004:48), kredi kartı sisteminde bankanın harcamaları ile topladığı ücret, komisyon vb. tutarlar arasındaki olumlu farkın kurumun gelirini oluşturduğunu ve yapılan araştırmaların, bankaların üye iş yerlerinden elde ettiği gelirlerin; kart hamillerinden elde edilen gelirden fazla olduğunu ortaya koyduğuna dikkat çekmektedir.

Kaya (2009a:146-149), kredi kartlarının bankalar açısından içerebileceği olumsuzlukların, bankanın sistemde kabulcü ve ihraççı banka olarak yer almasına göre katlanmak zorunda kalacağı maliyetler bakımından farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Bu maliyetler aşağıda özetlenmiştir:

Kredi kartı sisteminde kabulcü olarak yer alan banka açısından,

- Bankalar arası takas işlemlerinin işleyişi nedeniyle oluşabilen kayıplar, kredi kartı hamillerinin yurt dışında yapacağı işlemler nedeniyle MasterCard, Visa vb. kartlı sistem kuruluşlarına ödenen takas komisyonu, yetkilendirme vb. ücretler ve

oluşabilecek kambiyo zararları; üye işyerlerinin sorumluluklarını yerine getirmemesi nedeniyle bankanın güven kaybına uğraması gibi olumsuzluklar,

Kredi kartı ihraç eden banka açısından ise,

- Kart hamillerinin iflası, ölümü, işten çıkarılması gibi durumlar nedeniyle borçlarını ödeyememesi, bu nedenle başlayan yasal takip sürecinden bir sonuç elde edilememesi nedeniyle oluşabilecek kayıplar,

- Kredi kartı işlemleri nedeniyle oluşan takas komisyonları, kart hamillerinin yurt dışında yapacağı işlemler nedeniyle oluşan komisyon ve ücretler ile kambiyo zararları, kredi kartı sahteciliği nedeniyle oluşabilen ek maliyetler kredi kartlarının bankalar açısından içerdiği bazı olumsuzluklar söz konusu olabilmektedir.

2.4.3. Üye İşyerleri Açısından

Günümüzde para, çek, vb. ödeme yöntemlerine alternatif olarak kredi kartları, bankalardan teminatlı kredi alınması ya da mağazalarda taksitli kredi imkanı sağlanması gibi sayısız işlemde hane halkını finanse edebildiği gibi küçük işletme sahipleri için de iyi bir alternatif kaynak aracı olarak görülmektedir (Evans, 2004:62). Kredi kartı kabul eden işyerleri açısından değerlendirildiğinde “kredi kartlarının en önemli avantajı, müşteri sayısının dolayısı ile satış hacminin artmasıdır” (Teoman, 1996:35; Yetim, 1997:21).

Kredi kartı kabulü “bankanın kart hamilinin yapacağı tüm alışveriş tutarlarının ödenmesi bakımından garantör rolü üstlenmesi ile işyerinin alacaklarının da garanti altına alınmasını sağlar” (Kırçova, 2007:22).

Ayrıca, vadeli satışları büyük ölçüde ortadan kaldırması sayesinde kredi kartları, işyerlerinin şüpheli alacak oranının düşmesine neden olmakta ve borcunu ödemeyen müşterinin takibi için katlanılması gereken maliyetleri ortadan kaldırmaktadır (Kaya, 2009b:125).

Genel olarak kredi kartı kabul etmenin ticari işletmelere yararları: iş yerinin müşteri kitlesini ve iş hacmini arttırması;, iş yerini çek, senet vb. riskli ödeme araçlarından kurtarması; büyük işyerleri açısından yüksek tutardaki nakit paranın kasada

tutulmasından kaynaklanacak riskleri büyük ölçüde ortadan kaldırması (Çırpan, 2000: 45-46) şeklinde sıralanabilir.

Diğer taraftan, alışveriş tutarları üzerinden bankaya komisyon ödenmesi, işyerinin kazancını belirli bir süre sonra tahsil edebilmesi nedeniyle yaşanan zaman kaybı üye işyeri açısından olumsuzluklara neden olabilmektedir.

2.4.4. Kredi Kartlarının Ekonomi Açısından Değerlendirilmesi

Tüketiciye sunduğu bireysel yararlar dışında, kredi kartlarının ülke ekonomisine katkıları; “kayıt dışı ekonomiyi azaltması, ticarî faaliyetleri canlandırması, harcamaların kontrolünü sağlayarak ekonomiye şeffaflık getirmesi, ekonominin kağıt yükünden kurtulması, sektörel büyüme sağlaması, istihdam yaratması” (Apak ve Yılmaz, 2009:39) şeklinde sıralanmaktadır.

Borçlanma aracı ve ek alım- satım aracı olarak iki ana fonksiyona sahip olan kredi kartlarının kullanımı, gelişmiş kredi kartı sistemine sahip bir ekonomide nakit para talebini negatif yönde etkilemektedir (Yılmazkuday ve Yazgan, 2009:2116). Bir başka ifade ile kredi kartı kullanımının artması, kişilerin nakit paraya olan talebini azaltmaktadır.

Ekonomide nakit para yerine kredi kartı kullanılması, “harcamaların kaydi para ile yapılmasını sağladığından kullanılabilir tasarrufların bankalarda birikmesine neden olarak” (Kaya, 2009a:96), “bankalar açısından ucuz kaynak teminine, girdi maliyetlerinin düşmesine dolayısı ile bankaların düşük faizle kredi vermelerine olanak sağlamaktadır” (Yılmaz, 2000:78).

Yetim (1997:23), “kredi kartı ve tüketici kredisi gibi finansal araçların, kaydi para oluşturarak efektif talebi körüklemesi nedeniyle enflasyonu arttırıcı özelliğe sahip olduğunu” vurgulamaktadır.

Genel olarak enflasyon kavramı, ekonomide fiyatlar genel düzeyindeki sürekli artış olarak tanımlanmaktadır (Doğruel ve Doğruel, 2005:11; Ünay, 1997:236). Bu bağlamda, ekonomide paraya olan talep azalırken, tüketim eğiliminin yükselmesi durumunda arzın aynı oranda artmama ihtimali; kredi kartı kullanımının enflasyonist

ortamda fiyatları daha da yükseltebileceğine dikkat çeken görüşlerin yaygınlaşmasına neden olmuştur.

Çırpan (2000:100), enflasyonist ortamda kredi kartı kullanımının, tüketim talebinin artmasına bağlı olarak fiyatları daha da yükselteceğine, kişilerin kart kullanımı hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması nedeniyle aşırı tüketime yönelmelerine sebep olabileceğine dikkat çekmektedir.

Altan ve Göktürk (2007:38), kredi kartlarının kişilerin toplam özel nihai tüketim harcamalarını arttırdığı görüşünü desteklemekte ancak; Türkiye’de kişilerin harcanabilir gelirleri enflasyona paralel olarak arttığından, enflasyonun tüketim harcamaları artışında düşük etkiye sahip olduğu görüşünü savunmaktadır.

Kaya (2009a:99) ise, kredi kartlarının ülke ekonomisinde ticareti faaliyetlerin canlanmasına ve bu canlılığın sürekli kılınmasına hizmet ettiğini, iç piyasadaki üretim artışı ve ithalat aracılığı ile arzın yeterli düzeye çekilmesi mümkün olduğundan enflasyonist etkinin kontrol altında tutulabileceğini savunmaktadır. Kızılot vd.(2010: 55), kredi kartlarının tek bir dönemde ortaya çıkması beklenen ertelenemeyen tüketim harcamalarının, taksitlendirme imkanı ile dönemler arasına yayılması sayesinde üretimin ve para arzının talep artışına göre ayarlanabilmesi sebebiyle düşünüldüğünün aksine kredi kartı kullanımının enflasyonist etkiye sahip olmadığı görüşündedir.

Kredi kartlarının ekonomi açısından bir başka yararı, yapılan alışverişlere ve bu alışverişlere konu olan para akışının her aşamasına ait bilgileri kayıt altına aldığından kayıt dışı ekonomiyi azaltan bir ödeme aracı olmasıdır. Cengiz (2009:180), gelişmiş ekonomilerde olduğu gibi kredi kartlarının etkin bir şekilde kullanımını sağlayacak yasal altyapının olması durumunda, kayıt dışı ekonominin kontrol altına alınması ve küçültülmesi açısından kredi kartlarının yararlı bir araç olabileceğine dikkat çekmektedir.

Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması üye işyerlerinin yaptığı her işlem için POS makinesi aracılığı ile satış fişi oluşturulması, yapılan tüm mal ve hizmet alımlarının banka kayıtlarına yansıtılması bakımından vergi kaçakçılığını büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır (Ari, 2008:43). Bu nedenle kredi kartı kullanımının devletin vergi gelirlerinin önemli ölçüde artmasına hizmet ettiği söylenebilir. Diğer taraftan kredi kartı sisteminin “ekonomide kredi maliyetlerinin düşmesi sonucu, yatırımların

artmasına bağı olarak istihdamı teşvik ettiği” (Kaya, 2009a:101) görüşü yaygınlık kazanmıştır.

Blanchflower ve Evans (2004:92-93), kredi kartı kullanımının küçük işletmeler açısından belirli dönemlerde oluşabilecek likidite kısıtlarını önlemede ve işletmelerin kısa sürede büyümesinde önemli etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda işletmeler açısından bir sermaye kaynağı oluşturan kredi kartı kullanımı istihdama olumlu katkılar sağlayacaktır. Işın (2006:115)’e göre ise kredi kartı sistemi gibi teknoloji yoğun iş süreçlerinin bankacılık sektöründe yaygınlaşması her ne kadar belirli uygulamalardaki istihdamı azaltıcı etkiye sahip olsa da oldukça maliyetli olduğundan ve yeni iş kolları ortaya çıkarılmasına imkân verdiğinden bu tür sistemlerin istihdamı azaltıcı etkisi sınırlıdır.

2.5. TÜRKİYE’DE KREDİ KARTI SİSTEMİNİN DURUMU VE SORUNLAR

1980’lerden itibaren Türkiye’de kredi kartı pazarında rakip şirket ve banka sayısının artmasıyla kredi kartı uygulaması kapsamındaki ürün çeşitliliği de artış göstermiştir. Ülkemizde kullanımda olan kredi kartları genel olarak pazara hâkim kuruluşların logolarını taşımaktadır.

Türkiye’de kartlı ödeme sisteminin işleyişine ilişkin hukuki çerçeve 2006 yılında yürürlüğe girmiş olan Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile oluşturulmuştur. Bu kanuna göre sistemin işleyişinden ve denetlenmesinden BDDK sorumlu tutulmuştur. Kartlı ödeme sistemine ilişkin ağ işletim faaliyetleri ise, BKM A.Ş., tarafından sağlanmaktadır. Bu nedenle 1990’dan günümüze Türkiye’de kartlı ödeme sistemleri ve kredi kartları konusundaki tüm gelişme ve faaliyetler BKM A.Ş. tarafından yürütülmektedir. Ana faaliyet alanı; bankalar arası yetkilendirme işlemlerini en düşük maliyetle daha güvenli ve hızlı şekilde tek merkezden yönetmek olan BKM A.Ş., kartlı ödeme sistemi içerisinde ortak sorunlara çözüm bulmak için gerekli altyapı hizmetlerini sağlayarak, ülkemizde banka ve kredi kartları kural ve standartlarının geliştirilerek uygulanması için hizmet vermektedir (<http://www.bkm.com.tr/kurulus.aspx> (10 Aralık 2010)).

Bu kapsamda yurt içi kartlar için takas odası görevi yaparak, üye kuruluşlar arasında “kredi kartı ve işyeri limitli gibi banka kartı işlemlerinden doğan borç ve

alacakların net olarak tasfiyesini ve üyeler arasında finansal olmayan mesajların yönlendirilmesini” (Kirdaban, 2005:72) sağlayan kuruluşun düzenli olarak sunduğu istatistiklerden yararlanarak Türkiye’de kredi kartı sisteminin durumunu incelemek mümkündür. Tablo 1 ve Tablo 2 birlikte değerlendirildiğinde, Visa/MasterCard kredi kartları ve diğer kredi kartları ile (turistlerin kullanımı dahil) 2009 yılı sonu itibari ile yurt içinde, 1.748 milyon adet işlem ile 184.433 milyon TL tutarında alışveriş gerçekleştirilmiş ve 93 milyon adet işlem ile 20.309 milyon TL tutarında nakit avans kullanılmıştır. 2005-2009 yılları arasında kredi kartı kullanım adetleri ile kullanım cirosu sürekli olarak artmıştır.

Tablo 1: Visa/MasterCard ve Diğer Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanım Adetleri (Turistlerin Kullanımı Dahil) (Milyon)

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009
Alışveriş	1.241	1.272	1.336	1.598	1.748
Nakit Avans	61	61	75	94	93
Toplam	1.302	1.333	1.441	1.692	1.841

Kaynak: <http://www.bkm.com.tr> (15 Kasım 2010).

Tablo 2: Visa/MasterCard ve Diğer Kredi Kartlarının Yurtiçi Kullanım Cirosu (Turistlerin Kullanımı Dahil) (Milyon TL)

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009
Alışveriş	78.042	99.082	128.787	166.725	184.433
Nakit Avans	8.452	10.077	14.000	19.824	20.309
Toplam	86.494	109.159	142.787	186.549	204.742

Kaynak: <http://www.bkm.com.tr> (15 Kasım 2010).

Tablo 3’te görüldüğü gibi, 2010 yılı Aralık ayı sonu itibariyle yerli ve yabancı kredi kartları ile yurt içinde 173.650.697 adet işlem ile 20.187,26 milyon TL tutarında alışveriş yapılmıştır. Ayrıca, 7.741.959 adet işlem ile toplam 1.942,36 milyon TL nakit avans kullanılmıştır. Aralık 2010 itibariyle kredi kartlarının alışverişlerde kullanım işlem adedinin toplam işlem adeti içindeki payı %88,75, nakit çekiminde kullanım işlem adedinin toplam işlem adeti içindeki payı %10,93’tür. İşlem tutarı bakımından ise alışverişlerde kredi kartı kullanım oranı %96,18’dir.

Tablo 3: 2010 Yılında Yerli ve Yabancı Kredi Kartlarının Yurt İçi Kullanımı

İşlem Türü	Adet	Tutar (Milyon TL)
Alışveriş	173.650.697	20.187,26
Nakit Avans	7.741.959	1.942,36
Toplam	181.392.656	22.129,62

Kaynak: <http://www.bkm.com.tr> (Seçilen Aya Ait İstatistiki Bilgilerden derlenmiştir).

Bu verilerden hareketle Türkiye’de kredi kartlarının büyük ölçüde alışverişlerde kullanıldığını ve kredi kartlarının nakit avans özelliğinin tüketiciler tarafından daha az tercih edildiğini söylemek mümkündür.

Kredi kartları ve banka kartlarını kapsayan kartlı ödeme sektörü, ülkemiz ekonomisine önemli miktarda döviz girdisi sağlamaktadır. 2009 yılı sonu itibariyle “yabancı bankalara ait kredi ve banka kartları ile ülkemizde 8.2 milyar TL tutarında 21.5 milyon adet işlem gerçekleştirilmiş, toplamda kartlı ödeme sektörü aracılığı ile ekonomiye kazandırılan döviz miktarı net 3.04 milyar dolar” (BKM, 2009a:30) olarak gerçekleşmiştir.

Avrupa’daki kredi kartı pazarları arasında önemli bir yere sahip olan Türk kredi kartı pazarının özelliklerini ortaya koymak amacı ile BKM tarafından yaptırılan “Kart Monitör 2009” araştırmasına göre; “1999 yılından günümüze Türkiye’de kullanımda olan toplam kredi kartı sayısı %300 artarak 40 milyon adeti aşmıştır” (BKM, 2009b:5).

“Banka ve kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak POS ve ATM sayılarında artış yaşanmış ve 2008 yılında POS sayısı % 12,3 artışla 1.6 milyon adet, ATM sayısı ise %16,9 artışla 22 bin adete ulaşmıştır” (TCMB, 2009:90). Tablo 4’te görüldüğü gibi 2010 yılında Türkiye genelinde 27.649 adet ATM ve 1.823.530 adet POS terminali bulunmaktadır.

Tablo 4: Yıllara Göre ATM ve POS Sayıları

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ATM Sayısı	14.823	16.511	18.800	21.970	23.800	27.649
POS Sayısı	1.140.957	1.282.658	1.453.877	1.632.639	1.738.728	1.823.530

Kaynak: <http://www.bkm.com.tr/yillara-gore-istatistiki-bilgiler.aspx> (15 Nisan 2011).

BKM 2009 yılı faaliyet raporuna göre, 2009 yılı Aralık ayı sonu itibarı ile “Türkiye’deki kredi kartı sayısı 44 milyon 392 bin 614, banka kartı sayısı 64 milyon 661 bin 947 adede ulaşmıştır” (BKM, 2009a:28-30).

Tablo 5’te görüldüğü gibi Türkiye’de yıllara göre toplam kredi kartı sayıları sürekli olarak artış göstermektedir. Bir önceki yıl ile kıyaslandığında Türkiye’de ihraç edilen Visa markalı kredi kartı sayısı %7,6 artarken MasterCard markalı kredi kartı sayısında yaklaşık olarak %0,6 azalma gözlenmiştir. Toplam kredi kartı sayısı ise 2008 yılına göre %2,3 artmıştır. American Express, JCB ve Diners’ Club markalı kredi kartı sayısı ise bir önceki yıla göre %102 oranında artarak 478.524 adete ulaşmıştır. Tablo 5’te yer alan kredi kartı sayıları dikkate alındığında 2009 yılı itibarıyla kartlı sistem ağı kuruluşlarının ülkemizdeki pazar payları yaklaşık olarak; Visa %56,76, MasterCard %42,15 ve diğer %1,07’dir. Günümüzde Türk kredi kartı pazarının , “44 milyonu aşkın kredi kartı sayısı ile Avrupa’nın en büyük 4. pazarı konumunda” (BKM, 2009a:8) olduğu belirtilmektedir. BKM verilerine göre 2010 yılı Aralık ayı sonu itibarıyla ise Türkiye’deki kredi kartı sayısı 46.956.124 adete yükselmiştir.

Tablo 5: Türkiye’de Çıkarılan Toplam Kredi Kartı Sayısının Yıllara Göre Dağılımı

	2005	2006	2007	2008	2009
Visa	15.989.9	17.800.385	20.878.744	24.332.198	25.201.351
MasterCard	13.963.0	14.623.148	16.416.829	18.824.985	18.712.739
Diğer	25.162	9.800	39.606	236.842	478.524
Toplam	29.978.2	32.433.333	37.335.179	43.394.025	44.392.614

Kaynak: <http://www.bkm.com.tr> (10.01.2011).

Türkiye’de genç nüfus potansiyelinin fazla olması ve tüketicilerin taksitli alışverişini tercih etmeleri, kredi kartı pazarının gelişimini tetikleyen iki önemli unsur olarak görülmektedir. Şekerbank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Abdurrahman Özciğer’e göre, Türkiye’de kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasına ivme kazandıran en büyük etken 2000’li yılların başlarından itibaren gelişen taksit uygulamasıdır. Özciğer, bu uygulamanın birkaç yüksek enflasyonlu ülke dışında daha çok Türkiye’ye has bir uygulama olduğunu belirtmektedir (Banka ve Sigorta Dergisi, 2008:5-10).

BKM Kart Monitör 2010 araştırmasına göre, Türkiye’de alışverişlerini kredi kartı ile yapanların yüzde 85’i kredi kartlarını, taksit ve puan biriktirme özelliğinden dolayı tercih etmektedir. 2010 yılı içerisinde kredi kartları ile yapılan minimum taksitlendirme tutarı ortalama 154 TL’dir (BKM Basın Bülteni, 2010).

BKM tarafından 5 Aralık 2008 ile 26 Ocak 2009 tarihleri arasında, 16 farklı ilde gerçekleştirilen 2009 Kart Monitör Araştırması sonuçlarına göre: “Türkiye’de kullanıcıların %37’si yalnız bir adet kredi kartına sahipken, %32’si iki adet ve %31’i ise ikiden fazla kredi kartına sahiptir” (BKM, 2009b:6).

Olumlu etkilerine rağmen kredi kartı kullanımının hızla yaygınlaşması bilinçsiz kredi kartı kullanımı oranında önemli artışlar meydana getirmekte ve satın alma gücünün kullanım oranına paralel olarak artmaması nedeniyle önemli finansal maliyetlerin oluşmasına neden olmaktadır (Girginer vd., 2008:194).

Genel olarak kredi kartlarının kullanım oranı, ülkemizde kredi kartları ile tüketiciye sağlanan kredi olanağının daha az maliyetle temin edilebilmesine imkan veren bireysel bankacılık hizmetlerinden, tüketici kredilerinin kullanım oranı ile kıyaslanmaktadır. BDDK verileri incelendiğinde Türk bankacılık sektörünün kredi yapısı içerisinde kredi kartından alınan ücret ve komisyonlar önemli ölçüde yer tutmaktadır. BDDK Haziran 2010 Finansal Piyasalar Raporu’nda; Türk bankacılık sektöründe 5.4 milyar TL tutarındaki bankacılık hizmet gelirleri içerisinde en büyük kalemin, 2.1 milyar TL ile kredi kartlarından alınan ücret ve komisyonlar olduğu, bu tutarın sektörün toplam gelirlerinin %3,7’sini oluşturduğu (BDDK, 2010a:46) belirtilmektedir. Diğer kredi türleri ile kıyaslandığında ise tüketici kredileri ile kullanılan kredi tutarları, yıllar itibariyle kredi kartları ile kullanılan kredi tutarlarına göre daha yüksektir. Ancak bu tutarlar oransal açıdan değerlendirildiğinde kredi kartları ile kullanılan kredi miktarının tüketici kredilerine göre daha hızlı arttığına dikkat çekilmektedir (BDDK, 2010a:21).

2009 yılında TCMB tarafından yayınlanan Finansal İstikrar Raporu’nda kredi kartlarının kullanım oranındaki artış, oransal olarak kredi kartları ile kullanılan kredi miktarının tüketici kredilerine göre daha hızlı artmasına bağlı olarak, hane halkının kredi kartlarını daha çok kredi aracı olarak kullandığı şeklinde değerlendirilmiştir. Türkiye’de kredi kartı faizlerinin tüketici kredilerine göre daha yüksek olması nedeniyle bu durumun, finansal hizmet ve ürünlerin amacına uygun kullanılmasını sağlayacak

finansal farkındalık oluşturmaya yönelik bilinçlendirme çalışmalarının önemini arttırdığına dikkat çekilmiştir (TCMB, 2009:iv). ATO (Ankara Ticaret Odası) tarafından 20 Aralık 2010 tarihinde yayınlanan basın bülteninde ise, 2004 yılında yapılan toplam 13.8 milyar TL ödenmeyen kredi kartı borç tutarının, 2010 Kasım ayında 41.6 milyar liraya yükselerek yüzde 202 arttığı belirtilmekte ve aynı dönemde taksitli kart borcunun 3.7 milyar TL'den, 18.1 milyar TL'ye yükseldiğine dikkat çekilmektedir (ATO, 2010).

Bu kapsamda bankaların riskli alacaklarının ve kredi kartı borçlarının takibe düşme oranının azaltılması amacıyla 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun 24. Maddesinde bazı değişiklikler yapılarak kanun haline getirilmiştir. 7 Temmuz 2009 tarihinde yürürlüğe giren 5915 sayılı bu kanunla, kredi kartı sözleşmesinde belirtilen asgari ödeme tutarının dönem borcunun yüzde 20'sinden az olamayacağına ek olarak, gerekli görüldüğünde Hazine Müsteşarlığı ve TCMB'nin de görüşünü alarak bu oranı yüzde 40'a kadar yükseltme ya da bu sınırlar dahilinde kart hamili guruplarına göre farklılaştırma yetkisi BDDK'ya verilmiştir. Ayrıca bu kanuna eklenen geçici madde ile 31 Mayıs 2009 tarihi itibarıyla kredi kartı borcunu üst üste üç ay ödeyemeyerek temerrüde düşmüş ve haklarında bankaca işlem başlatılmış olan kart hamilleri için yeni bir ödeme planı imkanı sağlanmıştır. Bu değişikliklerin Resmi Gazete'de yayınlanmasından itibaren temerrüde düşmüş kart hamillerine, 60 gün içinde bankalara, varlık yönetim şirketlerine ya da bunların avukatlarına başvurmaları halinde kanunda öngörülen ödeme planlarından birini seçerek borçlarını daha düşük faizle yeniden yapılandırma imkanı sunulmuştur (RG,7 Temmuz 2009/27281, mad.1-2).

BDDK Haziran 2010 Türk Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü Raporu'nda bu yapılandırma sonucunda kredi kartı alacaklarının ödeme planına bağlanması sonucunda 7 Temmuz-5 Eylül 2009 aralığında oluşan toplam 1.750 milyon TL'lik alacağın, 2010 yılının ilk beş ayında ancak 270 milyon TL'lik kısmının tahsil edilebildiği belirtilmektedir (BDDK, 2010b:16). Diğer taraftan, hem ATO basın bülteninde yer alan veriler hem de BDDK ve TCMB raporlarında yer alan veriler incelendiğinde bu yapılandırmalara rağmen takibe düşen kredi kartı borç tutarlarının düşük oranda da olsa artmaya devam ettiği görülmektedir.

TCMB Risk Merkezi verilerinin değerlendirildiği Aralık 2010 Finansal İstikrar Raporu'nda, 2009 yılı sonu itibarıyla 1.721.004 olan tasfiye olunacak kredi kartı ve tüketici kredisi borcu bulunan toplam kişi sayısının, 2010 yılı Eylül ayı itibarıyla

1.688.567 kişiye gerilediği belirtilmektedir. Diğer taraftan aynı raporda hane halkı yükümlülükleri içerisinde kredi kartı borçlarının oranının 2010 yılı Eylül ayı itibariyle 2009 yılı verilerine göre yüzde 11,7 artış gösterdiğine dikkat çekilmektedir (TCMB, 2010:19-20).

Tablo 6'da görüldüğü gibi 2005-31 Ekim 2010 dönem aralığında kredi kartı borcunu ödememiş kişi sayısı 1.435.484 kişiye yükselmiştir. Bireysel kredi borcunu geri ödemeyen kişi sayısının ise yıllara göre kıyaslandığında kredi kartı borcunu ödemeyen kişi sayısına göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bu fark kredi kartlarının tüketici kredilerine göre daha kolay edinilebilmesi, hem kredi hem de ödeme aracı olarak kullanılabilmesi, kullanım alanlarının yaygınlığı ve kullanım oranının yüksek oluşu gibi farklı nedenlerle açıklanabilir.

Tablo 6: Bankalarca Bildirimi Yapılan ve TCMB Negatif Nitelikli Ferdi Kredi ve Kredi Kartları Sisteminde Yer Alan Kişi Sayısı

Yıllar	Ferdi Kredi Borcunu Ödememiş Kişi Sayısı	Kredi Kartları Borcunu Ödememiş Kişi Sayısı	Ferdi Kredi Ve Kredi Kartları Borçlarını Ödememiş Kişilerin Toplamı
2005	827	9.259	10.086
2006	11.851	105.006	116.857
2007	29.683	124.988	154.671
2008	132.597	303.195	435.792
2009	314.168	483.801	797.969
2010*	243.685	409.235	652.920
2010 Ocak-Ekim	274.486	501.814	776.300
Toplam**	732.811	1.435.484	2.168.295
Tüm Yıllar***	682.233	1.287.818	1.970.051

Kaynak: <http://www.tcmb.gov.tr/> (11 Ocak 2011)

* 2010 yılı toplam rakamı ile ay bazındaki rakamların toplamı arasındaki fark, bir kişinin farklı aylarda negatif kaydının olmasından kaynaklanmaktadır. ** Bir kişinin yıl içinde bir kez sayılması durumundaki dağılımdır. *** Bir kişinin tüm yıllar içinde bir kez sayılması durumundaki dağılımdır.

NOT: Tabloda, 3 veya 5 takvim yılını doldurması nedeniyle ve 5834 sayılı Yasa kapsamında silinen kişilere yer verilmemektedir. Bu nedenle yıl bazında kişi sayıları değişebilmektedir. Toplam kayıt sayısı ise 4.652.658'dir.

Ödenmeme oranındaki artışı etkileyen bir başka dikkat çekici konu, bankaların kredi kartlarının kullanımını yaygınlaştırmaya yönelik agresif pazarlama yöntemleridir. Günümüzde pek çok kişi kredi kartını kendi başvurusu ile edinmediğini, genellikle maaşların bankalara yatırılması ve kurum anlaşmalarının süresi doldukça her yeni bankadan farklı bir kredi kartı edinilmesinin kaçınılmaz hale geldiğini söylemektedir.

Bu şekilde şahısların ayrıca başvurusu olmadan kredi kartının kendisine gönderilmesi, kart limitinin aşılması halinde anında cep telefonu aracılığı ile bankanın kişiye limit arttırma teklifinde bulunması gibi farklı uygulamalar, kişilerin gelirinin üzerinde limit elde etmesine sebep olduğundan kart borcunun ödenmeme riskini arttırmaktadır. Bu bağlamda Apak ve Yılmaz (2009:45-49), Türkiye’de kredi kartlarının ödenmeme oranının kurumsal krediler, gayrimenkul kredileri, tüketici kredileri vb. diğer kredi türlerine göre daha yüksek olduğuna dikkat çekmektedir. Bu duruma rağmen bankaların kredi kartını yaygınlaştırma eğilimlerinin yüksek olması;

- Türkiye’de kredi kartları için bankalarca ödenmesi zorunlu olan karşılık oranının, kredi kartı riskinden daha düşük olması,

- Krizden çıkışın teşvikinin tüketimle yapılmaya çalışılması, kredi kartı ile sunulan çip puan, para puan, kasada indirim gibi promosyonların tüketimi teşvik edici olması,

- Kredi kartı limitlerinin kişilerin gelirlerinden yüksek tutulması ile kişinin borcunu ertelemesi sayesinde elde edilen faiz gelirlerinin bankalar açısından karlı olması,

- Kredi kartı alacaklarının, ikincil piyasalara konu olan bazı finansal araçlar aracılığı ile yurt dışına ihraç edilerek, bu şekilde oluşturulan varlıkların da kriz dönemlerinde bankalarca yurt dışından kaynak sağlamada teminat olarak kullanılması, gibi nedenlerle açıklanmaktadır (Apak ve Yılmaz, 2009:45-49).

Bu konuda Evans (2003:68-67), kredi verenlerce yaygın olarak kullanılmakta olan sürekli gelir, iş güvencesi, kredi geçmişi, ödeme geçmişi gibi borç alanların sahip olduğu belli faktörlere puan atayarak kredinin geri ödenmeme riski hakkında istatistiksel bilgiler sunan kredi derecelendirme yöntemlerinin, kredi kartlarının yayılma sürecine önemli etkisi olduğu görüşünü savunmaktadır. Evans (2003:68-67)’a göre bu tür yeni teknolojiler bankalara, potansiyel müşterileri hakkında daha ayrıntılı bilgiler sunmakta ve yüksek riskli tüketicilere kredi verme imkanı sağlamaktadır. Aksoy (2005:182-184), bu konuda "Türk Bankacılık sisteminde bankaların karlarını arttırabilmek amacıyla yaptıkları çalışmalar nedeniyle sağlıklı yürütülmeyen bu tür hususların, kişilerin birden fazla bankaya borçlu hale gelmesine neden olduğu" şeklinde görüş beyan etmektedir.

Görüldüğü gibi Türkiye’de bankacılık sektörünün ve kartlı ödeme sistem yapısının teknoloji paralelinde gelişmesi, önceleri sadece gelir seviyesi yüksek kişilere verilen kredi kartlarının, günümüzde neredeyse herkes tarafından kullanılır bir finansman aracına dönüşmesini sağlamıştır. Bankaların bu artışı teşvik edici farklı uygulamaları gelir ile harcama limitleri arasında büyük uçurumlar oluşmasına neden olmakta, bu durum kredi kartı sahibi kişilerin potansiyel borçlu olma ihtimalini arttırmaktadır. Bu süreçte tüketicinin ödeyemeyeceği borç yükü altına girmemesi için kredi kartı ile yapacağı harcamalarda gelirini, kart limitini ve faiz oranlarını göz önünde bulundurması, kredi kartı borcunu son ödeme tarihinde tamamen ödemesi gibi rasyonel alışkanlıklar kazanması için kredi kartı kullanımı konusunda tüketici bilincinin oluşturulmasının önemi artmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KREDİ KARTLARININ RASYONEL KULLANIMI ve KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

3.1. KREDİ KARTI KULLANIMINDA RASYONELLİK

Etimolojik olarak incelendiğinde hem "ration (sağduyu)" hem de "akılcılık (rasyonalite)" sözcüklerinin temelde Latince kökenli "ratio (us)" kelimesinden türemiş olduğu ve Yunanca "logos (us ile kavramak)" kelimesi ile eş anlamlı olduğu görüşü yaygın olarak kabul görmektedir (Sarfati, 2005:109-113). Klasik iktisat teorisine göre insan ekonomik ve rasyonel hareket eden bir varlıktır ve tüketici davranışlarını etkileyen en önemli faktör insanın bu yapısıdır. Yani tüketiciler harcama yaparken bütçesini, ihtiyacı olan mal ve hizmetler arasında kendisine en yüksek tatmini sağlayacak şekilde bölüştürme çabası içindedirler (İslamoğlu, 2008:132).

Ekonomi biliminin temel aldığı rasyonel insan modeli (homo economicus) bakımından değerlendirildiğinde kişinin bir mal veya hizmeti satın alma sürecinde en düşük maliyetle kendisi için en yüksek faydayı elde edecek şekilde hareket etmesi olarak ifade edilebilecek olan rasyonel davranış, rasyonel (akılcı/bilinçli) ekonomik kararların sonucudur. Genel olarak ekonomik teorilerin varsayımlarında tüketici kararlarını etkileyen farklı faktörlerin göz ardı edildiği görüşü yaygın olarak kabul görmektedir (Yang ve Lester, 2008:1218-1220). Gerçek hayatta ise ekonomik kararlar ve satın alma davranışları gelir düzeyi ve fiyatlar başta olmak üzere ihtiyaçlar, tercihler, çevresel faktörler, bilgi, algı, öğrenme, tutum gibi pek çok sosyo-ekonomik ve demografik faktörden etkilenmektedir (Cömert ve Durmaz, 2006:352).

Günümüzde, ödeme aracı fonksiyonu dışında sağladığı kredi imkanı ile tüketiciye gelecekte elde edeceği gelirin bir bölümünü bu günden harcama olanağı vermesi yönüyle bir finansman aracı özelliğine sahip olan kredi kartları, tüketicilerin ekonomik kararlarında önemli etkiye sahiptir. Akılcı kullanıldığında pek çok olumlu özelliğe sahip olmasına rağmen kredi kartları gelir düzeyinde artış algısı oluşturmak suretiyle, tüketicinin harcama alışkanlıklarını etkilemekte ve gelirin çok üzerinde bir harcama eğilimine sahip olmasına yol açabilmektedir (Kaya, 2009b:131; Durukan vd.,

2005:150). Bu bağlamda kredi kartı kullanımında rasyonelliği, kişinin kart kullanım sürecinde en düşük maliyetle karttan en yüksek faydayı elde etme çabası olarak tanımlamak mümkündür.

Bilinçsizce kullanıldığında satın alma gücünün kullanım oranına paralel olarak artmaması nedeniyle tüketiciler, artan harcamalarını karşılayabilmek için yine kredi kartı aracılığı ile borçlanmakta böylece kredi kartı bir tür borç çevrim aracına dönüşmektedir. Bu şekilde kullanıldığında borcun ek maliyetler ile daha da katlanması nedeniyle tüketicinin zarar görmesine yol açacağından, kredi kartlarının rasyonel (akılcı/bilinçli) kullanımı önem kazanmaktadır. Bu çerçevede öncelikle kredi kartlarının bankacılık hukuku açısından ne gibi niteliklere sahip olduğu, kullanıldığında tüketiciye ne gibi sorumluluklar yükleyeceğinin bilinmesi büyük öneme sahiptir.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'na göre krediler “nakdi kredi” ve “gayri nakdi kredi” olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Kredi kartları, kart ihraç eden kurumun, kart hamilinin yapacağı harcama tutarlarını ödememesi riskini üstlenerek, kart hamili adına belirli tutarda bir kredi tahsis etmesini sağlamaktadır. Banka ya da finansal kurumun kredi kartına istinaden kart hamili adına açtığı kredi limiti, kullanılmadığı sürece “gayri nakdi kredi” olarak nitelendirilmektedir. Kartın kullanılması halinde ise nakdi krediye dönüşerek kart hamiline katlanması gereken belirli maliyetler yüklemektedir. Kredi kartları kart hamiline sunulan nakdi kredi niteliği ile “bankacılıkta en çok kullanılan nakdi kredi türü olan ödünç kapsamına girmekte ve cari hesap şeklinde çalışan tek döner kredi örneği” (Açıkgül ve Açıkgül, 2007:42) olarak kabul edilmektedir.

Bankalar bireysel ve ticari bankacılık hizmetlerinin belirli bir karşılığı olarak müşterilerinden hesap işletim ücreti, komisyon ücretleri, yıllık kart ücreti gibi isimler altında ücretler tahsil etmektedir. Komisyon ücretleri, kart hamilinin kredi kartı aracılığı ile nakit çekmesi, aylık faturaları için bankaya otomatik ödeme talimatı vermesi ya da var olan kredi kartı borç bakiyesini taksitlendirmek istemesi gibi farklı hizmetler karşılığında tahsil edilen ücretlerdir.

Genel olarak, kart hamili “bir ay boyunca yapacağı tüm alışverişlerin toplam bedelini, hesap ekstresinde belirtilen son ödeme tarihinde tamamen öderse hiçbir faiz, gider, komisyon vb. ek maliyete katılmak zorunda kalmamaktadır” (Baydemir, 2004: 50; Reisoğlu, 2004:106). Ancak, belirlenen tarihte tüm ödemenin yapılmaması durumunda sözleşme ile belirlenmiş olan faiz oranları işlemeye başlayacağından, kart

hamilinin katlanmak zorunda kalacağı ek maliyetlere neden olmaktadır. Bu durumda ertelenen (ötelenen) borca faiz işleyeceğinden ve “kredi kartı faizleri diğer tüketici finansman imkanları için belirlenen faiz oranlarından daha yüksek seyrettiğinden” (Robb ve Sharpe, 2009:29), kredi kartı ile borçlanmak daha maliyetli olacaktır. Ödenmediği sürece borç miktarı, işleyen faizle birlikte sürekli olarak katlanmaktadır. Diğer taraftan, kredi kartından nakit çekilmesi halinde kullanılan nakit tutarı için hesaplanan faiz üzerinden alınan vergi ve fon giderleri de kart hamilinden tahsil edilecektir.

Son ödeme tarihinde kullanım tutarının tamamını ödemeyen, yalnızca asgari tutarını ödeyen ya da asgari tutar altında ödeme yapan tüketiciler kredi kartı terminolojisinde "revolvers" (borç çevirenler) olarak bilinmektedir. Kredi kartının kredi özelliğinden yararlanmayan ve kredi kartı hesap özeti ay sonunda tamamen ödeyen tüketiciler ise "transactors/convenience users" (düzenli kullanıcılar) olarak adlandırılmaktadır (Evans, 2004:64; Chakravotti, 2003:52; Munro, 1997:12).

Bu ayrım doğrultusunda Altan ve Göktürk (2008:116), bankalar için önemli olan müşterilerin son ödeme tarihinde kullanım tutarının tamamını ödemeyerek alışverişini kredilendiren ve bankaya faiz kazancı sağlayan müşteriler olacağına dikkat çekmektedir.

Günümüzde kart hamilinin Visa, MasterCard gibi yaygın kredi kartlarının kullanılmasından doğan ekstre borcuna bankaca işletilecek olan faizin nasıl hesaplanacağı, 5464 sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu'nun 26. maddesinde açıkça belirtilmiştir. Buna göre: "bir hesap dönemine ilişkin toplam borç tutarı (hesap bakiyesi) üzerinden ancak hesap kesim tarihinden itibaren faiz işletilebilir ve hesap kesim tarihi ile son ödeme tarihi arasında on günden az bir süre olamaz" (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.26). Son ödeme tarihinde dönem borcunun bir kısmının ödenmesi halinde, borca işletilecek olan faiz tutarı, kalan hesap bakiyesi üzerinden aylık akdi ve gecikme faiz oranları dikkate alınarak hesaplanır. Daha açık şekilde ifade edilirse bu durumda dönem borcu için:

- Asgari tutar ve üzerinde ödeme yapılması halinde kalan borç bakiyesine, akdi faiz oranı uygulanmaktadır,

- Asgarî tutarın altında ödeme yapılması ya da hiç ödeme yapılmaması durumunda ise asgari tutarın ödenmeyen kısmı için gecikme faizi; kalan hesap bakiyesinin asgari tutarı aşan kısmı için akdi faiz oranı uygulanmaktadır.

- Kart hamilinin dönem borcunu üst üste üç ay ödememesi halinde ise temerrüt faizi oranı uygulanır.

Bu maddede ayrıca nakit kullanılması halinde faizin işletilmeye başlanacağı tarih olarak “işlemin yapıldığı tarih esas alınacaktır” denilerek, faiz hesaplamasında kartın alışverişlerde kullanılması ile karttan nakit çekilmesi durumu birbirinden ayrılmıştır.

Diğer taraftan borcun tamamen ödenmemesi halinde kalan bakiyeye işletilecek faiz oranları, borç bakiyesinin yalnızca alışverişten kaynaklanan borç tutarından oluşması ya da yalnızca kartla nakit çekilmesinden kaynaklanan borç tutarından oluşması durumunda değişmektedir. Kart hamili dönem boyunca kredi kartını hem alışveriş hem de nakit çekim amaçlı kullanmışsa, alışverişlerden kaynaklanan borç tutarının ödenmeyen kısmına, son ödeme tarihinden itibaren, alışveriş akdi/gecikme faiz oranı; nakit çekiminden kaynaklanan kısmına ise, işlem tarihinden itibaren, nakit çekim akdi/gecikme faiz oranı uygulanmaktadır. Ancak uygulamada genellikle bankaların nakit çekimine uyguladıkları akdi faiz ve gecikme faizi oranlarının, alışveriş akdi faiz ve gecikme faizi oranları ile aynı olduğu görülmektedir.

Borç bakiyesinin üst üste üç ay ödenmemesi halinde ise kart hamili temerrüde düşmüş kabul edilerek bankanın yasal yollara başvurması söz konusu olmakta, bu durumda ödenmeyen borç bakiyesine temerrüt faizi işletilmektedir.

Bankaların kredi kartı borcunun kalan hesap bakiyesi üzerinden işletecekleri faizin, dört farklı durumu kapsayacak şekilde nasıl hesaplanacağı, BDDK'nın resmi internet sitesinde ayrıntılı olarak yer almaktadır (<http://www.bddk.org.tr/bankabilgileri/kredibilgileri.aspx> (3 Ocak 2011)). Faiz oranları uygulamada TCMB tarafından belirlenen en yüksek faiz oranını aşmamak koşuluyla bankalar tarafından belirlenmektedir. Kredi kartlarına uygulanan ve TCMB tarafından belirlenen aylık azami faiz oranları (nakit çekim işlemleri dahil); "aylık azami akdi faiz oranı TL için yüzde 2.12, ABD doları için yüzde 1.70 ve Euro için yüzde 1.64, aylık azami gecikme faiz oranı ise, TL için yüzde 2.62, ABD doları için yüzde 2.20 ve Euro için yüzde 2.14" (<http://www.tcmb.gov.tr/> (1 Nisan 2011)) olarak açıklanmıştır. Bu oranlarda meydana

gelen değişmeler 5464 sayılı kanun gereği bankalar tarafından 30 gün içinde, düzenli olarak gönderilen hesap ekstresi aracılığıyla ya da mail yolu ile kart sahibine bildirilmektedir. Bu nedenle her ay hesap ekstresini kontrol etmek kart hamilinin sorumluluğudur.

Diğer taraftan ödemeleri kredi kartı ile yaparken, harcama tutarının kredi kartı ile taksitlendirilmesi ya da tek çekim olarak da adlandırılan tüm tutarın tek seferde ödenmesi kararı da kart hamilinin son ödeme tarihindeki borcunu etkilemektedir. Harcama tutarının kredi kartından tek çekimle ödenmesi halinde bu tutarın tamamı o ayki hesap ekstresine yansiyacaktır. Bir harcama tutarının kredi kartı aracılığı ile taksitlendirilmesi durumunda ise her ay hesap ekstresine ilgili aya ait taksit tutarı yansır. Genel olarak bankaların harcama tutarının kredi kartı ile taksitlendirilmesi işlemi için tahsil ettiği komisyonlar bankadan bankaya değişmekte ve bu ücretler ilk taksitle birlikte tahsil edilmektedir. Bazı bankalar ise bu işlem için komisyon ücreti almamaktadır. Harcamaların kredi kartı ile taksitlendirilmesi konusunda rasyonel kullanım açısından önemli olan nokta ise taksitlendirme işleminin kartın kullanılabilir limitini etkilemesidir. Her taksitlendirme işlemi kart limitinin taksitlendirilen tutar kadar bölümünü sınırlandırmakta ve bu bölüm taksit tutarları ödendikçe serbest kalmaktadır. Bu nedenle kredi kartı ile yapılacak her işlemde kart limiti göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu bilgiler ışığında tüketicinin kredi kartını rasyonel olarak kullanması, ödeme gücünü göz önünde bulundurarak kart kullanım sürecinde istenmeyen maliyetlerin oluşmaması için sorumluluklarının bilincinde hareket etmesini ifade etmektedir. Bu sorumluluklar kısaca özetlenecek olursa;

- Bir kredi kartı edinirken banka tarafından verilen sözleşmeyi dikkatlice okumak,
- Kredi kartını son ödeme tarihinde harcanan tutarı ödeyebileceği düzeyde kullanmak,
- Harcama yaparken kart limitini ve önceki taksit tutarlarını göz önünde bulundurmak,

- Mecbur kalmadıkça nakit kullanmamak, nakit kullanıldığında bu tutarın zamanında geri ödenmemesi durumunda işlem tarihinden itibaren faizlendirileceğini göz önüne almak,
- Kredi kartına işletilecek olan faiz oranlarını ve bu konuda getirilen yasal düzenlemeleri takip etmek,
- Son ödeme tarihinde borç bakiyesinin tamamını ödemek vb. olarak sıralanabilir.

Kurtuluş ve Nasır (2006:1-11) tarafından Türkiye’de internet kullanan kredi kartı sahipleri arasında yapılan bir araştırma, kişilerin kredi kartı sözleşmesi hakkında bilgi sahipliği, kart kullanma amacı, kredi kartı borcu geri ödeme şekli ve aylık kredi kartı harcama tutarları hakkında önemli bulgular ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların %21,4’ünün kredi kartı sözleşmesinde yer alan koşullar hakkında hiç bilgisinin bulunmadığı, %58,9’unun ise çok az bilgi sahibi olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

3.2. KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN BİREYSEL FAKTÖRLER

Yapılan literatür araştırmasında, Türkiye’de ve yabancı ülkelerde tüketicilerin kredi kartı kullanımına ilişkin davranışlarını etkileyen faktörleri araştıran farklı çalışmalar incelenmiştir. Ancak, Türkiye’de yapılmış, özellikle rasyonel kullanım davranışını araştıran ve doğrudan bu davranışa etki eden faktörleri inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada, önceden yapılmış çalışmaların bulguları doğrultusunda kişilerin kredi kartı kullanımlarında etkili olduğu ileri sürülen farklı faktörlerin, kredi kartının rasyonel kullanımını nasıl etkilediğinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Kredi kartı kullanımı konusunda yapılmış çalışmalar, kişilerin kredi kartı kullanımında kredi kartına yönelik tutumlarının, bankaların kredi kartı kullanımına yönelik bilgilendirici hizmetlerinin tüketici tarafından nasıl algılandığının, tüketicilerin harcama alışkanlıklarının ve parasal konulardaki tutumları ile demografik faktörlerin etkili olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede çalışmada bu faktörlerin, kişinin kredi kartlarını rasyonel kullanma davranışlarını nasıl etkilediği sorusuna cevap aranmıştır.

3.2.1. Kredi Kartına Yönelik Tutum

İnsan davranışlarını inceleyen sosyo-psikoloji temelli “Akılcı Davranışlar Teorisi (Theory of Reasoned Action-TRA)”ne göre, bireyler rasyonel kararlarını bilgiye sistematik olarak ulaşmak suretiyle vermektedir. Teoriye göre niyet, davranışın gerçekleşmesinde motive edici bir faktör iken, tutum, inanç ve kişisel normlardan etkilenmektedir. Bir başka ifade ile bir davranışı gerçekleştirme niyeti, o konuda bireyin sahip olduğu olumlu/olumsuz tutum ve inançları ile çevresindeki değer verdiği kişilerin fikirlerinden etkilenmektedir. Tutumlar ise önceden edinilen inanç ve fikirler ile ihtiyaçlara bağlı olarak şekillenmektedir. İnançların kabul edilip edilmemesi tutumun bilişsel yönünü, inanca ilişkin olumlu ya da olumsuz yargılar ise tutumun duygusal yönünü temsil etmektedir. Kişinin inancı ve bu doğrultudaki olumlu ya da olumsuz yargısı sonucunda bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceği şeklinde açıklanabilecek olan davranışsal eğilim ise tutumun davranışsal yönünü temsil etmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1977:888-918). Bu teorinin geliştirilmesi ile oluşmuş “Planlı Davranışlar Teorisi (Theory of Planned Behavior-TPB)”ne göre ise; yetenekler, zaman, duruma göre değişen kaynak ve fırsatlar ile geçmiş deneyimler gibi insanın kendi kontrolünde olmayan farklı faktörler de insanın davranışlarının başarısını etkilemektedir. Bu faktörler bireyin davranışı gerçekleştirebilmek için gerekli bilgi ve imkanlara sahip olup olmadığı hakkındaki düşüncesini etkileyerek davranışın sonucunu değiştirmektedir (Ajzen, 1991:181-185). Bu teorilerden hareketle kişilerin kredi kartına yönelik tutumunun, kredi kartını kullanma niyetini dolayısı ile kredi kartını rasyonel kullanma davranışını etkileyeceği ileri sürülebilir. Bu bağlamda Durkin (2000:627), kredi kartı kullanma kararları “kredi kartı kullanımı sonucunda edinilen tecrübeler doğrultusunda gelişen bireysel tutumlardan büyük ölçüde etkilenmektedir” şeklinde görüş beyan etmektedir.

Bu bölümde kredi kartı konusunda yapılmış çalışmalara göre kredi kartı kullanımında rasyonelliği etkileyebileceği varsayılan kredi kartına yönelik tutumla ilişkili değişkenler, kredi kartını doğrudan ve dolaylı ilgilendiren değişkenler olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Kredi kartını doğrudan ilgilendiren değişkenler kredi kartının gereksiz harcamaya yol açıp açmayacağı konusundaki inancı ifade eden kredi kartına duyulan güven ve bankalarca kredi kartı kullanım sürecinde verilen bilgilendirici hizmetleri algılama düzeyinden oluşmaktadır. Kredi kartını dolaylı olarak ilgilendiren

değişken ise kişinin kredi kartı olmaksızın sahip olduğu harcama alışkanlıkları başlığı altında incelenmiştir.

3.2.1.1. Kredi Kartını Doğrudan İlgilendiren Değişkenler

Kredi kartları konusunda yapılmış çalışmalardan hareketle kişilerin kredi kartına yönelik tutumu, tutumun bilişsel ögesi bakımından iki yönden incelenebilir. Bu bölümde kişilerin kredi kartı hakkındaki değerlendirmeleri doğrudan kredi kartı ile ilgili görüşlerini kapsayan; kredi kartının gereksiz harcamaya yol açıp açmayacağı konusundaki inancı ifade eden kredi kartına duyulan güven ve bankalarca kredi kartı kullanım sürecinde verilen bilgilendirici hizmetleri algılama düzeyi açısından değerlendirilmiştir.

3.2.1.1.1. Kredi Kartına Duyulan Güven

Kredi kartı kullanımında etkili olan farklı faktörleri inceleyen çalışmalar kredi kartının aşırı harcamaya yol açıp açmayacağı, aşırı borçlanmaya neden olup olmayacağı gibi konulardaki güveni belirleyen inanç ve deneyimlerin, kredi kartı kullanım sürecine ve davranışına yön verdiğini göstermektedir (Hayhoe vd., 1999:643-646). Bir başka ifade ile kişinin harcamalarını kredi kartı ile yapması durumunda katlanmak zorunda kalacağı maliyetler hakkındaki deneyimleri, çevresinden edindiği izlenimler ve finansal durumu gibi faktörler kişinin kredi kartına yönelik tutumunu etkileyerek kredi kartı kullanımında rol oynamaktadır. Bu bağlamda, farklı çalışmalarda kredi kartına duyulan güvenin kişinin kredi kartına karşı olumlu ve olumsuz tutumu bakımından iki farklı yönden ele alınmış olduğu söylenebilir. Kredi kartını, kişi için bir prestij unsuru olması, nakit taşıma riskini azaltması, kolay kredi kaynağı olması gibi olumlu özellikleri bakımından ele alan çalışmalara göre kişiler için kredi kartının olumlu yönleri, risklerine göre daha fazla ön plandadır (Torlak, 2002:74-75). Olumlu özelliklerin kişi için taşıdığı önem ise gelir düzeyine göre değişmektedir. Karamustafa ve Biçkes, (2003:104) tarafından yapılan bir araştırmada kredi kartına hangi konuda daha fazla güven duyulduğunun gelir düzeyine göre farklılaştığı tespiti yapılmıştır. Buna göre düşük ve orta gelirli kişiler yeterli parası olmadığında bile alışveriş yapmaya imkan

vermesi açısından kredi kartını bir güvence olarak görürken; daha yüksek gelirli kişiler için kredi kartı, nakit taşıma riskini azaltması yönünden bir güvence unsurudur.

Girginer vd. (2008:203) tarafından üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımına ilişkin tutumlarını boyutlandırmak amacıyla yapılan bir çalışma ise kredi kartıyla yapılan harcama tutarlarının büyümesine ve yapılan aylık ödemelerin artmasına bağlı olarak, kaygı düzeyinin arttığını göstermektedir. Harcama tutarı ve dolayısıyla aylık borcu yüksek kişiler ekonomik durumu olumsuz yönde etkileyip etkilemeyeceği konusunda kredi kartına daha az güven duymaktadır. Bir başka ifade ile gelir artışına bağlı olarak harcamaların da artması, kaygıyı arttırmakta bu da kredi kartının riskli bir finansal araç olduğu inancını pekiştirmektedir. Bu bağlamda kişinin kredi kartının ekonomik durumunu etkileyip etkilemeyeceği konusundaki güveni, kişinin geliri ve ekonomik imkanlarına göre değişmektedir.

Warwick ve Mansfield (2000:617-626), lisans öğrencilerinin kredi kartlarını nasıl edindiklerini, kart kullanımı hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını ve kredi kartlarına yönelik tutumlarını incelemiştir. Bu çalışmaya göre genel olarak kredi kartının aşırı harcamaya neden olup olmayacağı yönündeki fikirlerin, kredi kartı ile ne kadar borçlu olduğuna bağlı olarak değiştiği söylenebilir. Araştırmaya göre öğrencilerin büyük çoğunluğu kredi kartlarını kredi araştırması dışında, bankaların öğrencilere yönelik agresif pazarlama yöntemleri sayesinde elde etmiştir. Araştırmada katılımcıların %71'inin kullandığı kredi kartı için ödediği faiz oranları hakkında hiçbir bilgisinin olmadığı, %43'ünün kullandığı kredi kartının limitini bilmediği, %47,5'inin ise aylık kredi kartı bakiyesi hakkında bilgi sahibi olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların %68,6'sının kredi kartının doğru kullanıldığında yararlı bir finansman aracı olabileceği görüşünü desteklemesi, kredi kartının ekonomik duruma etkisi açısından riskli olup olmayacağına ilişkin kendi sorumluluğunda olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

3.2.1.1.2. Banka Bilgilendirme Hizmetlerini Algılama Düzeyi

Kredi kartı, bir veya birden fazla banka ve finansal kuruluş ile birden fazla işletmenin bilgi, insan, teknoloji, üretim, dağıtım ve hizmet sürecine ortak fayda elde edebilmek için yaptığı yatırımları ve faaliyetleri aracılığı ile katılımını içeren bir

bankacılık ürünüdür. Bu süreçte kart hamili ile birebir iletişim halinde olan son kurumlar ise bankalardır. 5464 sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu'nun 10. maddesine göre "BDDK tarafından belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde, bankalarca kredi kartı hesap özeti düzenlenmesi, kart hamiline talebi üzerine yazılı olarak ya da elektronik ortam aracılığı ile veya başka etkin yollarla bu özeti bildirilmesi zorunludur" (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.10). Aynı kanunun 25. maddesine göre "faiz oranının artırılması durumunda, bu değişikliğin hüküm ifade edebilmesi için otuz gün önceden kart hamiline bildirilmesi zorunludur" (RG, 1 Mart 2006/26095, mad.25). Aynı zamanda bu zorunluluk 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 10/A maddesinde "Kredi Kartları" başlığı altında belirtilerek güvenceye alınmıştır (RG, 8 Mart 1995/22221, mad.10/A). Kredi kartları kapsamında kişilerin bilgilendirilmesi ve bireysel kredi ürünlerinin tanıtımına verilen önem, değişen yasal yaptırımlar ve yapılan kampanyaların, iletişim araçlarıyla tüketicinin bilgisine sunulması, tüketicilerin bankalar ve krediler arasında kıyaslama yapabilecek kadar bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda bu hizmetlerin yeterliliğine ilişkin algı düzeyinin kredi kartının rasyonel kullanımı ile yakından ilişkili olacağı ileri sürülebilir.

Algılama, öğrenmenin temeli olarak kabul edilen ve kişisel ihtiyaçların şiddeti ile beklentilere bağlı olarak tutumları etkileyen, duyularla ilgili bir olgudur. İnsan davranışları, algılama yolu ile belli bir konudaki olumlu/olumsuz tutum ve inançların etkileşimi ve bunu etkileyen alışkanlıklar, sosyal normlar ile davranışın sonucuna ilişkin beklentilere göre farklılaşmaktadır (Schafer ve Tait, 1986:4-5). Bu açıdan bakıldığında kredi kartı kullanımında rasyonel davranış, kişinin bu konuda verilen bilgilendirici bankacılık hizmetlerini ihtiyaçlarına göre nasıl algıladığı, nasıl değerlendirdiği ve bu değerlendirme doğrultusunda nasıl bir tutum geliştirdiği ile doğrudan ilişkili olacaktır. Örneğin Ausbel (1991:50-81), kredi kartı sektöründe işlem maliyetlerini incelediği bir çalışmada, kişilerin kredi kartının kredi özelliğini kullanmaya başlamadan önce değişen faiz oranlarına daha az duyarlı olacağını ileri sürmektedir. Bu özelliği kullanmayan kişiler zaten düşük işlem maliyeti ile karşılaşacağından onlar için bu tür ödentiler ikinci planda olacaktır. Bu bağlamda banka hizmetlerinin maliyetler konusunda yeterince bilgilendirici olup olmadığının kişinin kredi kartını ne kadar kullandığı ya da kredi kartı ile ne kadar borçlandığına göre farklı algılanacağı ileri sürülebilir. Bu durumda düşük kredi kartı borcuna sahip kişilerin kredi kartı kullanımlarında bu tür hizmetlerin yeterliliğinin önemi ikinci planda iken, yüksek kredi

kartı borcuna sahip kişiler için bu tür hizmetler daha önemli olacaktır. Bankanın kredi kartı kullanımına yönelik sunduğu temel hizmetler dışında müşteriyi kart kullanımının maliyetleri konusunda bilgilendiren bu tür hizmetler genel olarak “destekleyici hizmetler” (Kaya, 2008:124) olarak tanımlanmaktadır. Bu tür hizmetler, kart hamiline düzenli olarak gönderilen hesap ekstresi, internet bankacılığı kanalı ile sunulan bilgilendirici hizmetler, ATM’den hesap bakiyesi sorgulama, telefon bankacılığı aracılığı ile verilen bilgilendirici hizmetler, müşterinin bankaya gelerek bilgilendirilmesi, reklamlar vb. hizmetlerle örneklendirilebilir. Bu tür destekleyici hizmetlerin verimliliği tüketicinin bankacılık hizmetleri konusundaki bilgi düzeyinin ve bankaya duyulan güvenin artırılmasında önemli rol oynamaktadır (Goyal, 2008:332).

Kredi kartı kullanımına yönelik bilgilendirici hizmetler olarak sınıflandırılacak bu tür destekleyici hizmetler, hizmet türleri bakımından değerlendirildiğinde ise tek bir sınıflandırmaya tabi tutulamazlar çünkü bu hizmetlerden bazıları müşterinin katılımını ve teknoloji kullanımını gerektirirken; bazılarında müşterinin katılımı söz konusu değildir. Aynı zamanda ihtiyaç, beklenti, algı ve tutum gibi kişiden kişiye değişebilen kavramlar açısından bakıldığında farklı kişiler için bu hizmetlerin hangisinin bilgilendirici hizmet olarak görüldüğü de belirsiz olacaktır. Yani kişinin kredi kartı geri ödemelerini hangi hizmeti kullanarak yaptığına göre bilgiye ulaşma yöntemi değişeceğinden bilgilendirici hizmetin türü de değişecektir. Örneğin, Kaya (2008:183-185) tarafından yapılan ve tüketicinin kredi kartı kullanım sürecinde bankacılık hizmetlerinin önemine dikkat çeken bir çalışmada, kredi kartı kullanım sürecinde banka ile bireysel müşteri arasındaki bilgilendirici iletişim kanalları tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre müşterilerin %63,7’si kredi kartı konusundaki yenilikleri büyük ölçüde hesap ekstresinden öğrendiğini belirtmiştir. Bu bulgu, aynı araştırmanın farklı yerde veya farklı katılımcılarla tekrarlanması halinde bilgilendirici hizmet olarak farklı hizmet türlerinin ön plana çıkabileceği şeklinde yorumlanabilir. Bu çalışmadan hareketle, kredi kartı işlemlerini büyük ölçüde internet bankacılığı üzerinden gerçekleştiren farklı gruplar için ilk akla gelen bilgilendirici iletişim kanalının bankanın internet sitesi olmasının mümkün olabileceği ileri sürülebilir.

Hesap ekstresi ve banka çalışanları dışında hizmet dağıtım maliyetlerinin düşürülmesine imkan veren ATM ve internet bankacılığı gibi uygulamalarda, hizmetin gerçekleşmesi süreci büyük ölçüde müşterinin katılımı ile gerçekleştiği ve teknoloji kullanımına dayalı olduğundan bu tür hizmetler, teknoloji tabanlı self servis hizmetleri

olarak adlandırılmaktadır. Yapılan araştırmalar bu tür hizmetlerin kullanımının müşterinin sosyo-psikolojik özellikleri ile hizmetin müşteri ihtiyaçlarına göre dizaynı, kullanım kolaylığı, kullanma niyeti, kullanım kolaylığı, sistem kalitesi, hizmetin etkinliği gibi pek çok faktöre bağlı olduğunu ortaya koymaktadır (Çelik, 2005:128-152). Ancak bu konu çok geniş ve kapsamlı olduğundan bu çalışmada konunun ayrıntısına yer verilmemiştir.

3.2.1.2. Kredi Kartını Dolaylı İlgilendiren Değişken: Kredi Kartsız Yapılan Harcama Alışkanlıkları

Alışkanlıklar uzun süreli deneyimler sonucunda kazanılmış, aynı fiziksel ve sosyal çevrede sürekli tekrarlanan davranışlar olarak ifade edilmektedir. Davranış ile tutum arasındaki ilişkileri inceleyen sosyo-psikoloji temelli teorilere göre, geçmişte belirli bir frekansta tekrarlanan davranışların sonuçları insan zihninde otomatik bir referans kaynağına dönüşerek, kişinin bir sonraki davranışına yön vermektedir (Aarts ve Dijksterhuis, 2000:55).

Schafer ve Tait (1986:4) alışkanlıkların insan davranışlarında sosyal normlar, davranışın sonuçlarına ilişkin beklentiler ve tutumlar arasında bir tür köprü oluşturmak suretiyle davranışın gerçekleşme sürecini etkilediğini bildirmektedir. Bir başka ifade ile geçmiş deneyimler, değişen sosyo-ekonomik koşullara göre şekillenen ihtiyaç, inanç, beklenti, tutum gibi davranışı etkileyen faktörler ve insana özgü karakteristik özellikler tüketicinin alışkanlıkları ile etkileşim halindedir. Bu etkileşimler ekonomik kararlar açısından bakıldığında tüketiciye harcamalarını planlamak veya bütçesine göre ayarlamak, gereksiz alışveriş yapmamak ya da alışverişlerinde borçlanmamayı prensip edinmek gibi farklı alışkanlıklar kazandırmaktadır. Bu bağlamda kişinin geçmiş deneyimleri sonucu edindiği harcama alışkanlıklarının sınırlı geliri ile sınırsız ihtiyaçlarını karşılaması sürecinde ne kadar rasyonel davranacağı ile ilişkili olacağı ve dolaylı olarak kredi kartına yönelik tutumu etkileyeceği ileri sürülebilir.

Kredi kartları, nakit para taşımayı gerektirmemesi, neredeyse her yerde geçerli bir ödeme aracı olması, alışveriş bedelini taksitlendirme imkanı sunması, kredi kartı ile yapılan ödemelerde sağlanan promosyon ve indirimler gibi tüketicinin harcama alışkanlıklarını etkileyecek pek çok özelliğe sahiptir. Aynı zamanda sunduğu kredi

imkanı ile tüketiciye borçlanması karşılığında ek bir satın alma gücü sağlamaktadır. Bu özellikleri dikkate alındığında kredi kartının, gelirden artış algısına yol açarak harcama alışkanlıklarını etkilemesi nedeniyle, kişilerin gelirini aşan oranda borçlanmasına neden olabileceği ileri sürülebilir. Bu konuya ilişkin kredi kartlarının harcama alışkanlıklarını nasıl etkilediği hakkında fikir veren farklı bilimsel çalışmalar bulunmaktadır.

Durukan vd. (2005:143-153), kredi kartlarında taksit uygulamasının tüketicilerin harcama alışkanlıklarına etkilerinin araştırıldığı çalışmalarında, araştırmaya katılan tüketicilerin ortalama olarak aylık harcama miktarları kadar kredi kartı borçlarının olduğu ve kredi kartı kullanımı konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıkları bulgusuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan araştırma sonuçlarına göre taksitlendirme özelliği yanında para puan, çip puan gibi promosyonlar kişilerin kredi kartı kullanma tercihini pozitif yönde etkilemektedir. Araştırma bulgularından hareketle, kredi kartı sahipliğinin gelir düzeyi üzerinde harcama yapılmasına yol açarak tüketicinin sürekli borçlu bir yaşam sürmesine neden olduğu tespiti yapılarak, bilinçlendirme konusunda daha fazla çalışma yapılması gerektiğine dikkat çekilmiştir. Torlak (2002:67-78) tarafından kredi kartı kullanımının satın alma alışkanlıklarına etkilerinin incelendiği Eskişehir ilinde yapılan bir başka araştırmanın bulguları, kredi kartının tüketiciler tarafından büyük ölçüde alternatif borçlanma aracı olarak kullanıldığını, dolayısı ile kredi kartı sahipliğinin kişilerin harcama eğilimlerini arttırdığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda araştırma bulgularından hareketle eğitim düzeyi arttıkça, kredi kartı kullanan tüketicilerin satın aldığı ürünlerin fiyatlarına daha az dikkat ettiği, pazarlık eğilimlerinin azaldığı ve ihtiyaç dışı harcama eğilimlerinin arttığı tespiti yapılmıştır.

Tuğay ve Başgül (2007:215-226), kredi kartlarının kart sahiplerinin harcamaları üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik Burdur ilinde yaptıkları araştırmada, aylık gelirdeki artış ile aylık geliri aşan harcama tutarı arasında pozitif yönlü korelasyon ilişkisi olduğunu tespit etmiştir. Araştırma sonucunda kredi kartlarının büyük ölçüde gereksiz harcama yapmaya neden olduğuna ve kredi kartı kullanıcılarının bilinçlendirilmesi gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Hafalir ve Loewenshtein (2009:1-29) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise, kredi kartının kişinin harcamalarını arttırıcı yönde etkiye sahip olduğu şeklinde bir genelleme yapmanın zor olduğu, bu durumun kişiden kişiye değişebileceği ileri sürülmektedir. Çalışmada kredi kartından çok kredi kartına sunulan promosyonların

özellikle borç çeviren kredi kartı sahipleri üzerinde harcamayı arttırıcı yönde etkili olduğu, düzenli kullanıcılar için ise bu tür promosyonların ikinci planda kaldığı ortaya konulmaktadır. Buradan hareketle kredi kartı harcamayı arttırır şeklinde bir genelleme yapmanın doğru olmayacağına dikkat çekilmiştir.

3.2.2. Para İle İlgili Tutumlar ve Para Tutum Ölçeği (MAS)

Tarihin her döneminde maddi değer bakımından homojen, taşınmaya elverişli ve dayanıklı olan, bölünebilir ve taklit edilmesi zor özelliklere sahip çeşitli ortak objeler para olarak kullanılmış olsa da paranın insan hayatındaki yeri farklı bilimlerin farklı bakış açıları ile araştırılmıştır. Ekonomi biliminde para, temel olarak insanların ekonomik kararlarına yön veren bir mübadele ve değer saklama aracı olarak görülmektedir (Paya, 1997:17-18). Sosyoloji ve psikolojide ise para, insan davranışı ve kişilik özellikleri bakımından paranın ne ifade ettiği ya da insanların tutum ve davranışlarını nasıl etkilediği yönünden incelenmiştir. Bu alanlarda yapılan araştırmalar daha çok insanların rasyonel ekonomik kararlarının duygular, sosyal normlar, inanç ve değerlerden büyük ölçüde etkilendiği kuramına dayalıdır. Bu bağlamda para, bazı insanların yaşam kalitesi için son derece önemli ve ön planda iken; bazı insanlar için ikinci plandadır (Sabri vd., 2006:121-130; Medina vd., 1996:126). Günümüzde kredi kartı, paraya eş değer olduğundan kişinin kredi kartı kullanma davranışının paraya karşı tutumundan doğrudan etkileneceği ileri sürülebilir. Aynı zamanda kredi kartı kullanımında rasyonellik, bu çalışmada kişilerin istenmeyen parasal maliyetlere katlanmak zorunda kalmaması açısından ele alındığından, paraya karşı tutumların rasyonel kullanımı etkilediği düşünülmektedir.

Bilimsel çalışmalarda ele alınan parasal tutumlar, geliştirilen farklı ölçekler temel alınarak yapılan analizlere göre açıklanmaya çalışılmıştır. Para ile ilgili tutumları ölçmeye yönelik ölçekler Yamauchi ve Templer (1982) tarafından geliştirilen Para Tutum Ölçeği (Money Attitude Scale-MAS), Furnham (1996) tarafından geliştirilen Parasal İnanç ve Davranış Ölçeği (Monetary Beliefs and Behaviors Scale-MBBS), Li ve Tang (1995) tarafından geliştirilen Para Etiği Ölçeği (Money Ethic Scale-MES) ile örneklendirilebilir. Bu konuda yapılmış pek çok bilimsel çalışma bulunsa da analizlerin çoğunluğu insanların para ile ilgili konulardaki tutumlarının, parayı algılayış şekilleri ve paraya verdiği değerler, kişilik özellikleri, aile yapısı, yaş, eğitim düzeyi, gelir gibi pek

çok faktörün etkisi altında olan çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Yamauchi ve Templer, 1982; Furnham, 1996; Li ve Tang, 1995).

Genel olarak bu çalışmaların ortak noktası, paraya karşı tutumların kişisel karakteristik özellikler ile sosyo-demografik faktörlerden etkilendiği olmakla birlikte çalışma alanları ve bulguları farklıdır. Örneğin, Yamauchi ve Templer (1982:522-528) tarafından yapılan çalışma kişilerin paraya karşı tutumlarının gelirlerinden bağımsız olduğunu ortaya koyarken; Furnham (1996:375-388)'ın çalışması tam tersine paraya karşı tutumların maddi durum ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu çalışmaya göre para, insanın çalışma hayatında motive edici bir faktördür ve düşük gelir düzeyine sahip insanlar parasal konularda daha endişeli tavır sergilemektedir. Li ve Tang (1995:809-816) tarafından yapılan bir başka çalışmada iş etiği ile ücret tatmini ve para ile ilgili tutumlar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına göre parasal konulardaki tutum; ücret tatmini, işe bağlılık ve iş değiştirme davranışlarında büyük ölçüde etkili olmaktadır. Medina vd., (1996:124-145) tarafından yapılan Meksika asıllı Amerikalılar ile Anglo-Amerikanların parasal tutumun boyutları bakımından karşılaştırıldığı bir başka çalışma ise, parasal tutumun aynı toplumun farklı etnik gruplarına göre farklılaşabileceğini ortaya koymaktadır.

Roberts ve Johnes (2001:213-240) tarafından yapılmış para ile ilgili tutum ile kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkilere ışık tutan bir araştırmanın bulguları, bu konuda Yamauchi ve Templer (1982) tarafından geliştirilen “Para Tutum Ölçeği (Money Attitude Scale-MAS)”nin iç tutarlılık ve faktör güvenilirliği bakımından daha kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bu çalışmada MAS'tan yararlanılmıştır.

Paranın insan için önemi ve insan hayatında sahip olma ya da var olma amacının hakim temasını konu edinen farklı çalışmalardan hareketle geliştirilmiş olan MAS, beş faktör ile ilgili 62 ifadeden oluşmaktadır ve Formm (1976) tarafından yapılmış paranın insan hayatında psikolojik açıdan nasıl kavramsallaştığını araştıran bir çalışmayı temel almaktadır. Bu faktörler: güç-prestij, elde tutma, kalite, kaygı ve güvensizlik (şüphe) şeklinde sıralanmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi bulguları doğrultusunda MAS, 29 ifadeyi içeren 4 boyutta kavramsallaştırılmıştır. Bu boyutlar güç-prestij boyutu, elde tutma boyutu, kaygı boyutu ve şüphe boyutlarıdır (Yamauchi ve Templer, 1982:522-

528). Çalışmanın uygulama bölümünde MAS'tan yararlanılmış olması nedeniyle bu bölümde MAS'ın boyutları ayrı ayrı ele alınmıştır.

3.2.2.1. Parayı Güç-Prestij Unsuru Olarak Görme

Paraya karşı tutumun güç-prestij boyutu, kişilerin parayı çevre tarafından üstün görülme, toplumda kabul görme, takdir edilme ya da başarı aracı olarak görüp görmediklerini ortaya koymakta ve istediğini elde etmede parayı baskı aracı olarak kullanma, paranın kişiye saygınlık kazandırdığına inanma, diğer insanlarla rekabet amaçlı para harcama gibi kavramları içeren statü arayışı ile ilişkilendirilmektedir (Durvasula ve Lysonski, 2010:171). Başlangıçta ayrı bir boyut olarak değerlendirilen ve kişinin pahalı ürün ve hizmetleri daha kaliteli bularak, alabileceğinin en pahalısını satın alması gerektiğine inanmasını ifade eden kalite unsuru, analizler sonucunda güç-prestij unsuru ile motivasyonel olarak eşit görülmüştür (Yamauchi ve Templer, 1982:522-528).

3.2.2.2. Parayı Elde Tutma

Paraya karşı tutumun elde tutma boyutu, kişilerin parasal konularda geleceğin hazırlıklı ve tedarikli davranmayı gerektirdiğine inanarak hareket edip etmediğini göstermektedir. Bir başka ifade ile kişilerin para harcarken ilke olarak gelecekteki ekonomik planlarını mı göz önünde bulundurduğu, yoksa yalnızca bu günkü ihtiyaçlarını karşılamayı mı benimsediğini anlamak amaçlanmıştır (Yamauchi ve Templer, 1982:522).

3.2.2.3. Kaygı (Endişe)

Kaygı kavramı psikolojide korku, endişe ve şiddetli istek gibi duyguları kapsar ve bu duygular insanların güdülerini tetikleyen farklı geçmiş deneyimlerle ilişkilidir. Geçmiş deneyimler sonucu bilinçaltında oluşmuş bastırılmış duygular, kişinin öz benliğinde farklı içgüdüsel saplantılara yol açmaktadır. Bu tür saplantılar ise daha çok olumsuz durumlar karşısında insanın karakteristik özelliklerine göre kontrol edilemeyen dürtüler oluşturarak farklı algı, tutum ve davranışlar sergilemesine ve kendini değişik şekillerde ifade etmesine neden olmaktadır. Ailesine çok bağlı kişilerin evden uzak

yaşamak zorunda kalması durumunda ailesi için sürekli kaygılanması ve para harcayarak kendisini iyi hissetmesi bu duruma örnektir. Diğer taraftan bu durumun tersi de mümkündür yani cimri kişilik özelliklerine sahip kişilerde görülen para hırsı, parasızlık korkusu, parasal konuların kişinin hayatında endişe ve stres kaynağı olması ya da kişinin parası olmadığıda sinirlenmesi de bu duruma örnek oluşturur (Abraham, 1927:299-375). Bu bağlamda parasal kaygı boyutu, paranın kişi için bir endişe kaynağı olması ile kişinin para harcamayı endişeyi uzaklaştırıcı bir araç olarak görmesini ifade etmektedir (Yamauchi ve Templer, 1982:522).

3.2.2.4. Parasal Konularda Güvensizlik (Şüphe)

Paraya karşı tutumun güvensizlik boyutu, paranın kişi için güven unsuru olması ile ilişkilendirilen parasal konularda iyimserlik ile bu durumun tersini ifade eden, kişinin bu konuda güvensizliği ve memnuniyetsizliği ile ilişkilendirilen, parasal konularda kötümserliği içermektedir. Bu boyut kişilerin para harcamada tereddüt etmesi, aşırı tutumlu ya da cimri olması nedeniyle sürekli aldatılmış olma şüphesi taşıması gibi özelliklerini açıklamaktadır (Yamauchi ve Templer, 1982:522-528). Bu tür kişiler genellikle harcama kararlarının rasyonel olup olmadığı konusunda inanç eksikliğine sahiptir (Durvasula ve Lysonski, 2007:497).

3.2.2.5. Para Tutum Ölçeği (MAS)'a Yöneltilen Eleştiriler

Paraya karşı tutumun ölçülmesinde pek çok çalışmada temel alınmış olan MAS, farklı açılardan değerlendirilmiştir. Genel olarak MAS'a yönelik eleştiriler ölçeğin paraya yönelik tutumu incelerken cinsiyet, yaş ve gelir gibi demografik faktörleri dikkate almamasından kaynaklanmaktadır (Hayhoe vd., 1999:645; Furnham, 1996:378). Paraya karşı tutumu para yönetimi ya da para kontrolü bakımından ele alan Furnham (1996:378)'a göre, bu ölçek 1908'de Freud tarafından ortaya atılan ve insan davranışlarını bilinçaltında bastırılmış içgüdülerle ilişkilendiren, psiko-analitik kuramı temel almaktadır. Freud, insanın doğuştan gelen içgüdüsel yapısının bir tasvirini yapmakta ve davranış bozukluklarının temelinde insanın çeşitli nedenlerle tatmin edemediği, bastırılmış hayvani güdülerinin yattığını savunmaktadır. Psiko-analitik kurama göre toplumsal ahlaki ilkeler gereği, kişinin içgüdüsel ihtiyaçlarını sürekli

olarak bastırmak zorunda olması nedeniyle ortaya çıkan endişe durumu, farklı davranış biçimlerinin bilinç dışı tekrarlanması şeklinde tanımlanan ve sonrasında kişinin kendisini suçlu hissetmesine neden olan farklı nevrotik davranış bozukluklarına neden olmaktadır. Bu tür nevrotik bozukluklar genel olarak aşırı baskı altında yetişmiş, şiddet görmüş kişilerde, aşırı muhafazakar toplumlarda görülebildiği gibi; kişinin hayatında önemli iz bırakan ve kişi tarafından fark edilmeyen önemli olayların bilinçaltında birikimi ile ortaya çıkmaktadır. Freud'a göre bu tür birikimlerin neden olduğu nevrotik bozukluklar kişilerde belirli bir davranışın sürekli olarak tekrarlanması ya da objelere dönük saplantılar şeklinde görülmektedir (Abraham, 1927:372). Furnham (1996:378-379), MAS'ı bu bakımdan değerlendirerek cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelir düzeyine göre bu tür davranış bozukluklarının toplumdaki yaygınlığına, bu nedenle ölçeğin faktör yapısının daha kapsamlı olarak ele alınması gerektiğine dikkat çekmekte ve çalışmayı paraya karşı tutumu gelirden bağımsız bulunması yönüyle eleştirmektedir.

İstatistiki geçerlilik bakımından ise MAS'a yönelik olumlu değerlendirmeler de mevcuttur. Örneğin, Roberts ve Jones (2001:213-240) tarafından yapılan bir çalışma "daha önceden kabul edilmiş bir hipotez ya da kuramın geçerliliğinin sınanmasını içeren" (Büyüköztürk, 2007:123) doğrulayıcı faktör analizi ile MAS'ın güç-prestij, güvensizlik ve kaygı boyutlarının geçerliliğini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi, daha önceden geliştirilmiş ölçeklerin farklı zamanlarda ya da farklı gruplar üzerinde aynı sonuçları verip vermediğinin, ölçeğin iç tutarlılığının ve faktör güvenilirliğinin daha kapsamlı şekilde değerlendirilmesinde de yaygın olarak kullanılmaktadır (Gerbing ve Anderson, 1988:186-191). Roberts ve Jones (2001:213-240) tarafından yapılan çalışmada paraya karşı tutumun Yamauchi ve Temper (1982) tarafından kişinin para konusunda iyimserliği ve para konusundaki kötümserliği ile ilişkilendirilen güvensizlik boyutu farklı bir açıdan ele alınmıştır. Bu boyut, kişinin satın alma kararlarında rasyonel davranabilmesini ifade eden fiyata karşı duyarlılık olarak tanımlanmıştır. Parasal tutumun güç-prestij, kaygı ve güvensizlik dışında diğer boyutları araştırmanın örnekleminin lisans öğrencilerinden oluşması, faktör yükü değerlerinin düşük olması vb. nedenlerle analize dahil edilmemiştir. Medina vd. (1996:133) tarafından yapılan bir başka çalışmada MAS, bir başka ölçekten türetilmemiş olması ve diğer para tutum ölçekleri (MES ve MBBS) ile kıyaslandığında iç tutarlılığının daha yüksek olması bakımından olumlu yönde değerlendirmektedir.

3.2.2.6. Para ile İlgili Tutumlar ve Kredi Kartı Kullanımı İlişkisi

Kredi kartlarının plastik para ya da para benzeri olarak da adlandırılması ve potansiyel olarak tüketicinin geliri üzerinde harcama yapmasına yol açabilme ihtimali nedeniyle, kişilerin kredi kartı kullanımlarının parasal tutumları bakımından nasıl farklılaştığını inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır.

Roberts ve Jones (2001:213-240) tarafından yapılan çalışmada, araştırma sonuçları para ile ilgili tutumun parayı güç-prestij sembolü olarak görme, parasal kaygı boyutları ve kredi kartı kullanımı ile zorlayıcı (kompulsif) satın alma davranışı arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır. Kompulsif (zorlayıcı) satın alma davranışı, kişinin daha çok olumsuz bir duygu ya da olay karşısında tekrarlayan bir dürtü ile ortaya çıkan, kontrol edilemeyen ve sonuçların göz ardı edildiği, kişinin ihtiyaç duymadığı halde alışveriş yapmasını ifade eden saplantılı bir harcama formu olarak tanımlanmaktadır. Bu konuyu incelen sosyo-psikologlar bu tür bir alışveriş formunu benimsemiş olan kişilerin, alışveriş sonrasında sorumsuzca hareket etmiş olması nedeniyle pişmanlık ve utanç duyarak, bu durumu çevresinden sakladığı görüşündedir (Kacen ve Lee, 2002:164; O'Guinn ve Faber, 1989:149). Bir başka ifade ile kompulsif (zorlayıcı) satın alma davranışı paraya yönelik tutumun kaygı boyutu ile ilişkilidir. Roberts ve Jones (2001:213-240) tarafından yapılan çalışma, bulguları bakımından bu ilişkiyi desteklemektedir. Çalışmada paraya karşı tutumun güç ve kaygı boyutları bakımından kompulsif satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği, güvensizlik boyutu bakımından ise negatif yönde etkilediği gözlenmiş, bu bağlamda kredi kartı kullanımının parasal tutum-kompulsif satın alma davranışı ilişkisini kuvvetlendirici bir faktör olduğu tespiti yapılmıştır. Bu açıdan bakıldığında kişilerin kredi kartlarını rasyonel kullanma davranışı ile paraya karşı tutumları arasında güç-prestij boyutu, kaygısal boyut ve güvensizlik boyutu açısından bir ilişki olacağı ileri sürülebilir. Kişinin parayı kaygılarından uzaklaşmak amaçlı bir araç olarak görmesi kredi kartı kullanımında sorumluluklarını göz ardı etmesine, dolayısı ile ödeyemeyeceği borçlar altına girmesine neden olabilir. Aynı zamanda kişinin parayı güç-prestij unsuru olarak görmesi kredi kartı kullanımında maliyetleri göz ardı etmesine neden olabilir. Güvensizlik boyutu ise fiyata karşı duyarlılık ile ilişkilendirildiğinden, parasal konularda aşırı duyarlı kişilerin kredi kartını daha rasyonel kullanması beklenebilir.

Wang vd. (2011:179-193) tarafından yapılan bir başka araştırmada, kişilerin kredi kartı borcunu düzenli olarak ödememesi ve kredi kartı harcamalarını taksitlendirmesinden kaynaklanan döner kredi kullanma davranışı ile demografik faktörler, kişilik özellikleri, kredi kartına yönelik tutumları ve paraya karşı tutumları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Para ile ilgili tutumun ölçülmesinde MAS'tan yararlanılmıştır. Kredi kartı borç çevrimi olarak ifade edilen döner kredi kullanma davranışı, araştırmanın bağımlı değişkenidir. Araştırma sonucunda kredi kartı borç çevrimi ile kişilerin kredi kartlarına ve paraya karşı tutumları arasında genel olarak bir ilişki bulunmazken; yalnızca paraya karşı tutumun güç-prestij boyutu ile borç çevrimi arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki, elde tutma boyutu ile döner kredi kullanma davranışı arasında negatif yönlü ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre değerlendirildiğinde ise paraya karşı tutumun güç-prestij boyutunun kredi kartının rasyonel kullanımını olumsuz yönde etkilemesi beklenebilir.

3.2.3. Diğer Faktörler

Kredi kartı kullanımını etkileyen faktörlerin araştırıldığı pek çok çalışmada, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek, gelir düzeyi, kredi kartı limiti, kredi kartı türü, sahip olunan kredi kartı sayısı gibi demografik özellikler ile kredi kartı kullanımını ilişkisi de araştırılmıştır (Kızıgın, 2009:93-110; Aşan, 2007:256-267; avuş, 2006:173-187). Demografik ve sosyo-ekonomik faktörler araştırma evrenini temsil eden kişilerin kredi kartı kullanımını hakkında bilgi verici olmakla birlikte, bu değişkenlerin kart kullanımında etkili olup olmadığı hakkındaki tespitler genellikle araştırmanın yapıldığı yere göre farklılık göstermektedir.

Bu faktörler dışında kredi kartının rasyonel kullanılmasında, kişinin kredi kartı kullanımındaki sorumluluklarını yerine getirip getirmemesinde geçmişte edindiği tecrübeler etkili olabilir. Bu durumda kişinin aylık ne kadar kart borcunun olduğu, bu borcun ne kadarını ödediği, daha önce kredi kartı borcu nedeniyle temerrüde düşüp düşmediği, daha önce kredi kartı borcunu ödemek için banka ya da şahıslardan borç alıp almadığı gibi verilerin kredi kartının rasyonel kullanılıp kullanılmadığına ışık tutması beklenebilir. Bilindiği gibi kredi kartı borcunun üst üste üç ay ödenmemesi halinde kart hamili kredi kartını veren banka tarafından temerrüde düşmüş kabul edilmekte ve yasal takibe alınmaktadır. Bu aynı zamanda kart hamilinin banka kayıtlarında riskli kullanıcı

olarak yer almasına neden olmakta, bankalar bu tür verileri birbirleri ile paylaştıklarından bu durumda kart hamilinin farklı bankalardan kredi alması zorlaşmaktadır. Halk arasında "kara liste" olarak bilinen riskli müşteri kayıtları bankalarca Kredi Kayıt Bürosuna ve TCMB'ye bildirilmekte borcun ödenmesi durumunda bildirim yapılsa bile ancak bir yılın sonunda sistemden silinmektedir. Bu duruma ilişkin süreç temerrüt halinden itibaren bankaların avukatları aracılığı ile yürütülmekte, uygulamada kişinin süreci yeterince bilmemesi ya da bankalardan kaynaklanan aksaklıklar nedeniyle borcun ödendiği tarihte kayıtlara geçirilmemesi durumunda temerrüt durumundan yıllar sonra bile kredi alınamaması söz konusu olabilmektedir.

Bu konuda bir başka belirleyici unsur kişinin kendisine ait kredi kartını başkalarına kullandırıp kullandırmadığı olabilir. Örneğin, günümüzde özellikle market ve mağazaların gıda dışı pek çok ürünün satışında kredi kartı ile yapılacak ödemelerde, nakit ile kıyaslandığında uzun vadeli taksit olanağı sunması, kredi kartı sahibi olmamayı tüketiciler açısından dezavantaja dönüştürmektedir. Çevremizde pek çok kişinin bilgisayar, televizyon, giyim vb. alışverişlerinde kredi kartı hamili olan tanıdıklarından ödünç almak yoluyla bu dezavantajdan kaçınmaya çalıştığı görülmektedir. Kartı kullanan kişinin sözünü yerine getirmemesi durumunda yine kart hamili zor durumda kalmaktadır. Dolayısı ile bu durumda rasyonel davranış, hamilin kredi kartını başkalarına kullandırmaması olacaktır.

Son olarak kişinin kredi kartı borcunu banka şubesi, internet, ATM ya da otomatik ödeme talimatı alternatiflerinden sıklıkla hangisini kullanarak ödediği de kredi kartının rasyonel kullanımı ile ilişkilendirilebilir. Yani kişinin kredi kartı borcunu ödemekte kullandığı bankacılık hizmetine göre kredi kartı kullanımından kaynaklanan maliyetler konusundaki bilgiye ulaşma yöntemi farklılaşacağından, kredi kartı kullanımındaki sorumlulukları hakkındaki bilinçlilik düzeyinin de bu durumdan etkilenmesi mümkündür. Bu nedenle kişilerin kredi kartı kullanımına ilişkin sorumlulukları yerine getirme sıklığı farklılaşabilir.

3.3. KREDİ KARTININ RASYONEL KULLANIMININ ÖNEMİNE DİKKAT ÇEKEN BİLİMSEL ÇALIŞMALAR

Yapılan literatür araştırmasında, kredi kartının rasyonel (akılcı/bilinçli) kullanımını konusunu kişinin aşırı borçlanmaya girmemesi için dikkat etmesi gereken sorumluluklarını yerine getirme sıklığı bakımından ele alan ve bu duruma etki eden faktörleri inceleyen bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu bölümde kredi kartı konusunda yapılmış olan yerli ve yabancı çalışmalardan bulguları doğrultusunda araştırma konusuna katkıda bulunabilecek bazı çalışmalar değerlendirilmiştir.

Kredi kartları kapsamında ülkemizde yapılmış farklı çalışmalardan elde edilen bulgular şöyledir:

- Tunçez (2010:29-47) tarafından yapılan bir tez çalışmasında kredi kartı kullananlar kart borcunun geri ödenmesi bakımından düzenli kullanıcılar ve borç çevirenler olarak ayrılmıştır. Borç çevirenler ise kendi içinde yalnız bir bankanın kredi kartını kredi özelliğinden yararlanarak kullanmak suretiyle rasyonel borçlananlar ve birden fazla bankanın kredi kartını kredi özelliğinden yararlanarak kullanmak suretiyle irrasyonel borçlananlar olarak ayrı ayrı incelenmiştir. Çalışmanın bulguları kredi kartını veren (ihraççı) banka dışında kabulcü bankaların koşullarının kişinin tutumunu etkileyerek borç çeviren olma ihtimalini arttırdığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda bu çalışma kamu çalışanlarının diğer sektörlerde çalışanlara göre kredi kartı ile borçlanma konusunda daha rasyonel davrandığını, irrasyonel borç çevirenlerin ise daha çok ihtiyaç dışı harcama yaptığını ortaya koymaktadır. Yapılan istatistiki analizler sonucunda borç çevirenlerin kart borcunun yüksek olması nedeniyle kredi kartı işlem maliyetlerini araştırmadığı, düzenli kullanıcıların ise işlem maliyetlerinin düşük olması nedeniyle kredi kartını değiştirme ihtimallerinin daha yüksek olduğu tespiti yapılmıştır.

- Yeniçeri ve Akturan (2007:243-266), kredi kartını bilinçli kullanan ve kullanmayan tüketicileri ayırmada kullanılacak temel belirleyicileri araştırdıkları çalışmalarında iki farklı tüketici grubunun kompulsif (zorlayıcı) satın alma davranışı, moda yönlülük, alışverişten zevk alma ve fiyata karşı duyarlı olma doğrultusunda farklılaştığı bulgusuna ulaşmışlardır. Araştırma sonucunda, kredi kartı kullanımında bilinçsiz olma durumu ile moda yönlülük, alışverişten zevk alma ve fiyata karşı duyarsızlık arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir.

- Altan ve Göktürk (2008:110-127) tarafından memurlar üzerinde yapılan araştırmada, hesap özeti takip sıklığı, aylık gelir ve eğitim düzeyinin artmasına bağlı olarak kredi kartı borcunun tamamını ödeme olasılığının da arttığı; yaş, ailedeki birey sayısı ve sahip olunan kredi kartı sayısı arttıka borcun tamamını ödeme olasılığının azaldığı tespiti yapılmıştır.

- Tunalı ve Taloğlu (2010:87-101), Türkiye’de kredi kartı kullanımına etki eden faktörlerin araştırıldığı çalışmalarında, kredi kartı sahipliği ile kişilerin yatırım kararları arasında, yatırımın türü açısından pozitif ve negatif yönlü ilişkiler tespit etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre altın gibi geleneksel yatırım araçlarını tercih eden kişiler kredi kartı kullanmaya daha az eğilimli iken; hazine bonosu, tahvil gibi değerli kâğıtları tercih eden kişilerin kredi kartı kullanma eğilimi daha yüksektir. Bu bulgu riskli finansal araçlara yatırım yapan kişilerin kredi kartları hakkında daha bilinçli olacağı şeklinde yorumlanabilir.

Yabancı ölkelerde kredi kartları konusunda yapılan bazı çalışmalarda elde edilen bulgular ise aşağıda özetlenmiştir:

- Hayhoe vd. (1999:643-656) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada dört ya da daha fazla sayıda kredi kartı olan, finansal eğitim almış ve bayan öğrencilerin, arkadaşlarından ve çevresinden daha az borç aldığı, harcamalarında daha planlı davrandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışma bulguları yaş ve kredi kartı sayısı arttıka kredi kartının kredi özelliğine duyarlılığın arttığını ortaya koymaktadır.

- Nortivilis vd. (2006:1395-1413) tarafından lisans öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilen bir çalışmada; kişisel faktörler, kişisel borçlanma eğilimi ve finansal bilgi düzeyinin kredi kartı ile borçlanma düzeyini nasıl açıkladığı incelenmiştir. Çalışma sonucunda kredi kartı borcu ile sahip olunan kart sayısı ve finansal bilgi eksikliği ile kredi kartı ile borçlanma arasında anlamlı korelasyonlar olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Çalışma bulgularından hareketle, finansal eğitimin borç miktarının ve bu nedenle oluşan stresin azaltılmasına önemli katkılar sağlayabileceği yorumu yapılmıştır.

- Hyytinen ve Takalo (2008:3-33) tarafından Finlandiya’da yapılan bir araştırmada, gelir düzeyi ve tüketicilerin kartlı ödeme araçlarını bilinçli kullanımı arasında pozitif yönlü ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmada ayrıca birden fazla kartlı ödeme aracı kullanmanın, bilinçli kullanımı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

- Agarwal vd. (2008:1-31), ABD’de bir bankanın kredi kartı ihraç ettiği müşterilere ait üç yıllık kredi kartı hesap özetlerini içeren bir veri setini dikkate alarak yaptıkları analizlerde, kart borcunun geç ödenmesinden kaynaklanan faiz ödemeleri ile kart limitinin aşılması ve nakit avans kullanılmasından kaynaklanan faiz ve komisyon ücretlerinin seyrini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre kredi kartı kullanım süresi arttıkça kişilerin kredi kartı kullanımından doğan ücret ve faiz ödentilerinin düştüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçları zamana bağlı olarak kart hamillerinin kredi kartı kullanımı konusunda tecrübe kazandıkları ve bu tür ödentilerini azalttıklarını ortaya koymaktadır. Araştırma bulgularından hareketle kredi kartı kullanımında bilinçliliğın arttırılması gerekliliğine dikkat çekilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜKETİCİ FİNANSMANINDA KREDİ KARTLARININ RASYONEL KULLANIMINA YÖNELİK ARAŞTIRMA

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

Bir tüketici finansman aracı olan kredi kartlarının kullanımı yıldan yıla düzenli olarak artış göstermektedir. Olumlu özelliklerine rağmen tüketicinin gelecekte elde edeceği geliri önceden kullanmasına imkan verdiğiinden, rasyonel (akılcı) kullanılmadığında yüksek faiz oranı ve işlem bedelleri nedeniyle aşırı borçlanmaya yol açabilmektedir. Bu çerçevede, kredi kartı kullanımı konusunda yapılmış farklı bilimsel çalışmalarda kredi kartı borcunun tamamını ödeyemeyerek borcun kalan kısmı üzerinden faiz ödeyen, dolayısıyla sürekli borçlu bir yaşam süren kişi sayısının giderek arttığına ve bu konuda kart sahiplerinin bilinçlendirilmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir. Kredi kartı borcunun üst üste üç ay ödenmemesi nedeniyle temerrüde düşerek bankaca hakkında takip başlatılan kişi sayısı giderek artarken bu nedenle oluşmuş borç tutarı TBB (Türkiye Bankalar Birliği) verilerine göre Aralık-2009 itibarıyla 1.618.447.500 TL'ye ulaşmıştır.

Tüketicilerin kredi kartı ile harcama yaparken kart limitini, aylık gelirini, kart ile yapacağı işlemlerde işlem maliyetlerini göz önünde bulundurması, bankaca kendisine gönderilen hesap ekstresini düzenli olarak takip ederek, ekstrenin harcamaları net olarak yansıtıp yansıtmadığını kontrol etmesi ödeyemeyeceği borç yükü altına girme ihtimalini azaltacaktır. Aynı zamanda bu tür alışkanlıkların kazanılması bankaların değişen işlem maliyetleri ve yasal çerçeve hakkında yaptığı uyarıların takibini kolaylaştıracaktır.

Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı, kredi kartı kullanımında büyük ölçüde kart hamilinin sorumluluklarını içeren rasyonel kullanım davranışı ile bu davranışı etkileyebileceği varsayılan farklı faktörler arasındaki ilişkileri incelemek ve ileride bu amaçla yapılabilecek çalışmalara katkıda bulunmaktır. Bu faktörler, kredi kartına yönelik tutumu etkileyen kredi kartına duyulan güven, kredi kartı kullanımı sürecinde bankalarca sağlanan bilgilendirme hizmetlerine ilişkin algı düzeyi, kişilerin kredi kartı kullanmaksızın sahip olduğu harcama alışkanlıkları ve kişilerin paraya karşı

tutumlarının boyutları olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalışma bulgularının Bilecik ilinde kredi kartı sahiplerinin profili hakkında bilgi verici olması bu araştırmanın önemini arttırmaktadır. Son olarak araştırma için hazırlanan anket formunun uygulanması neticesinde, ankete katılanların kredi kartı kullanımında bilinçlilik düzeyinin artırılması amaçlanmaktadır.

4.2. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN OLUŞTURULMASI ve MODELİ

Bu bölümde araştırmanın hipotezleri ile bu doğrultuda oluşturulan araştırma modeline yer verilmiştir.

Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir;

H1: Kredi kartına duyulan güven kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.

H2: Kredi kartı hakkındaki bilgilendirici banka hizmetlerini algılama düzeyi kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.

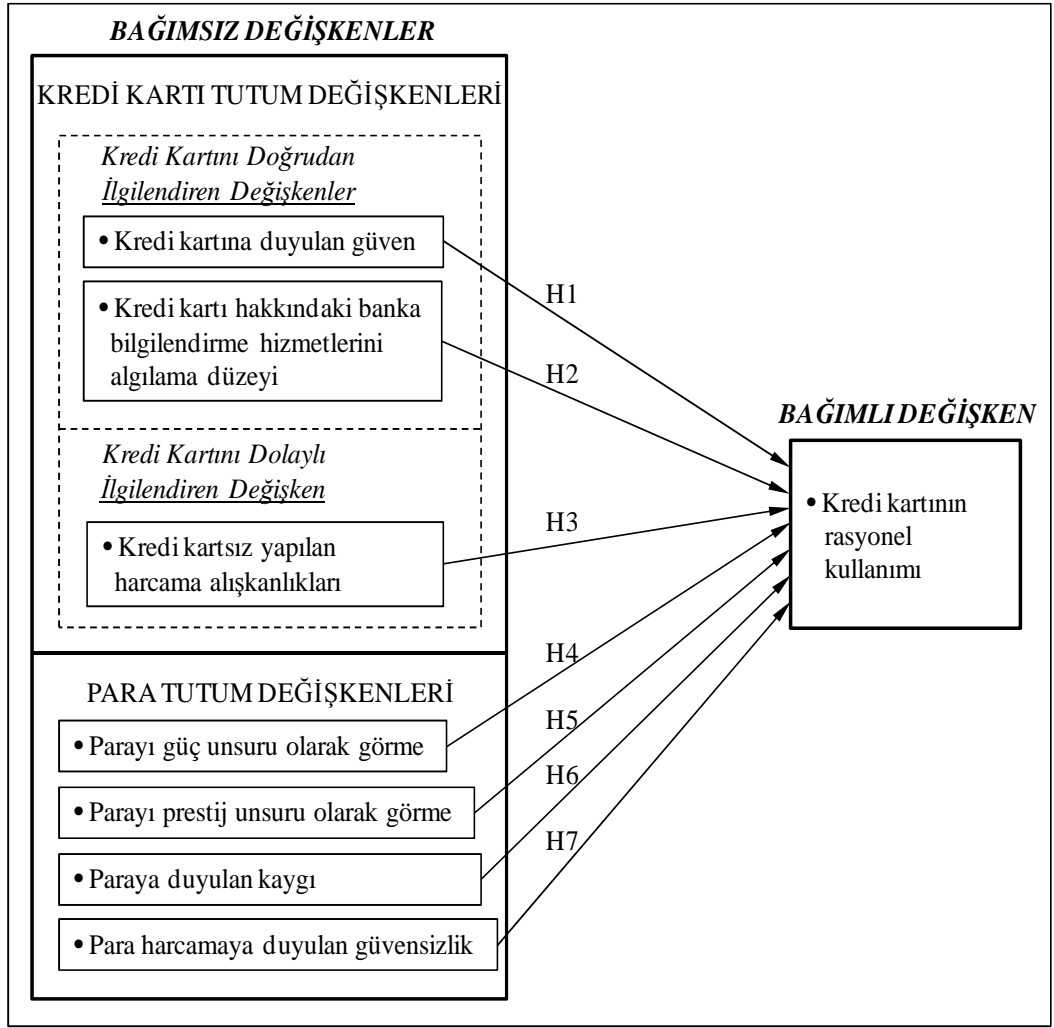
H3: Kredi kartsız yapılan harcama alışkanlıkları kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.

H4: Parayı güç unsuru olarak görme kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.

H5: Parayı prestij unsuru olarak görme kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.

H6: Paraya duyulan kaygı kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.

H7: Para harcamaya duyulan güvensizlik kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir.



Şekil 1: Çoklu Regresyon Analizinde Kullanılan Kavramsal Çatı

Araştırmanın modeli Şekil 1’de görülmektedir. Modelde bağımlı değişken kredi kartının rasyonel kullanımınıdır. Bağımsız değişkenler ise para ile ilgili tutumun güç, prestij, kaygı ve güvensizlik boyutları ile kredi kartına duyulan güven, kredi kartsız rasyonel harcama alışkanlıkları ve kredi kartına yönelik bilgilendirici banka hizmetleri algısından oluşmaktadır. Çoklu regresyon modeli Denklem (1)'de gösterilmiştir.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon \quad (1)$$

Buna göre regresyon modeli araştırmada ele alınan bağımlı ve bağımsız değişkenleri içerecek şekilde Denklem (2) ile ifade edilebilir:

$$KKRK = \beta_0 + \beta_1(GÜV) + \beta_2(BHAD) + \beta_3(KKHA) + \beta_4(GÜÇ) + \beta_5(PRTJ) + \beta_6(KYG) + \beta_7(GVSZ) + \varepsilon \quad (2)$$

4.3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde araştırmanın evreni (ana kütle) ve örnekleme, veri toplama aracı ve veri analiz tekniklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

4.3.1. Evren, Örnekleme ve Anket

Araştırma Bilecik ili merkez ilçesinde, anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Başlangıçta uygulamanın farklı meslek gruplarını da içerecek şekilde geniş kapsamlı tutulması planlanmışsa da daha homojen veriler elde edilebilmesi ve verilerin örnekleme hakkında daha kesin genellemeler yapılabilmesine imkan vermesi için araştırma kapsamının daraltılması tercih edilmiştir. Bu amaçla daha önce yapılmış çalışmalar referans alınarak anket formunun geliştirilmesi sürecindeki ön çalışmalar, veri homojenliği ve güvenilirlik açısından üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları arasındaki farklılıkların tespit edilmesini sağlayacak şekilde planlanmıştır. Ön çalışmalardan elde edilen bulgular, kredi kartı kullanımının kamu çalışanları arasında daha yaygın olduğunu göstermiştir. Aynı zamanda kredi kartının rasyonel kullanımını temsil ettiği varsayılan önermeler arasındaki korelasyonların kamu çalışanları arasında öğrencilere göre daha yüksek olması nedeniyle araştırma Bilecik ili merkez ilçesinde, merkezi kamu kurumlarında çalışan personel sayısı ile sınırlandırılmıştır. Araştırma konusunun kredi kartı kullanımını ilgilendirmesi nedeniyle kredi kartı olmayan çalışanlar araştırma kapsamına alınmamıştır. Bilecik ili Defterdarlık Muhasebe Müdürlüğü'nden alınan bilgiye göre merkez ilçesinde bulunan merkezi kamu kurumlarında çalışan memur sayısı 3649 kişidir. Bu kişiler araştırmanın evrenini temsil etmektedir. $\pm 0,05$ hata düzeyinde bu hedef kitle için ihtiyaç duyulan örnekleme

büyükluğu genel kabul görmüş değerlere göre 357 kişidir (Baş, 2003: 46). Ancak bilimsel açıdan örnek büyüklüğünün analiz edilebilir anket sayısının elde edilebilmesi ve örneklem hakkında daha kesin genellemeler yapılabilmesi için geniş tutulması gerektiği (Altunışık vd., 2007:126) dikkate alınarak, anket sayısı 700 adet ile sınırlandırılmıştır. Katılımcılar merkezi kurumlarda çalışan kamu personeli arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen ve yalnızca kredi kartı sahibi olan kişilerden oluşmaktadır. Bu amaçla toplam 700 adet anket formu 9 Mart 2011 ve 25 Mart 2011 tarihleri arasında, alınan sözlü ve yazılı izinler doğrultusunda Bilecik Valiliği'ne bağlı farklı kurumlarda çalışan kamu personeline elden dağıtılarak uygulanmıştır. Anket uygulamasında kurum bilgisi ve şahsi bilgilere yer verilmemiştir.

Araştırma hipotezlerinin test edilebilmesi için oluşturulan anket formu, tüketicinin kredi kartını rasyonel kullanma davranışının varlığını temsil ettiği varsayılan önermeler ile bu davranışı etkileyebileceği varsayılan değişkenlerin ölçülmesine yönelik önermeleri kapsayan iki farklı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kredi kartına duyulan güvenle ilişkili 5, kredi kartına yönelik bilgilendirici bankacılık hizmeti algısı ile ilişkili 5, kredi kartsız harcama alışkanlıkları ile ilişkili 5 ve kredi kartını rasyonel kullanma davranışı ile ilgili 6 önermeden oluşan “kredi kartı kullanım ölçeği” yer almaktadır (bkz. Ek:3).

Kredi kartına duyulan güvenle ilişkilendirilen 5 önerme, kişilerin kredi kartının harcamaları arttırıp arttırmayacağına yönelik inancını ortaya koymaya yöneliktir. Kredi kartına yönelik bilgilendirici bankacılık hizmetlerini algılama düzeyiyle ilişkilendirilen 5 önerme, kredi kartı kullanım sürecinde bankalarca sunulan bilgilendirici nitelikteki hizmetlerin bankaca yerine getiriliş sıklığı bakımından kişiler tarafından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymaya yöneliktir. Kredi kartsız harcama alışkanlıklarıyla ilişkili 5 önerme ile kişilerin planlı harcama konusundaki alışkanlıkları hakkında bilgi edinmek amaçlanmıştır. Bu amacın katılımcılarca fark edilebilmesi için önermelerin başında “kredi kartsız” ifadesi kullanılmıştır. Kredi kartını rasyonel kullanma davranışı ile ilgili 6 önerme ise kredi kartı kullanım sürecinde kişinin aşırı borca girmemesi için dikkat etmesi gereken sorumluluklarını ne sıklıkla yerine getirdiğini ortaya koymaya yöneliktir. Kredi kartının rasyonel kullanımını ölçen, teorik olarak kabul görmüş bir ölçek formunun olmaması sebebiyle bu ölçek kredi kartları konusunda yapılmış yerli ve yabancı çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir.

İkinci bölümde ise parasal tutumun boyutlarını ölçen MAS'ın, Türkçeye çevrilerek uyarlanmasıyla oluşturulmuş “para tutum ölçeği” yer almaktadır (bkz. Ek:3). MAS'ın Türkçeye uyarlanmasında güç-prestij, kaygı ve güvensizlik boyutlarını oluşturan önermelerin geçerliliğinin doğrulayıcı faktör analizi ile ortaya koyulmuş olması nedeniyle Roberts ve Jones (2001) tarafından yapılan çalışma temel alınmış ve paraya karşı tutumun boyutlarının incelenmesinde bu çalışmadaki sıralama benimsenmiştir. Ayrıca anket formunda katılımcıları demografik özelliklerine göre kredi kartını rasyonel kullanım davranışı bakımından ayırmaya yönelik 21 soru bulunmaktadır (bkz. Ek:3). Ayırma sorularının hazırlanmasında kredi kartı kullanımı konusunda yapılmış çalışmalar referans alınmıştır. Önermelerin katılımcılarca değerlendirilmesinde sıklık belirten, “Hiçbir zaman(1)”, “Nadiren(2)”, “Bazen(3)”, “Çoğunlukla(4)” ve “Her zaman(5)” değerlerine karşılık gelen beşli likert ölçeği modeli kullanılmıştır. Tablo 7, anket formunda yer alan önermelerin temsil ettiği faktör ve ayırma sorularının geliştirilmesinde yararlanılan kaynakları özetlemektedir.

Tablo 7: Ankette Yer Alan Ölçek Önermelerinin Temsil Ettiği Faktörlerin Dağılımı ve Önermelerin Elde Edilmesinde Yararlanılan Kaynaklar

Anket Önerme/Soru Numarası (bkz. Ek:3)	Temsil Ettiği Faktör	Yararlanılan Kaynak
Kredi Kartı Kullanımı Ölçeği		
3-4-5-6-7	Kredi Kartına Duyulan Güven	Hayhoe vd.(1999), Warwick ve Mansfield (2000), Karamustafa ve Biçkes (2003), Girginer vd. (2008), Tuğay ve Başgül (2007), Yılmaz vd. (2009b), Cengiz (2009), Wang vd. (2011) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir.
8-9-10-11-12	Kredi Kartı Hakkındaki Bilgilendirici Bankacılık Hizmeti Algı Düzeyi	Kaya (2008), Tunçez (2010), tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir.
13-14-15-16-17	Kredi Kartsız Harcama Alışkanlıkları	Çavuş (2006), Durukan vd. (2005), Yılmaz vd.(2009a), Cude vd. (2006), Cummins vd.(2009), Barthell ve Waitt (2010) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir.
18-19-20-21-22-23	Kredi Kartının Rasyonel Kullanımı	Tunçez (2010), Altan ve Göktürk (2008), Nortivilis vd. (2006), Cude vd. (2006), Wang vd. (2011) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir.

Tablo 7 (Devam)

Para Tutum Ölçeği		
35-36-37 38-39-40-41	Güç-Prestij	Yamauchi ve Templer (1982), Roberts ve Jones (2001), Wang vd. (2011) tarafından yapılan çalışmalardan uyarlanmıştır.
42-43-44- 45-46-47	Kaygı	
48-49-50- 51-52-53-54	Güvensizlik	
1-2-24-25- 26-27-28- 29-30-31- 32-33-34- 55-56-57- 58-59-60- 61-62	Bağımsız Ayırma Soruları	Altan ve Göktürk (2007), Robb ve Sharpe (2009), BIS Credit and Store Card Research (2010), BKM Kart Monitör Araştırması (2008 ve 2009)'ndan yararlanılarak geliştirilmiştir.

Uygulama sonucunda toplam 514 adet analiz edilebilir anket formu elde edilmiştir. Anketin geri dönüş oranı %73,4'tür. Anketin cevaplanma oranını arttırabilmek için katılımcılara araştırmanın konusu ve amacı ile anket formu hakkında ön bilgi verilmiş, anket formunun doldurulması sırasında boş bırakılan seçenek olmaması için gerekli ilgi gösterilmiştir.

Yapılan frekans analizinden elde edilen bulgulara göre, toplam 514 kamu personelinin, cinsiyet bakımından %62,1'ini erkek, %37,9'unu ise kadın çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışanların %82,9'u evlidir ve bekar çalışanlar örneklemin %17,1'ini oluşturmaktadır. Yaş ortalaması bakımından incelendiğinde örneklemin %46,9 oranında 31-40, %27,8 oranında 41-50, %19,8 oranında 21-30 ve %5,4 oranında 51 ve üzeri yaş aralığındaki katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Eğitim düzeyi bakımından incelendiğinde ise katılımcıların %53,9 ile büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülürken; %20'si önlisans mezunu, %14,2'si lise mezunu, %7,4'ü yüksek lisans mezunu, %2,7'si doktora ve %1,8'i ilkokul mezunudur.

Araştırmaya katılan 514 kamu personelinin; %8,8'i üst düzey yönetici memur, %10,1'i orta düzey yönetici memur ve %81,1'i ise düz memur olarak çalışmaktadır. %27,4'ü 11-15 yıl, %19,1'i 21 ve üzeri yıl, %18,7'si 16-20 yıl, %18,5'i 1-5 yıl, %16,1'i 6-10 yıl mesleki deneyime sahip olduğunu belirtirken, %0,2'si ise hizmet yılını belirtmemiştir. Aylık gelir bakımından değerlendirildiğinde katılımcıların gelir düzeylerinin daha çok %54,1 ile 10001-2000 TL ve %43,4 ile 2001-5000 TL aralığında

yoğunlaştığı görülmektedir. 5001 TL ve üzerinde gelire sahip çalışanların ise tüm katılımcıların %1,4'ünü temsil ettiği gözlenirken, %0,2'si bu soruyu cevapsız bırakmayı tercih etmiştir. Sahip olunan kredi kartı sayısı bakımından incelendiğinde katılımcıların %36,8'inin yalnız bir adet, %37,7'sinin iki adet ve %25,5'inin ise üç ve üzeri kredi kartı olduğu görülmektedir. Katılımcıların %37,2'sinin kart limiti 2001-5000 TL aralığındadır ve %33,5'i ise 5001 TL ve üzerinde kart limitine sahip olduğunu belirtmiştir. Kart limitinin 1001-2000 TL aralığında olduğunu belirten çalışanlar tüm katılımcıların %17,9'unu, 501-1000 TL aralığında olduğunu belirtenler ise tüm katılımcıların %8,2'sini temsil etmektedir. Aylık kredi kartı harcama tutarı bakımından incelendiğinde ise katılımcıların %47,9'u aylık 501-1000 TL, %26,7'si 0-500 TL, %21'i 1001-2000 TL aralığında borç bakiyesi bulunduğunu belirtmiştir. Aylık kredi kartı borç bakiyesi 2001-5000 TL aralığında olan katılımcılar tüm katılımcıların %4,3'ünü temsil etmektedir. Sahip olunan kredi kartı türü açısından bakıldığında %86,2 oranında katılımcıların büyük çoğunluğu asli kart kullanmaktadır. Katılımcıların %80,9'u 4 yıl ve üzerinde, %16'sı 2-3 yıldır ve %3,1'i ise 0-1 yıldır kredi kartı kullandığını belirtmiştir. Kredi kartı kullanım sıklığı bakımından değerlendirildiğinde ise katılımcıların %37'si ayda 10'dan fazla, %23,5'i ayda 7-10 kez, %20,4'ü 3-6 kez ve 19,1'i ise kredi kartını ayda 3'ten az kullandığını belirtmiştir.

Katılımcıların %72'si ay sonunda kredi kartı borcunun tamamını, %14,4'ü ise asgari tutarını ödediğini belirtmiştir. %13,6'sı ise asgari tutar ile tamamı arasında bir miktarda ödeme yapmaktadır. Kredi kartı borcunu üst üste üç ay ödemeyerek bankaca hakkında yasal işlem başlatılmasını ifade eden "kredi kartı borcu nedeniyle hiç temerrüde düştünüz mü?" sorusuna katılımcıların %12,8'i "evet" cevabını vermiştir. "Kredi kartı borcunuzu ödeyebilmek için hiç bankadan borç aldınız mı?" sorusuna katılımcıların %19,6'sı "evet" cevabını vermiştir. "Kredi kartı borcunuzu ödeyebilmek için hiç arkadaş veya akrabalarınızdan borç aldınız mı?" sorusuna "evet" cevabını veren çalışanlar, tüm katılımcıların %10,7'sini oluşturmaktadır. "Size ait kredi kartını başkalarına kullanır mısınız?" sorusuna katılımcıların %36,8'i "evet" cevabını vermiştir. Katılımcıların %36,8'i kredi kartı hesap ekstresini otomatik ödeme talimatıyla ödediğini belirtirken, %23,7'si ATM'den, %20,6'sı banka şubesinden ve %18,7'si internet aracılığı ile yaptığını belirtmiştir. İnternette kredi kartı kullanılıp kullanılmadığı sorusuna ise katılımcıların %54,7'si "evet", %45,3'ü ise "hayır" cevabını vermiştir.

“Kredi kartı kullanımını hakkında bir bilinçlendirme çalışması yapılsaydı en çok hangi konulara ağırlık verilmesini isterdiniz?” şeklindeki soruya, katılımcıların %60,3’ü faiz oranları, %22,6’sı ekstre bilgileri, %16,1’i taksitlendirme seçeneğini işaretleyerek cevap verirken %1’i bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Aynı zamanda az sayıda olsa da bu soruyu yanıtızsız bırakanların anket formu altına “hiçbiri” ya da “yıllık kredi kartı aidatının neden alınmakta olduğu” şeklinde not düştüğü gözlenmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ile ayırma sorularına verdikleri cevaplar doğrultusunda elde edilen frekans dağılımları Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8: Örneklem Dağılımı

		N	%
Kredi kartı adeti	Bir	189	36,8
	İki	194	37,7
	Üç ve üzeri	131	25,5
Kredi kartı türü	Asli kart	443	86,2
	Ek kart	27	5,3
	Her ikisi de	44	8,6
Yaş	21-30 yaş	102	19,8
	31-40 yaş	241	46,9
	41-50 yaş	143	27,8
	51 ve üzeri yaş	28	5,4
Cinsiyet	Kadın	195	37,9
	Erkek	319	62,1
Medeni durum	Bekar	88	17,1
	Evli	426	82,9
Kaç yıldır kredi kartına sahip?	0-1 yıl	19	3,1
	2-3 yıl	82	16,0
	4 yıl ve üzeri	416	80,9
Eğitim düzeyi	İlköğretim	9	1,8
	Lise	73	14,2
	Ön lisans	103	20,0
	Lisans	277	53,9
	Yüksek lisans	38	7,4
	Doktora	14	2,7
Kartını başkasına kullanır mı?	Hayır	325	63,2
	Evet	189	36,8
Kartını internette kullanır mı?	Hayır	233	45,3
	Evet	281	54,7
Hiç bankadan borç alarak kart borcunu ödedi mi?	Hayır	413	80,4
	Evet	101	19,6
Hiç şahıstan borç alarak kart borcunu ödedi mi?	Hayır	459	89,3
	Evet	55	10,7
Hiç temerrüde düştü mü?	Hayır	446	86,8
	Evet	66	12,8
	Yanıtsız	2	0,4

Tablo 8 (Devam)

		N	%
Kredi kartını ödeme şekli	Otomatik ödeme talimatıyla	189	36,8
	ATM'den	122	23,7
	Banka şubesinden	106	20,6
	İnternette	96	18,7
	Yanıtız	1	0,2
Çalıştığı kurumdaki pozisyonu	Üst düzey yönetici memur	45	8,8
	Orta düzey yönetici memur	52	10,1
	Düz memur	417	81,1
Hizmet yılı	1-5 yıl	95	18,5
	6-10 yıl	83	16,1
	11-15 yıl	141	27,4
	16-20 yıl	96	18,7
	21 ve üzeri yıl	98	19,1
	Yanıtız	1	0,2
Aylık gelir	501-1000	5	1,0
	1001-2000	278	54,1
	2001-5000	223	43,4
	5001 ve üzeri	7	1,4
	Yanıtız	1	0,2
Kredi kart limitleri toplamı	0-500	17	3,3
	501-1000	42	8,2
	1001-2000	92	17,9
	2001-5000	191	37,2
	5001 ve üzeri	172	33,5
Aylık kredi kartı kullanım sıklığı	3'ten az	98	19,1
	3-6 kez	105	20,4
	7-10 kez	121	23,5
	10'dan fazla	190	37,0
Aylık kredi kartı borç tutarı	0-500	137	26,7
	501-1000	246	47,9
	1001-2000	108	21,0
	2001-5000	22	4,3
	5001 ve üzeri	1	0,2
Aylık kredi kartı borcunun ne kadarını öder?	Asgari tutarını	74	14,4
	Tamamını	370	72,0
	Asgari ile tamamı arasında	70	13,6
Kredi kartı hakkında en arzuladığı bilinçlendirme konusu	Faiz oranları hakkında	310	60,3
	Ekstre bilgileri hakkında	116	22,6
	Taksitlendirme hakkında	83	16,1
	Yanıtız	5	1,0

4.3.2. Uygulanan Analizler ve Bulgular

Anketten elde edilen veriler ile ilgili tüm analizler "SPSS Statistics 17.0" bilgisayar programı ile yapılmıştır. Öncelikle araştırmada kullanılan kredi kartı

kullanım ölçeği ve parasal tutum ölçekleri “Güvenilirlik Analizi”ne tabi tutulmuştur. Daha sonra “Faktör Analizi” ile faktörlerin dağılım durumu incelenerek analizlerde kullanılacak boyutlar bu dağılıma göre belirlenmiştir. Değişkenler arası korelasyon ilişkilerinin tespit edilmesinde "Pearson Korelasyon Analizi" yöntemi kullanılmıştır. Kredi kartının rasyonel kullanımı için geliştirilen hipotezlerin sınanmasında ise “Çoklu Regresyon Analizi” yöntemi kullanılmıştır.

4.3.2.1. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Çalışmada kullanılan önermelerin iç tutarlılığının test edilmesi için anket geliştirme sürecinde güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi için öncelikle anket formu 9-15 Şubat 2011 tarihleri arasında Bilecik Üniversitesi İktisat ve İşletme Fakültelerinde okumakta olan kredi kartı sahibi 91 öğrenciye uygulanmıştır (bkz. Ek:1). Güvenilirlik değerleri düşük bulunan sorular revize edilerek düzeltilen anket formu, 21-25 Şubat 2011 tarihleri arasında paralel olarak, hem Bilecik Üniversitesinde kredi kartı sahibi 159 öğrencinin hem de Ankara ilinde farklı kurumlarda çalışan kredi kartı sahibi 90 adet kamu personelinin katılımı ile uygulanarak güvenilirlik analizi tekrarlanmıştır (bkz. Ek:2). Kamu personeline uygulanan anketler ile öğrencilere uygulanan anketler kendi içlerinde güvenilirlik analizi sonuçları bakımından karşılaştırılarak anket formu tekrar revize edilmiştir. Bu karşılaştırma sonucunda öğrencilerde kredi kartı sahipliğinin yetersiz olduğu ve kredi kartının rasyonel kullanımını temsil ettiği varsayılan önermelere ilişkin korelasyonların kamu personeli arasında daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Güvenilirlik değerleri düşük bulunan önermeler ve ayırmaya yönelik sorular örnekleme göre revize edilerek anket formunun oluşturulması süreci tamamlanmış ve nihai anket formu oluşturulmuştur (bkz. Ek:3). Çalışmanın örneklemini temsil eden ve 9-25 Mart 2011 tarihleri arasında Bilecik ili Merkez ilçesinde farklı kurumlarda çalışmakta olan toplam 514 kamu personelinin katılımıyla gerçekleştirilen anket uygulaması için, güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 9 ve Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 9’da görüldüğü gibi kredi kartı tutum ölçeğinde yer alan tüm önermelerin, her bir önermenin kendi faktörüne olan katkısını gösteren, düzeltilmiş önerme toplam korelasyon (DÖTK) değerleri pozitif ve olması gereken değerlere uygundur. Ölçeğin bütünlüğü açısından bu değer 0,5’in altında ve negatif olmaması önem taşırken, 8 nolu

önerme dışında DÖTK değeri 0,5'e yakın olan tüm önermeler bundan sonraki tüm analizlere dahil edilmiştir. 8 nolu önerme için bu değer, diğer önermelerle kıyaslandığında biraz düşük kaldığı gözlenmiştir.

Tablo 9: Kredi Kartı Tutum Ölçeği ve Güvenilirlik Analizi İstatistikleri

<u>Kredi Kartına Duyulan Güven</u>	<u>DÖTK</u>
3. Kredi kartı kullanmak aşırı borçlanmama neden olmaz.	0,646
4. Kredi kartı kullanmak harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellemez.	0,770
5. Kredi kartı kullanmak alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellemez.	0,679
6. Bence kredi kartı kullanmak gereğinden fazla harcama yapmaya yol açmaz.	0,660
7. Kredi kartı kullanmak harcamalarımnda düzensiz olmama neden olmaz.	0,703
<u>Kredi Kartı Hakkındaki Banka Bilgilendirme Hizmetini Algılama</u>	
8. Bankanın gönderdiği hesap ekstresindeki yer alan açıklamalar yeterince bilgilendirici oluyor.	0,348
9. Kredi kartına ilişkin sorularıma banka tarafından hızla cevap veriliyor.	0,499
10. Kredi kartlarına getirilen yasal düzenleme ve değişiklikler hakkında bankaca bilgilendiriliyorum.	0,498
11. Bankaların internet siteleri kredi kartı kullanımı hakkında yeterince bilgilendirici oluyor.	0,621
12. Genel olarak kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici oluyor.	0,629
<u>Kredi Kartsız Rasyonel Harcama Alışkanlıkları</u>	
13. Kredi kartsız yaptığım harcamaları bütçeme göre ayarlarım.	0,646
14. Kredi kartsız harcama yaparken aldığım ürünlerin fiyatına dikkat ederim.	0,731
15. Kredi kartsız yapacağım harcamalarda önemli olmayan türde harcama yapmamaya çalışırım.	0,692
16. Kredi kartsız harcamalarımnda aşırı borca girmemeye çalışırım.	0,726
17. Kredi kartsız yapacağım harcamalarımı önceden planlarım.	0,562
<u>Kredi Kartını Rasyonel Kullanma</u>	
18. Kredi kartı borcumun ne kadar geleceğini önceden hesaplarım.	0,631
19. Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundururum.	0,601
20. Kredi kartımı diğer ödeme yöntemleriyle karşılaştırma yaptıktan sonra kullanırım.	0,615
21. Kredi kartımla nakit kullanırsam katlanacağım maliyeti önceden hesaplarım.	0,647
22. Kredi kartı borcuma işletilecek faiz oranını kontrol ederim.	0,586
23. Kredi kartımla alışveriş yapacağımnda önceki taksitlerimi göz önünde bulundururum.	0,701

DÖTK: Düzeltilmiş Önerme Toplam Korelasyonu (Corrected Item-Total Correlation)

Tablo 10 incelendiğinde para tutum ölçeğinde yer alan, 46, 47 ve 48 nolu önermeler dışında, tüm önermelerin DÖTK değerlerinin pozitif ve 0,5 değerinden büyük veya bu değere yakın olduğu gözlenmektedir. Ölçek bütünlüğü açısından 46 ve 48 nolu önermeler için bu değer diğer önermelerle kıyaslandığında biraz düşük kaldığı; 47 nolu önerme için ise DÖTK değerinin 0,5'ten kabul edilemeyecek kadar düşük olduğu düşünülerek bu önermeler daha sonra yapılan analizlere dahil edilmemiştir.

Tablo 10: Para Tutum Ölçeği ve Güvenilirlik Analizi İstatistikleri

<u>Güç</u>	<u>DÖTK</u>
35. İnsanların başarısını eylemlerine göre yargılamam gerektiği halde, ne kadar paralarının olduğu beni daha çok etkiler.	0,573
36. Tanıdıklarım bana bir insanın başarı göstergesi olarak ondaki para miktarına çok vurgu yaptığını söylerler.	0,630
37. Diğer insanların benim için bir şeyler yapmalarında baskı aracı olarak parayı kullanırım.	0,575
<u>Prestij</u>	
38. Kendimi, benden daha çok parası olan insanlara daha fazla saygı gösteriyor gibi bulurum.	0,608
39. Para, sanki başarının nihai sembolüymüş gibi davranırım.	0,627
40. İtiraf etmeliyim ki, diğer insanları hayran bırakacağını bildiğim için bir şeyleri satın alırım.	0,685
41. Dürüst olmalıyım ki, diğer insanları etkilemek için hoş ve güzel şeylere sahip olurum.	0,558
<u>Kavgi</u>	
42. Yeterli param olmadığında sinirlenme belirtileri gösteririm.	0,551
43. Konu paraya geldiğinde kederli bir tavır sergilerim.	0,484
44. Finansal olarak gelecekte güvencede olmamaktan endişe duyarım.	0,503
45. Para harcamak kendimi daha iyi hissetmemi sağlar.	0,477
46. İndirimli bir satış fırsatını kaçırsam bundan huzursuzluk duyarım.	0,388
47. Pazarlık yapmadan bir şey satın almam.	0,144
<u>Güvensizlik</u>	
48. Ödeyebilecek bile olsam, otomatikman “bunu ödeyemem” derim.	0,446
49. Büyük bir satın alma gerçekleştirdiğimde aldatılmış olma şüphesini taşıyorum.	0,593
50. Bir şey satın aldığımda ödediğim fiyat hakkında şikayette bulunurum.	0,607
51. Satın aldığım ürünlerin maliyeti hakkında tartışır veya şikayette bulunurum.	0,629
52. Gerekli olan şeylerde bile para harcamaya karşı bir tereddüt duyarım.	0,557
53. Bir şeyi satın aldıktan sonra, başka yerde daha ucuza alabilir miydim diye endişelenirim.	0,657
54. Başka bir yerde daha ucuz olanına sahip olabileceğimi keşfettiğimde bu beni üzer.	0,544

DÖTK: Düzeltilmiş Önerme Toplam Korelasyonu (Corrected Item-Total Correlation)

4.3.2.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Çalışmada kredi kartı tutum ölçeği ve para tutum ölçeğine ayrı ayrı açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veri setinin açıklayıcı faktör analizine uygunluğunun tespiti için Barlett Küresellik testi ve Kayser-Meyer-Olkin testlerinden yararlanılmıştır. Barlett Küresellik testi, belirlenen değişkenler arasında faktör oluşturmak için anlamlı korelasyonların olup olmadığını araştırmaktadır. Kayser-Meyer-Olkin testi ise bu korelasyonların yeterlilik düzeyini göstermektedir. Kredi kartı tutum ölçeği için Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü 0,872’dir. Bartlett küresellik testinin ki-kare değeri 4477,637’dir ve 190 serbestlik derecesi ile 0,001 düzeyinde anlamlıdır. Tablo 11 kredi kartı tutum ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulguları

özetlemektedir. Elde edilen dört faktör toplam varyansın yüzde 62,296'sını açıklamaktadır.

Tablo 11: Kredi Kartı Tutum Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Faktör Yüklerine İlişkin Bulgular

<u>Kredi Kartına Duyulan Güven</u>	<u>Faktör Yükleri</u>				<u>Cronbach's Alpha</u>
Önerme 3	0,761				0,868
Önerme 4	0,860				
Önerme 5	0,788				
Önerme 6	0,762				
Önerme 7	0,812				
<u>Kredi Kartı Hakkındaki Banka Bilgilendirme Hizmetini Algılama</u>					0,762
Önerme 9		0,630			
Önerme 10		0,730			
Önerme 11		0,844			
Önerme 12		0,851			
<u>Kredi Kartsız Rasyonel Harcama Alışkanlıkları</u>					0,855
Önerme 13		0,730			
Önerme 14		0,783			
Önerme 15		0,804			
Önerme 16		0,792			
Önerme 17		0,592			
<u>Kredi Kartını Rasyonel Kullanma</u>					0,845
Önerme 18	0,695				
Önerme 19	0,627				
Önerme 20	0,715				
Önerme 21	0,749				
Önerme 22	0,768				
Önerme 23	0,754				
Özdeğerler	5,818	2,835	2,279	1,528	
Toplam Açıklanan Varyans (%)	29,090	14,174	11,393	7,640	
Kümülatif Açıklanan Varyans (%)	29,090	43,263	54,656	62,296	

Para tutum ölçeği için Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü 0,883'dir. Bartlett küresellik testinin ki-kare değeri 3379,708'dir ve 136 serbestlik derecesi ile 0,001 düzeyinde anlamlıdır. Para tutum ölçeğinde yer alan önermelere uygulanan faktör analizi sonucunda, başlangıçta yapılmış araştırmalar doğrultusunda parasal tutumun güç-prestij boyutunu oluşturduğu varsayılan 35, 36, 37, 38, 39, 40 ve 41 nolu önermelerin iki faktöre ayrıldığı gözlenmiştir. Buna göre 35, 36 ve 37 nolu önermeler güç; 38, 39, 40 ve 41 nolu önermeler ise prestij faktörü olarak adlandırılmıştır. 46, 47 ve 48 nolu önermeler ise daha önce yapılan güvenilirlik analizi sonucunda DÖTK değerleri uygun bulunmadığından faktör analizine dahil edilmemiştir.

Bu durumda elde edilen dört faktör, toplam varyansın yüzde 60,987'sini açıklamaktadır. Tablo 12, para tutum ölçeğinde yer alan önermelere ilişkin faktör yüklerini ve faktörlerin güvenilirlik değerlerini göstermektedir.

Tablo 12: Para Tutum Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik İstatistikleri

<u>Güç</u>	<u>Faktör Yükleri</u>				<u>Cronbach's Alpha</u>
Önerme 35				0,807	0,758
Önerme 36				0,774	
Önerme 37				0,692	
<u>Prestij</u>					0,801
Önerme 38			0,570		
Önerme 39			0,567		
Önerme 40			0,792		
Önerme 41			0,776		0,731
<u>Kaygı</u>					
Önerme 42				0,679	
Önerme 43				0,584	
Önerme 44				0,776	0,825
Önerme 45				0,689	
<u>Güvensizlik</u>					
Önerme 49		0,646			
Önerme 50		0,642			0,825
Önerme 51		0,705			
Önerme 52		0,647			
Önerme 53		0,799			
Önerme 54		0,729			
Özdeğerler	6,053	1,844	1,406	1,065	
Toplam Açıklanan Varyans (%)	35,605	10,850	8,270	6,262	
Kümülatif Açıklanan Varyans (%)	35,605	46,455	54,725	60,987	

4.3.2.3. Araştırma Hipotezleri ile İlgili Bulgular

Çalışmada ortaya konulan hipotezlerin sınanması için açıklayıcı faktör analizi sonucunda ortaya çıkan faktörler, her bir faktörün altındaki önermelerin ortalaması alınarak tek rakamla temsil edilir hale getirilmiştir. Değişkenler (faktörler) arasındaki korelasyonların incelenmesinde "Pearson Korelasyon Analizi"nden yararlanılmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende meydana getirecekleri değişikliğin ölçüsünü belirlemek amacıyla "Çoklu Regresyon Analizi"nden yararlanılmıştır.

Her bir faktörün altındaki önermelerin ortalaması alınarak tek rakamla temsil edilir hale getirilmesi ile elde edilen değişkenlere (faktörlere) ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 13'te gösterilmiştir. Buna göre, katılımcıların kredi kartının

harcamalarda düzensizliğe neden olup olmayacağı konusundaki güvenini ortaya koymaya yönelik olan kredi kartına duyulan güven (GÜV) değişkenine ilişkin önermelere verdikleri cevapların ortalama değeri 2,7259'dur. Bu bulgu GÜV değişkenine ilişkin önermelere daha çok "bazen" şeklinde cevap verildiğini göstermektedir. Kredi kartı kullanımına yönelik bilgilendirici banka hizmetlerinin yerine getiriliş sıklığı bakımından kişiler tarafından nasıl algılandığını gösteren kredi kartı hakkındaki banka hizmetlerini algılama düzeyi (BHAD) değişkenini temsil eden önermelere verilen cevapların ortalama değeri 2,8065'tir. Bu değer BHAD değişkenine ilişkin önermelere daha çok "bazen" şeklinde cevap verildiğini göstermektedir. Kredi kartı olmaksızın kişilerin genel harcama alışkanlıklarının planlı olup olmadığı hakkında bilgi veren kredi kartsız harcama alışkanlıkları (KKHA) değişkenini temsil eden önermelere verilen cevapların ortalama değeri 3,8907'dir. Bu değer katılımcıların bu önermelere daha çok "çoğunlukla" şeklinde cevap verdiğini göstermektedir. Kredi kartı kullanımında gereksiz maliyetler ödememek için kart hamilinin yerine getirmesi gereken sorumlulukları içeren kredi kartının rasyonel kullanımı (KKRK) değişkeni ile ilgili önermelere verilen cevapların ortalama değeri 3,8052'dir ve bu değer bu önermelere verilen cevapların "çoğunlukla" seçeneğinde yoğunlaştığını göstermektedir. Katılımcıların paraya karşı tutumlarının boyutları ile ilgili önermelere verilen cevapların ortalama değerleri ise sırasıyla parayı güç unsuru olarak görme (GÜÇ) boyutu için 1,4767, parayı prestij unsuru olarak görme (PRTJ) boyutu için 1,6222, parayı kaygı unsuru olarak görme (KYG) boyutu için 2,3341 ve para harcamada güvensizlik (GÜV) boyutu için 2,2312'dir.

Tablo 13: Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	GÜV	BHAD	KKHA	KKRK	GÜÇ	PRTJ	KYG	GVSZ
Ortalama	2,7259	2,8065	3,8907	3,8052	1,4767	1,6222	2,3341	2,2312
Std. Sapma	1,13787	,93051	,90592	,93180	,76387	,75161	,86199	,78077

Bu değerler kişilerin parayı güç unsuru olarak görmeye ilişkin ifadelerle daha çok "hiçbir zaman", parayı prestij unsuru olarak görmeyi ifade eden önermelere ise daha çok "nadiren" şeklinde cevap verildiğini göstermektedir. Parayı kaygı unsuru olarak

görmek ve para harcamada güvensizlikle ilişkili önermelere ise daha çok "nadiren" veya "bazen" şeklinde cevap verilmiştir.

4.3.2.3.1. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

"Pearson Korelasyon Analizi"ne ilişkin bulgular Tablo 14'te gösterildiği gibidir. Anlamlı çıkan korelasyon katsayıları yıldız (asteriks) işareti ile gösterilmiştir (* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$). Değişkenler arasındaki ilişkilerin büyük çoğunluğu anlamlıdır. Değişkenler arasında çoklu doğrusallık veya otokorelasyona neden olması düşünülen 0,7 ve daha üzeri bir korelasyon katsayısına rastlanmamaktadır. İlişkilerin çoğu pozitif yönlü olmasına karşın özellikle parayı prestij unsuru olarak görmeyi temsil eden PRTJ değişkeni ve parayı kaygı unsuru olarak görmeyi temsil eden KYG değişkenlerinde negatif yönlü ilişkiler görülmektedir. Bu ilişkiler söz konusu değişkenlerin, kredi kartının rasyonel kullanılmasını temsil eden KKRK ve kredi kartsız harcama alışkanlıklarını temsil eden KKHA değişkenleri ile olan ilişkilerinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 14: Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları^a

		<u>KKRK</u> ^b	<u>GÜV</u> ^c	<u>BHAD</u> ^d	<u>KKHA</u> ^e	<u>GÜÇ</u> ^f	<u>PRTJ</u> ^g	<u>KYG</u> ^h
<u>GÜV</u> ^c	<i>r</i>	0,209**	1					
	<i>p</i>	0,000						
<u>BHAD</u> ^d	<i>r</i>	0,151**	0,014	1				
	<i>p</i>	0,001	0,751					
<u>KKHA</u> ^e	<i>r</i>	0,546**	0,325**	0,076	1			
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,084				
<u>GÜÇ</u> ^f	<i>r</i>	-0,016	0,047	0,015	-0,083	1		
	<i>p</i>	0,724	0,291	0,736	0,061			
<u>PRTJ</u> ^g	<i>r</i>	-0,162**	-0,034	0,119**	-0,167**	0,556**	1	
	<i>p</i>	0,000	0,443	0,007	0,000	0,000		
<u>KYG</u> ^h	<i>r</i>	-0,107*	0,087*	0,104*	-0,057	0,355**	0,466**	1
	<i>p</i>	0,015	0,050	0,019	0,200	0,000	0,000	
<u>GVSZ</u> ⁱ	<i>r</i>	0,018	0,061	0,120**	0,047	0,373**	0,461**	0,470**
	<i>p</i>	0,680	0,165	0,007	0,283	0,000	0,000	0,000

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; ^a "Pearson" çift taraflı; ^b Kredi kartının rasyonel kullanımı; ^c Kredi kartına duyulan güven; ^d Kredi kartı hakkındaki banka bilgilendirme hizmetlerini algılama düzeyi; ^e Kredi kartsız yapılan harcama alışkanlıkları; ^f Parayı güç unsuru olarak görme; ^g Parayı prestij unsuru olarak görme; ^h Paraya duyulan kaygı; ⁱ Para harcamaya duyulan güvensizlik.

4.3.2.3.2. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

KKRK bağımlı değişkeni ile diğer bağımsız değişkenlere ilişkin geliştirilen araştırma modeli için regresyon analizi uygulanmıştır. Analizde tüm değişkenlerin tek seferde eklenmesi ile modelin genel açıklama gücüne (R^2) katkısını gösteren “Enter” yöntemi kullanılmıştır.

Buna göre modele ilişkin R^2 değeri 0,333 ve düzeltilmiş R^2 değeri 0,324’tür. Regresyon eğrisinin eğimini gösteren ve sıfırdan büyük olması beklenen sabit parametre değeri 1,524 ve buna ilişkin t değeri 7,315’tir. Tüm değişkenlere ait β değerine ilişkin VIF değerleri 10 değerinin altındadır, bu bulgu modelde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığını göstermektedir. Durbin-Watson değeri 2,045’tir. Bu değer “değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığını göstermektedir ve 1,5 ile 2,5 aralığında olması arzulanmaktadır” (Kalaycı, 2008:264). Modelin bir bütün olarak anlamlılığını gösteren F değeri 36,074 ve p değeri 0,01 den küçüktür. “ R^2 değerinin modele dahil edilen değişken sayısının artmasına bağlı olarak arttığı bu nedenle düzeltilmiş R^2 değerine bakılması gerektiği” (Kalaycı, 2008:259) dikkate alındığında, BHAD, KKHA, GÜÇ, PRTJ ve KYG değişkenlerinin KKRK’yı %32,4 oranında açıkladığı görülmektedir. Tüm değişkenler ayrı ayrı incelendiğinde ise GÜV değişkeni ve GVSZ değişkenlerinin modele anlamlı bir katkı sağlamadığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda hipotezlerin değerlendirilmesine ilişkin sonuçlar Tablo 15’te özetlenmiştir.

Tablo 15: Çoklu Regresyon Analizi “Model 1” Sonuçları^a

<u>Hipotez</u>		<u>Beta</u>	<u>Std. Hata</u>	<u>Tolerans</u>	<u>VIF</u>	<u>t</u>	<u>p</u>
	(Sabit)	1,524	0,208			7,315	0,000**
H1 (Red)	GÜV ^b	0,032	0,032	0,878	1,139	1,010	0,313
H2 (Kabul)	BHAD ^c	0,131	0,037	0,965	1,036	3,536	0,000**
H3 (Kabul)	KKHA ^d	0,519	0,041	0,847	1,181	12,778	0,000**
H4 (Kabul)	GÜÇ ^e	0,138	0,054	0,662	1,511	2,533	0,012*
H5 (Kabul)	PRTJ ^f	-0,159	0,061	0,552	1,810	-2,625	0,009**
H6 (Kabul)	KYG ^g	-0,101	0,047	0,687	1,456	-2,134	0,033*
H7 (Red)	GVSZ ^h	0,044	0,053	0,677	1,476	0,844	0,399
	R^2 : 0,333	Adjusted R^2 : 0,324	N: 514	Regresyon (F): 36,074			0,000**

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; ^a Enter yöntemi kullanıldı; ^b Kredi kartına duyulan güven; ^c Kredi kartı hakkındaki banka bilgilendirme hizmetlerini algılama düzeyi; ^d Kredi kartsız yapılan harcama alışkanlıkları; ^e Parayı güç unsuru olarak görme; ^f Parayı prestij unsuru olarak görme; ^g Paraya duyulan kaygı; ^h Para harcamaya duyulan güvensizlik.

H1 hipotezi, kredi kartının gereğinden fazla harcamaya yol açmayacağı, kişinin harcamalarını planlamasına engel olmayacağı yönünde kredi kartına duyulan güvenin, kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, GÜV değişkenine ait β değeri 0,032; t değeri 1,010 ve p değeri 0,313 ($p>0,05$) olduğundan H1 hipotezi reddedilmiştir.

H2 hipotezi, kredi kartı hakkındaki bilgilendirici banka hizmetlerini algılama düzeyinin, kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Analiz sonuçlarına göre BHAD değişkenine ait β değeri 0,131, t değeri 3,536 ve p değeri 0,000 ($p<0,01$) olduğundan H2 hipotezi kabul edilmiştir.

H3 hipotezi, kişilerin kredi kartı olmaksızın harcama alışkanlıklarının, kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Analiz sonuçlarına göre KKHA değişkenine ait β değeri 0,519, t değeri 12,778 ve p değeri 0,000 ($p<0,01$) olduğundan H3 hipotezi kabul edilmiştir.

H4 hipotezi, paranın kişi tarafından bir güç unsuru olarak görülmesinin kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Analiz sonuçlarına göre GÜÇ değişkenine ait β değeri 0,138, t değeri 2,533 ve p değeri 0,012 ($p<0,05$) olduğundan H4 hipotezi kabul edilmiştir.

H5 hipotezi, paranın kişi tarafından prestij unsuru olarak görülmesinin kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Analiz sonuçlarına göre PRTJ değişkenine ait β değeri -0,159, t değeri -2,625 ve p değeri 0,009 ($p<0,01$) olduğundan H5 hipotezi kabul edilmiştir.

H6 hipotezi, paranın kişi için bir kaygı unsuru olmasının kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Analiz sonuçlarına göre KYG değişkenine ait β değeri -0,101, t değeri -2,134 ve p değeri 0,033 ($p<0,05$) olduğundan H5 hipotezi kabul edilmiştir.

H7 hipotezi, para harcamaya duyulan güvensizliğin kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkileyip etkilemediğini sorgulamaktadır. Analiz sonuçlarına göre GVSZ değişkenine ait β değeri 0,044, t değeri 0,844 ve p değeri 0,399 ($p>0,05$) olduğundan H7 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 16 ise, modele anlamlı katkı sağladığı belirlenen değişkenlerin dikkate alınması ile tekrarlanan regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir. Bu durumda R^2

değerinin 0,331'e gerilediği, ancak düzeltilmiş R² değerinin 0,324 ile aynı kaldığı gözlenmiştir. Tablo 16'da Model 2 olarak adlandırılarak özetlenen analiz sonuçlarına göre β sabit parametre değeri 1,571 ve buna ilişkin t değeri 7,659'dur. Modelin bir bütün olarak anlamlılığını gösteren F değeri 50,184 ve p değeri 0,000'dır (p<0,01). Değişkenlere ait β değerleri tek tek incelendiğinde ise BHAD, KKHA, GÜÇ, değişkenlerinin modele katkısının pozitif yönlü (p<0,01); PRTJ değişkeninin (p<0,05) ve KYG değişkeninin modele katkısının negatif yönlü olduğu görülmektedir (p<0,10). Aynı zamanda β değerleri bakımından modele en çok katkıyı sağlayan değişkenlerin önem sırasına göre: KKHA, GÜÇ, BHAD, KYG ve PRTJ şeklinde sıralandığı görülmektedir. Buna göre Model 2'ye göre oluşturulan ve önerilebilecek yeni regresyon modeli Denklem (3) ile gösterilmiştir.

$$\text{KKRK} = 1,571 + 0,536 (\text{KKHA}) + 0,147 (\text{GÜÇ}) + 0,132 (\text{BHAD}) - 0,150 (\text{PRTJ}) - 0,084 (\text{KYG}) + \varepsilon \quad (3)$$

Tablo 16: Çoklu Regresyon Analizi “Model 2” Sonuçları^a

<u>Hipotez</u>		<u>Beta</u>	<u>Std. Hata</u>	<u>Tolerans</u>	<u>VIF</u>	<u>t</u>	<u>p</u>
	(Sabit)	1,571	0,205			7,659	0,000***
H2 (Kabul)	BHAD ^b	0,132	0,037	0,969	1,032	3,573	0,000***
H3 (Kabul)	KKHA ^c	0,536	0,038	0,962	1,040	14,086	0,000***
H4 (Kabul)	GÜÇ ^d	0,147	0,054	0,675	1,481	2,731	0,007***
H5 (Kabul)	PRTJ ^e	-0,150	0,059	0,587	1,703	-2,560	0,011**
H6 (Kabul)	KYG ^f	-0,084	0,045	0,767	1,304	-1,874	0,062*
R ² : 0,331		Adjusted R ² : 0,324		N: 514	Regresyon (F): 50,184		0,000***

*p < 0,10; **p < 0,05; ***p < 0,01; ^a Enter yöntemi kullanıldı; ^b Kredi kartı hakkındaki banka bilgilendirme hizmetlerini algılama düzeyi; ^c Kredi kartsız yapılan harcama alışkanlıkları; ^d Parayı güç unsuru olarak görme; ^e Parayı prestij unsuru olarak görme; ^f Paraya duyulan kaygı.

4.4. DEĞERLENDİRME VE TARTIŞMA

Analiz sonuçları incelendiğinde başlangıçta KKRK bağımlı değişkeni ile GÜV değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı korelasyon ilişkisi olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,01$). Yani kişilerin kredi kartı kullanımında aşırı borca girilmemesi için dikkat etmesi gereken sorumlulukları yerine getirme sıklığı ile kredi kartının harcamalarda düzensizliğe neden olmayacağı yönündeki güveni arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Ancak regresyon analizi sonucunda, bu değişkenin KKRK'yı açıklamada önemli bir katkısının olmadığı görülmüştür. GÜV değişkenine ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde ise, katılımcıların kredi kartının harcamalarda düzensiz olmaya neden olmayacağı yönündeki önermelere verdikleri cevapların ortalama değerinin 2,7259 olduğu görülmüştür. Bu değer katılımcıların GÜV değişkenine ilişkin önermelere büyük ölçüde “bazen” şeklinde cevap verdiğini göstermektedir. Bu bulgu katılımcıların kredi kartının zaman zaman harcamalarda düzensiz olmaya neden olabileceğini düşündükleri şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda GÜV ve KKRK arasındaki korelasyon ilişkisi, araştırmanın kişilerin kredi kartına yönelik tutumunun kredi kartı kullanma davranışlarını etkileyeceğini ortaya koyan çalışmalar ile örtüştüğünü göstermektedir (Hayhoe vd., 1999:653; Karamustafa ve Biçkes, 2003:111; Girginer vd., 2008:205; Yılmaz vd., 2009b:136-138). GÜV değişkeninin diğer değişkenlerle ilişkisi incelendiğinde ise, KKHA değişkeni ($p < 0,01$) ve paraya karşı tutumun boyutlarından KYG değişkeni ($p < 0,05$) ile pozitif yönlü korelasyon ilişkisi gösterdiği görülmüştür. Bu bulgu, kredi kartına yönelik tutumun güven boyutunun kredi kartının rasyonel kullanımına doğrudan etki eden bu iki değişkeni etkileyerek dolaylı olarak KKRK'nı etkilediği şeklinde yorumlanabilir.

Analizler sonucunda elde edilen KKHA ile KKRK arasında pozitif yönlü korelasyon ilişkisi, harcamalarında planlı ve düzenli olan kişilerin kredi kartı kullanımında aşırı borca girilmemesi için dikkat edilmesi gereken sorumlulukları yerine getirme sıklığının arttığı şeklinde yorumlanabilir. Bu bulgu, kredi kartı kullanımında rasyonelliğin kişinin genelde ekonomik kararlarında nasıl davrandığı ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda regresyon analizinde KKRK'nın açıklanmasına en önemli katkıyı bu değişkenin sağladığı görülmüştür.

Regresyon analizi sonuçlarına göre KKRK'nın açıklanmasına en çok katkı sağladığı görülen ve kredi kartına yönelik tutumla ilgili ikinci değişken ise BHAD

değişkenidir. Tanımlayıcı istatistikî analiz sonuçlarına göre kredi kartı kullanımında bilgilendirici banka hizmetlerinin kişiler tarafından nasıl algılandığını gösteren önermelerin ortalama değeri 2,8065'tir. Yani katılımcılar bu önermelere genel olarak "bazen" cevabını vermiştir. Bu bulgu kredi kartı kullanım sürecinde bilgilendirme açısından bankaların hız, yeterlilik ve değişen yasal süreç hakkındaki bilgi verme zorunluluğunun yerine getiriliş sıklığı bakımından katılımcılarca orta düzeyde görüldüğü şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca anket uygulaması sırasında, banka çalışanlarının kredi kartının edinilmesi sürecinde son derece ilgili davrandığı; ödemelerin aksatılması halinde sorulara bile cevap almakta güçlük çekildiği yönündeki şikayetlerden yola çıkılarak, katılımcıların bu konuda bankaları çok yeterli bulmadığını söylemek mümkündür. Önermelere verilen cevaplar tek tek incelendiğinde ise, "kredi kartına getirilen yasal düzenleme ve değişiklikler hakkında bankaca bilgilendiriliyorum" önermesine %44,6 oranında "hiçbir zaman" cevabının verilmiş olması oldukça dikkat çekicidir. Aynı soruya %33,3 oranında "bazen" veya "nadiren" şeklinde cevap verilmiştir.

Bankalar yasal olarak bu tür değişiklikler hakkında kart hamilini 30 gün önceden bilgilendirmek zorundadır. Genellikle bu tür uyarılar ise bankalarca gönderilen hesap ekstreleri ve bankaların internet siteleri aracılığı ile yapılmaktadır. Dolayısıyla bu bulgu, kart hamillerinin bu konularda hesap ekstresi aracılığı ile bilgilendirildiğinin farkında olmadığı ya da hesap ekstresini yeterince dikkatli incelemeyeceği şeklinde değerlendirilebilir. Kredi kartının rasyonel kullanımı ile ilişkili önermelerden "kredi kartı borcuma işletilecek olan faiz oranlarını kontrol ederim" ifadesine verilen cevapların ortalama değeri 3,6199'dur. Bu bulgu kişilerin bu ifadeye büyük ölçüde "çoğunlukla" şeklinde cevap verdiğini göstermektedir. Ancak, frekans analizi bakımından bu önermeyi "hiçbir zaman" şeklinde değerlendirenlerin oranı %11,7; "nadiren" şeklinde değerlendirenlerin oranı ise %23,5'tir. Genel olarak değerlendirildiğinde, bu sonuçlar kredi kartının bilinçli kullanımının artırılmasında hem bankaların, hem de tüketicilerin daha sorumlu davranması gerektiğine dikkat çekmektedir. Ayrıca, BHAD ile KKRK arasında pozitif yönlü korelasyon ilişkisi olması, bankaların bu tür hizmetlere vereceği önemin, kredi kartının rasyonel kullanımını olumlu yönde etkileyeceğini göstermektedir. Bu bağlamda araştırma, kredi kartının doğru kullanımının getireceği faydaların gerek görsel gerek yazılı basın

yardımıyla anlatılması yoluyla iki tarafın yararına olacak şekilde geliştirilebileceği görüşünü desteklemektedir (Yılmaz vd., 2009b:138).

Katılımcıların %72 oranında ay sonunda kart borcunun tamamını ödediğini belirtmesi ve KKRK ile ilişkili önermelerin ortalama değerinin 3,8052 olması kredi kartı kullanımında büyük ölçüde rasyonel davranıldığını göstermektedir. Ancak, son ödeme tarihinde aylık kart borcunun asgari tutarı ödediğini belirten katılımcıların %14,4 ve asgari tutar ile tamamı arasında bir miktarı ödediğini belirten katılımcıların %13,6 oranında olması rasyonel kullanım bakımından dikkat çekicidir. Bu bulgular, kişilerin kredi kartı ile geri ödemekte zorlanacağı miktarlarda harcama yaptığını, ortaya koymaktadır. Kredi kartı borcunu üst üste üç ay ödeyemeyerek temerrüde düştüğünü belirten katılımcı oranının %12,8; kart borcunu ödeyebilmek için bankalardan kredi kullanan katılımcı oranının %19,6 ve şahıslardan borç aldığını belirten katılımcıların ise %10,7 oranında olması dikkat çeken diğer bulgulardır. Bu bulgular, kredi kartlarının harcamaları arttırdığı, kişilerin borçlu bir yaşam sürmesine neden olduğu ve kredi kartı kullanımında bilinçliliğin artırılması gerektiği şeklindeki değerlendirmeleri destekler niteliktedir (Tuğay ve Başgül, 2007:226; Durukan vd., 2005:153; Torlak, 2002:78; Warwick ve Mansfield, 2000: 626).

Rasyonel kullanım bakımından dikkat çekici bir başka bulgu ise "Size ait kredi kartını başkalarına kullandırır mısınız?" şeklindeki soruya %36,8 oranında "evet" cevabının verilmiş olmasıdır. Ancak bu soru ankete katılanların yüksek kart borcuna sahip olmasında kartını başkalarına kullandırmasının etkisi olup olmadığını anlamak düşüncesiyle anket formuna eklenmiştir. Yapılan analizlerde bu yönde bir bulguya rastlanılmamıştır. Anket formunun uygulanması sırasında, kredi kartını arkadaşına verdiği için temerrüde düştüğünü, ya da hesap ekstresi geldikten sonra bu durumu anlayarak yaşadığı sorunları anlatan katılımcılara rastlanmıştır. Her ne kadar uygulama sırasında anketteki önerme ve sorular hakkında katılımcılara önceden açıklama yapıldıysa da, katılımcının bu soruya ailesinden birine ek kart sağlamış olmasını düşünerek cevaplamış olma ihtimali göz ardı edilemez. Yine de kişilerin ödenemeyecek borç yükü altına girmesine neden olarak yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileme ihtimali bulunan kredi kartlarının, aile üyeleri, akraba vs. gibi başkalarına kullandırılmasının rasyonel kullanım açısından doğru olmayabileceği bir gerçektir.

Paraya karşı tutumun boyutları açısından değerlendirildiğinde, çalışmanın en dikkat çekici bulgusu, paraya karşı tutumu MAS ile inceleyen pek çok çalışmada (Wang vd., 2011:179-193; Durvasula ve Lysonski, 2010:169-179; Roberts ve Jones, 2001:213-240; Medina vd., 1996:124-145) tek bir faktör olarak değerlendirilen güç-prestij boyutunun, bu çalışmada iki ayrı faktör oluşturmasıdır. Bu bulgu doğrultusunda, genel olarak bu boyutların birbirinden ayrılıp ayrılamayacağı tartışmasının farklı bir araştırma konusu olduğu düşüncesiyle, literatür araştırmasında bu çalışmada incelenen kaynaklar, paraya karşı tutumun boyutları bakımından yeniden gözden geçirilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda paraya karşı tutumun güç-prestij boyutunun, MAS temel alındığında birbirini tamamlayıcı özellikte olduğu kanısına varılmıştır. Dikkat çekici olan diğer bir bulgu ise, korelasyon analizine göre parayı prestij unsuru olarak görmeyi ifade eden PRTJ değişkeninin, kredi kartının rasyonel kullanımını ifade eden KKRK değişkenini negatif yönde etkilemesine rağmen; parayı güç sembolü olarak görmeyi ifade eden GÜÇ değişkeninin KKRK'yı etkilememesidir. Tanımlayıcı istatistikler dikkate alındığında GÜÇ ve PRTJ değişkenleriyle ilişkili önermelere verilen cevapların ortalama değerlerinin sırasıyla 1,4767 ve 1,6222 olduğu görülmektedir. Yani GÜÇ değişkeni ile ilgili önermelere daha çok "hiçbir zaman" şeklinde cevap verilirken; PRTJ değişkenine ilişkin önermelere daha çok "hiçbir zaman" veya "nadiren" şeklinde cevap verilmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bu farklı durumun katılımcılarca GÜÇ değişkenine ilişkin önermelerin PRTJ değişkenine ilişkin önermelere göre daha çok olumsuz değerlendirilmesinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Bu durum, faktör analizinde paraya karşı tutumun güç-prestij boyutunun iki ayrı faktöre ayrılmasını da açıklar niteliktedir. Kredi kartı kullanımı konusunda yapılan çalışmalar, paranın kişi için güç-prestij sembolü olmasının kart hamilinin borç çeviren olma ihtimalini arttırdığını ortaya koymaktadır (Wang vd., 2011:187-189; Roberts ve Jones, 2001:229-236). Bu bağlamda, PRTJ ile KKRK arasında negatif yönlü korelasyon ilişkisi olması, bu çalışmaları desteklemektedir. Diğer taraftan korelasyon analizi sonuçlarına göre parasal tutumun GÜÇ boyutu ile KKRK arasında anlamlı bir ilişki görülmezken, regresyon analizi sonuçlarına göre GÜÇ değişkeninin KKRK'nın açıklanmasına katkısı olduğu görülmektedir. Bu bulgu, GÜÇ değişkeninin ancak diğer değişkenlerle birlikte dikkate alındığında kredi kartının rasyonel kullanımını açıklamada etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma sonucunda ayrıca paraya karşı tutumun kaygı boyutunu ifade eden KYG ile KKRK değişkeni arasında negatif yönlü korelasyon ilişkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu ilişki, kaygılarından uzaklaşmak için para harcamayı bir araç olarak gören kişiler için kredi kartının maliyetlerinin ikinci planda olacağı şeklinde yorumlanabilir. Parasal tutum ve kompulsive satın alma davranışını inceleyen çalışmalar, KYG değişkeninin kredi kartı kullanımını arttırarak bu davranışı pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Roberts ve Jones, 2001:235). Bu bağlamda KYG değişkeninin KKRK değişkenini korelasyon ve regresyon analizlerine göre negatif yönde etkilediği bulgusu, geçmiş çalışmaları destekler niteliktedir.

MAS'ın GVSZ boyutunda yer alan önermeler, geçmiş çalışmalarda fiyata karşı duyarlılıkla ilişkilendirilmiş ve kredi kartını bilinçsiz kullanan kişilerin fiyata karşı daha duyarsız olduğu tespiti yapılmıştır (Yeniçeri ve Aturan, 2007:255). Bu çalışmada ise paraya karşı tutumun güvensizlik boyutunu ifade eden GVSZ değişkeninin, regresyon analizi bakımından KKRK değişkenini açıklamakta anlamlı bir katkısı olmadığı görülmektedir. Ancak, korelasyon analizinde BHAD ile GVSZ arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür ($p < 0,01$). Dolayısı ile GVSZ'nin, BHAD'yi etkilemek suretiyle dolaylı olarak kredi kartı kullanımında bilinçliliği etkilediği söylenebilir.

Diğer değişkenler bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların %63,2 oranında iki ve daha fazla kredi kartına sahip olduğu görülmektedir. BKM tarafından 2009 yılında 18 farklı ilde 1000 kişinin katılımı ile yapılan "Kart Monitör Araştırması" sonuçları incelendiğinde, iki ya da daha fazla kredi kartına sahip olan katılımcıların oranının %63 olduğu görülmektedir (BKM, 2009b:6). Bu çalışmada, bu oranın yaklaşık olarak aynı olması, örneklem sayısı bakımından kıyaslandığında ortalama kart sahipliğinin yükseldiğini göstermektedir. Diğer taraftan aynı araştırmada, kredi kartı borcunun %40 oranında banka şubesinden yapıldığına, kredi kartı kullananların bir kısmının borç ödeme yöntemi konusunda geleneksel davrandığına dikkat çekilmiştir. ATM kullanımının %39 ve diğer yöntemlerin %21 oranında kullanılması, bankacılık hizmetlerinin dağıtım kanallarının ve kullanımının yaygınlaştığı buna bağlı olarak banka şubesi kullanımının gerileyeceği şeklinde değerlendirilmiştir (BKM, 2009b:24). Bu araştırmada ise katılımcılar kredi kartı borcunu %36,8 oranında otomatik ödeme talimatıyla, %23,7 oranında ATM'den, %20,6 oranında banka şubesinden ve %18,7 oranında internetten ödediğini belirtmiştir. Bu açıdan araştırma bulguları borç ödemede

banka şubesi kullanımının gerilediği; ATM'lere ek olarak 2009'da diğer ödeme yöntemleri arasında yer alan otomatik ödeme talimatı, internet kullanımı gibi dağıtım kanallarının kullanımının yaygınlaştığını destekler niteliktedir.

“Kredi kartı kullanımı hakkında bir bilinçlendirme çalışması yapılıyorsa en çok hangi konulara ağırlık verilmesini isterdiniz?” şeklindeki soruya, katılımcıların %60,3'ü faiz oranları, %22,6'sı ekstre bilgileri, %16,1'i taksitlendirme seçeneğini işaretleyerek cevap verirken %1'i bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Bu bulgular bankaların, kredi kartı kullanımında tüketici bilinci oluşturmaya yönelik bilgilendirici kampanyalarında tüketicinin beklentisine daha iyi cevap verebilmeleri için bir veri sunmaktadır.

4.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE GELECEKTE YAPILABİLECEKLER

Literatür araştırması sonucunda kredi kartlarının, daha çok bankaların pazarlama stratejilerine katkı sağlamaya yönelik ya da tüketicinin satın alma kararlarına etki eden farklı faktörler açısından incelenen oldukça yeni bir konu olduğu görülmüştür. Ülkemizde yapılmış kredi kartı kullanımında tüketici açısından bilinçliliğin artırılmasının önemine dikkat çeken sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır ve kredi kartı kullanımına etki eden faktörler konusundaki çalışmalar ise sayıca yetersizdir. Yabancı kaynaklar ise sayıca çok olmakla birlikte bu konuyu doğrudan incelememektedir. Bu bağlamda, kredi kartları konusunda özellikle rasyonel kullanım bakımından tüketicinin sorumluluklarını yerine getirmesine etki eden faktörleri araştıran bir kaynak olmaması araştırmanın en önemli kısıtıdır. Bu nedenle araştırma konusuna teorik destek sağlayabilmek için, tüketici davranışına ve kredi kartı kullanma niyetine etki eden faktörler konusunda yapılan yerli ve yabancı çalışmalar ile kredi kartının hukuki yönünü ele alan farklı çalışmalardan yararlanılmıştır. Ayrıca, kredi kartı kullanımı konusunda literatürde kabul görmüş bir ölçeğin bulunmaması nedeniyle, araştırmanın uygulama kısmı için geliştirilen kredi kartı kullanım ölçeği, yapılmış çalışmalar üzerinde düşünülerek geliştirilmiştir. Araştırmanın diğer kısıtları, zaman ve araştırmaya ayrılan bütçe şeklinde sıralanabilir. Sınırlı zaman ve ekonomik şartlar nedeniyle, araştırmanın örnekleme yalnızca il merkezinde çalışan kamu personeli ile sınırlandırılmıştır. Dolayısı ile bu bulgular Bilecik ilindeki tüm kamu personeli için genellenemez. Yeterli süre ve ekonomik şartlarda, örneklemin daha fazla kişiden

oluşması, araştırmanın Bilecik ilinin ilçelerini ve diğer sektörlerde çalışanları da kapsayacak şekilde genişletilmesi daha gerçekçi bulgular sağlayacaktır.

Aynı zamanda, bu çalışmada ele alınan faktörlerden kredi kartına yönelik tutum, yalnızca kişinin kredi kartının harcamaları arttırmayacağına yönelik inanç ve deneyimleri sonucunda gelişen güveni ve bankalarca kredi kartı konusunda sunulan bilgilendirici hizmetlere ilişkin algı bakımından ele alınmıştır. Bu nedenle çalışmada tutumun yalnızca bilişsel ve duygusal boyutunun incelenmiş olduğu söylenebilir. İleride yapılacak çalışmalarda kredi kartına yönelik tutum daha kapsamlı şekilde, tüm boyutları ile incelenebilir. Ayrıca bilgilendirici bankacılık hizmetleri kapsamında değerlendirilen ATM, internet bankacılığı gibi teknoloji kullanımını içeren dağıtım kanallarının tüketici tarafından nasıl algılandığı konusu ise bu algının oluşmasında etkili olan teknoloji kabulü, hizmet kalitesi gibi farklı boyutlarda incelenmesi gereken kapsamlı bir araştırma konusudur. Bu araştırmanın sınırlılıklarından birisi de bu algının incelenmesinde böyle bir ayrıma gidilmemiş olmasıdır.

Çalışmada paraya yönelik tutumun daha önce yapılmış çalışmalarda güç-prestij olarak tek bir boyutta ele alınan boyutunun, güç ve prestij olarak iki ayrı faktöre ayrıldığı gözlenmiştir. Ayrıca GÜÇ faktörünün KKRK ile korelasyon ilişkisi olmamasına rağmen, regresyon modelinin açıklanmasında pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda bu iki faktörün bu şekilde ayrılmasının mümkün olup olmadığı, güç faktörünün korelasyon ilişkisi olmamasına rağmen KKRK'nın açıklanmasına pozitif yönde katkı sağlamasının araştırılmasına yönelik farklı çalışmalar yapılabilir.

5. SONUÇ

Günümüzde kredi kartları tüketiciye sunduğu diğer avantajlara ek olarak faizsiz bir dönem sağlayarak borcun hesap kesim tarihinde tamamen ödenmesi halinde ek maliyet oluşturmaması ve ödeme tutarı kadar yeniden kullanılabilir finansman sağlaması, borcun tamamen ödenmemesi halinde ise faiz karşılığında borcun ertelenmesine (ötelenmesine) imkan vermesi yönleriyle tüketici finansmanında önemli bir yer tutmaktadır. Bankaların kredi kartı kullanımını teşvik edici farklı uygulamaları önceleri sadece gelir seviyesi yüksek kişilere verilen kredi kartlarının, günümüzde neredeyse herkes tarafından kullanılan bir finansman aracına dönüşmesini sağlamıştır. Kredi kartlarıyla tüketiciye sunulan taksit imkanları, promosyonlar, sorgusuz limit artırımı gibi uygulamalar tüketicilerin gelirleri ile harcama limitleri arasında büyük uçurumlar oluşmasına neden olmakta ve harcama eğilimlerini arttırmaktadır.

Kullanım oranına bağlı olarak ortaya çıkan borcun düzenli olarak geri ödenmemesi durumunda, borcun ek maliyetler ile daha da katlanması nedeniyle kredi kartı bir tür borç çevrim aracına dönüşerek tüketicinin zarar görmesine yol açabilmektedir. Bu süreçte tüketicinin ödeyemeyeceği borç yükü altına girmemesi, kredi kartı ile yapacağı harcamalarda gelirini, kart limitini ve faiz oranlarını göz önünde bulundurması, kredi kartı borcunu son ödeme tarihinde tamamen ödemesi gibi rasyonel alışkanlıklar kazanmasıyla mümkündür. Bu nedenle kişilerin kredi kartı kullanım sürecinde yerine getirmekle yükümlü olduğu sorumlulukların bilincinde hareket etmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada kredi kartı kullanımında rasyonellik konusu, kişilerin kredi kartı kullanımında aşırı borca girmemesi için dikkat etmesi gereken sorumlulukları yerine getirme sıklığı bakımından ele alınarak bu duruma etki edebilecek faktörler araştırılmıştır. Bu faktörler kredi kartları konusunda yapılan çalışmalar doğrultusunda kredi kartına duyulan güven, kredi kartı kullanımına yönelik bilgilendirici banka hizmetleri algısı, kişilerin genel harcama alışkanlıkları ile paraya karşı tutumlarının güç, prestij ve kaygı boyutları olarak belirlenmiştir.

Çalışmada kullanılan faktörler yapılmış çalışmalardan hareketle geliştirilen "kredi kartı tutum ölçeği" ile teorik olarak kabul görmüş olan "Para Tutum Ölçeği

(MAS)"nin güvenilirlik analizine tabi tutulmasıyla elde edilmiş olan anket formunun, Bilecik ili merkez ilçesinde farklı kurumlarda çalışan kamu personelinin katılımıyla uygulaması sonrasında yapılan açıklayıcı faktör analizi ile elde edilmiştir. Daha sonra araştırmanın hipotezlerinin sınanması için "Pearson Korelasyon Analizi" ve "Çoklu Regresyon Analizi"nden yararlanılmıştır. Araştırma hipotezleri doğrultusunda bu çalışmanın birinci bulgusu kredi kartı kullanımında rasyonelliğin, kredi kartı kullanımı ile ilgili bilgilendirici bankacılık hizmetlerinin yeterliliğine ilişkin algı düzeyinden etkilendiğidir. İkinci bulgusu, kişilerin kredi kartsız sahip oldukları harcama alışkanlıklarının, kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilediğidir. Üçüncü bulgusu ise kişilerin paraya karşı tutumlarının kredi kartının rasyonel kullanımını etkilediği şeklinde özetlenebilir. Daha açık şekilde ifade edilecek olursa kişinin parayı güç, prestij ve kaygı unsuru olarak görmesi kredi kartının rasyonel kullanımını doğrudan etkilemektedir. Diğer taraftan çalışmada başlangıçta geliştirilen, kredi kartının harcamalarda düzensiz olmaya sebep olup olmayacağı konusunda kredi kartına duyulan güven ve para harcamaya duyulan güvensizliğin kredi kartının rasyonel kullanımını etkileyeceği yönündeki hipotezler istatistiki analizler sonucunda reddedilmiştir. Genel olarak bu çalışma, kişilerin kredi kartı kullanımında aşırı borca girmemeleri için dikkat etmeleri gereken sorumlulukları yerine getirme sıklığının, ele alınan değişkenlerden büyük ölçüde etkilendiğini göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, bu konuda tüketici bilincinin artırılması konusunda yapılabilecekler ışık tutmaktadır.

Kişilerin paraya yönelik tutumları farklı psikolojik faktörlerin etkisi altında olduğundan bu tutumların değiştirilmesi için yapılabilecekler sınırlı olsa da kredi kartının rasyonel kullanımına etki ettiği belirlenen harcama alışkanlıkları ve bilgilendirici bankacılık hizmetleri algısı konusunda yapılabilecek pek çok şey olduğu açıktır. Bu konuda yapılabileceklerin, uzun vadede paraya yönelik tutumlar üzerinde de etkili olacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda, kredi kartı kullanımında bilinçliliğin artırılması konusunda tüketici dernekleri, devlet kurumları, sivil toplum kuruluşları, bankalar, üye işyerleri gibi kartlı ödeme sisteminde yer alabilecek tüm kurumların desteğiyle yapılabilecek kampanyalarda kişilerin harcamalarını planlama eğilimlerinin artırılmasına yönelik uyarılar kredi kartının bir tür borç çevrim aracına dönüşmesini azaltacaktır.

Tüketicilerin ekonomik kararlarını en sağlıklı şekilde verebilmeleri için gerekli koşulları sağlama çabası her işletmenin sosyal sorumluluğunun bir parçasıdır. Günümüzde krediler, kredi kartları ve tüketici kredilerinin maliyetleri hakkında tüketici bilinci ve farkındalığın artırılması gerekliliği konusu çeşitli kurumların raporlarında sıkça yer alsa da bu gerekliliğin yazılı ve görsel medyaya taşınmaması yapılanların sınırlı ve yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Kredi kartı kullanımında tüketici ile iletişim halinde olan en önemli kurumlar bankalardır. Bu nedenle bu konuda yapılabilecek bilinçlendirme çalışmalarında da en büyük rol bankalara düşmektedir. Bankaların kredi kartı kullanımını arttırmaya yönelik çalışmalarında kişinin kredi kartı kullanımında karşılaşılabileceği maliyetlere ilişkin bilgilendirici uyarılar daha fazla ön plana çıkarılmalı, kredi kartının doğru kullanımının getireceği faydalar gerek görsel gerek yazılı basın yardımıyla anlatılmalıdır. Kredi kartı edinmek isteyen müşteriye, kredi kartının olumlu yönleri hakkında verilen bilgi kadar, kredi kartının nasıl kullanılması gerektiği, geri ödemelerin nasıl yapılması gerektiği, asgari tutar ödendiğinde, nakit çekimlerde, üç ay üst üste borcun ödenmemesi halinde ne tür maliyetlerle karşılaşılacağı konusunda da ayrıntılı bilgiler verilmelidir. Ayrıca kişilerin geliri üzerinde kart limiti elde etmesine neden olabilecek uygulamalardan kaynaklanan sorunların ortadan kaldırılması ve kart borcu nedeniyle temerrüde düşmüş kişilere yönelik devlet tarafından getirilen kolaylaştırıcı yasal düzenlemeler hakkında tüketiciye daha fazla bilgi verilmesi borçlu kişi sayısının azalmasına katkı sağlayacaktır. Tüketici haklarının sanayileşmiş tüm toplumlarda evrensel hale geldiği düşünüldüğünde, tüketicinin ekonomik durumunun korunması tüm işletmeler gibi bankaların da en önemli önceliği olmalıdır.

KAYNAKLAR

- Aarts, H. ve A. Dijksterhuis, (2000), "Habits as Knowledge Structures: Automaticity in Goal-Directed Behavior", *Journal of Personality and Social Psychology*, C.78, S.1, Netherlands, ss. 53-63.
- Abraham, K., (1927), *The Spending of Money In Anxiety States*, (çev.) D.Bryan ve A.Strachey, (Ed.) E. Jones, *Selected Papers of Karl Abraham M.D.* içinde, Hogarth Press, R.&R. Clarck, Edinburgh, ss.299-302.
- Açıkgül, E. ve H. A. Açıkgül, (2007), *Teori ve Uygulamada Kredi Kartı Sözleşmeleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Agarwal,S., J.C. Driscoll, X.Gabaix ve D.Laibson, (2008), "Learning in The Credit Card Market", <http://ssrn.com/abstract=1091623> (10 Aralık 2010), ss.1-31.
- Ajzen I. ve M. Fishbein, (1977), " Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research", *Psychological Bulletin*, C.84, S.5, Massachusetts-Amherst, ss. 888-918.
- Ajzen I., (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, S.50, New York, ss.179-211.
- Akipek, Ş., (2003), "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Çerçevesinde Kredi Kartları", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C.52, S.3, Ankara, ss.103-119.
- Akkaya Karayol, H., (2007), *Kartlı Ödeme Sistemlerinde Rekabet*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Rekabet Kurumu, Ankara.
- Aksoy, E., (2005), *Türk Bankacılık Sisteminde Bireysel Krediler ve Bankacılık Altyapısının Paylaşımı (Ortak ATM ve POS Kullanımı)*, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Alpergin, P., (1990), *Bireysel Bankacılık*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Yayın no:160, Ankara.
- Alponat, T., (2006), *Kartlı Ödeme Sistemlerinin Ekonomiye Etkisi ve Türkiye’de Kartlı Ödeme Sistemleri*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Altan, M. ve E. Göktürk, (2008), “Türkiye’de Memurların Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, S.39, MÜFAD Yayınları, ss.110-127.

Altan, M. ve E. Göktürk, (2007), “Türkiye’de Kredi Kartlarının Toplam Özel Nihai Tüketim Harcamalarına Etkisi: Bir Çoklu Regresyon Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.18, Konya, ss.25-48.

Altunışık, R., R.Coşkun, S.Bayraktaroğlu ve E.Yıldırım, (2007), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, 5.Baskı, Sakarya Yayıncılık, İstanbul.

Apak, S. ve G. Yılmaz, (2009),” Finansal Kriz Döneminde Türkiye’de Kredi Kartları”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, MÜFAD Yayınları, S.44, ss.38-45.

Ari, G., (2008), *Kredi Kartı Kullanımının Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri*, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Armstrong, M. (2006), “Competition In Two-Sided Markets”, *The RAND Journal of Economics*, C.37, S.3, RAND, Santa Monica, ss. 668–691.

Aşan, Z., (2007), “Kredi Kartı Kullanan Müşterilerin Sosyo Ekonomik Özelliklerinin Kümeleme Analizi İle İncelenmesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.17, Kütahya, ss.256-267.

ATO BASIN, (2010), <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1723&l=1> (21 Aralık 2010).

Ausubel, L.M., (1991), “The Failure Of Competition In The Credit Market”, [Electronic Version], *American Economic Review*, C.81, S.1, (8 Ağustos 2010), ss.50-81.

Aydın, N., (1991), “Kredi Kartları ve Kredi Kartlarında Faiz Masrafının Hesaplanması”, *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.9, S.1-2, Eskişehir, ss.147-163.

Aypek, N. ve Ü., Ban, (2002), *Finans, Bankacılık, Borsa ve Dış Ticaret Terimleri Sözlüğü*, Gazi Kitabevi, Ankara, ss.299.

Aysan, A.F., U.Dur, G.İ.Kara, A.N.Müslim ve L.Yıldıran, (2008), “Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet”, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, C.23, S.265, Bilgesel Yayıncılık, Ankara, ss.34-49.

Bakır, H., (2000), “Türkiye’de Plastik Kartlar ve Plastik Kartların Geleceği-Akıllı Kartlar”, *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.16, S.1-2, Eskişehir, ss.191-203.

Banka ve Sigorta Dergisi, (2008), "Kredi Kartı Kullanımında Yaşanan Artış Sürprizleri Beraberinde Getiriyor", ISSN: 1308-3309, 15 Ekim 2008, Best Yayıncılık, ss.4-17.

Barthell, V.R. ve J. A. Waitt, (2010), "Shopping Behaviors of College Students", University Of New Hampshire, www.unh.edu/sociology/media/Podcasts/ValerieBarthell.pdf (19 Şubat 2011).

Baş, T., (2003), *Anket*, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Baydemir, M., (2004), *Her Yönüyle Kredi Kartları*, MS Destek, İstanbul.

BDDK, (2010a), *Finansal Piyasalar Raporu*, S.18, <http://bddk.gov.tr> (15 Ocak 2011).

BDDK, (2010B), *Türk Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü*, S.2010/3, http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Diger_Raporlar/8312tbs_genel_gorunum_haziran_2010.pdf (15 Ocak 2010).

BIS, (2000), “Payment Systems in Turkey”, *CPSS Red Book*, <http://www.bis.org/publ/cpss36.pdf> (15 Ocak 2011).

BIS, (2003a), “International Payment Arrangements”, *CPSS Red Book*, <http://www.bis.org/publ/cpss53p16.pdf> (15 Ocak 2011).

BIS, (2003b), “Payment Systems In France”, *CPSS Red Book*, www.bis.org/cpss/paysys/FranceComp.pdf (15 Ocak 2011).

BIS, (2003c), “Payment Systems In Belgium”, *CPSS Red Book*, www.bis.org/cpss/paysys/-BelgiumComp.pdf (15 Ocak 2011).

BIS, (2003d), “Payment Systems In Germany”, *CPSS Red Book*, www.bis.org/cpss/paysys/GermanyComp.pdf (15 Ocak 2011).

BIS, (2003e), “Payment Systems In Switzerland”, *CPSS Red Book*, www.bis.org/cpss/paysys/SwitzerlandComp.pdf (15 Ocak 2011).

BIS, (2010a), “Statistics On Payment And Settlement Systems In The CPSS Countries- Preliminary Release”, *CPSS Red Book*, <http://www.bis.org/cpss/paysys/ECBComp.pdf> (15 Ocak 2011).

BIS, (2010b), Credit and Store Card Research, Department for Business Inovation & Skills, *TNS-BMRB Report*, <http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/corporate/docs/c/10-820-credit-store-card-research-tns-bmrb> (10 Şubat 2011).

BKM, (1997a), “Kredi Kartlarının Tarihçesi”, *Pano Dergisi*, Kasım, S.2, <http://www.bkm.com.tr/istatistik/panodergisi.html> (10 Aralık 2010), ss.2-4.

BKM, (1997b), “Alışverişte Banka Kartı Devri”, *Pano Dergisi*, Ağustos, S.1, <http://www.bkm.com.tr/istatistik/panodergisi.html> (10 Aralık 2010), ss.1-3.

BKM, (1998), “Sorun Söyleyelim”, *Pano Dergisi*, Kasım, S.4, <http://www.bkm.com.tr/istatistik/panodergisi.html> (10 Aralık 2010), ss.1-4.

BKM, (2010), Basın Bülteni, http://www.bkm.com.tr/basin/bultenler/eylul_07092010.pdf (7 Eylül 2010).

BKM, (2000a), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (11 Eylül 2010).

BKM, (2000b), “Chip Kart”, *Pano Dergisi*, Haziran, S.7, <http://www.bkm.com.tr/istatistik/panodergisi.html>, (10 Aralık 2010), ss.1-8.

BKM, (2001), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (13 Eylül 2010).

BKM, (2002), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (16 Eylül 2010).

BKM, (2003), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (1 Ekim 2010).

BKM, (2004), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (1 Ekim 2010).

BKM, (2005), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (3 Ekim 2010).

BKM, (2006), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (4 Ekim 2010).

BKM, (2007), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (3 Ekim 2010).

BKM, (2008a), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (1 Ekim 2010).

BKM, (2008b), *Kart Monitör Araştırması*, <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.aspx> (15 Eylül 2010).

BKM, (2009a), *Faaliyet Raporu*, www.bkm.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx (1 Ekim 2010).

BKM, (2009b), *Kart Monitör Araştırması*, <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.aspx> (10 Eylül 2010).

BKM, (2010), *Basın Bülteni*, http://www.bkm.com.tr/basin/bultenler/eylul_0709200.pdf (7 Eylül 2010)).

Blanchflower D.G. ve D. S. Evans, (2004), "The Role of Credit Cards in Providing Financing for Small Businesses", *The Payment Card Economics Review*, The Industry and Its Legal Challenges, S.2, USA, ss.77-95.

Borzekowski, R., E.K., Kiser ve S., Ahmed, (2006), "Consumers' Use of Debit Cards: Patterns, Preferences, and Price Response", Finance and Economics Discussion Series, Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs, *Federal Reserve Board*, Washington, D.C., ss.1-33.

Bourreau, M. ve M. Verdier, (2010), "Private Cards and The Bypass of Payment Systems By Merchants", *Journal of Banking & Finance*, C.34, S.8, August, Elsevier, ss.1798–1807.

Buhur, O., (2004), *Tüketici Kredisi Açısından Kredi Kartı Uygulaması*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Büyüköztürk, Ş., (2007), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*, 8.Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara.

Calem, P.S, M.B., Gordy ve L.J.Mester, (2006), "Switching Costs And Adverse Selection In The Market For Credit Cards: New Evidence", *Journal of Banking Finance*, C.30, S. 6 , Elsevier, ss.1653-1685.

Carlton, D.W. ve A.S.Frankel, (1995), “The Antitrust Economics Of Credit Card Networks”, *Antitrust Law Journal*, C.63, American Bar Association Publishing, Chicago, ss.643-668.

Cengiz, E., (2009), “Bireylerin Kredi Kartlarını Değiştirme Tutumları”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.19, S.2, Elazığ, ss.179-196.

Chacravorti, S., (2003), “Theory of Credit Card Networks: A survey of the Literature”, *Review of Network Economies*, C.2, S.2, Federal Reserve Bank of Chicago, USA, ss.50-68.

Chang, H.H., (2004), “Payment Card Industry Primer”, *The Payment Card Economics Review, The Industry and Its Legal Challenges*, Winter, S.2, ss.29-46.

Clark, C., V. Lubasi, G. Yazar, J. Tan, E. Davis, C. Jankowski ve J. Sick, (2004), "Global Electronic Payments", Federal Reserve Bank of Chicago, http://www.Phoenixhecht.com/treasuryresources/PDF/FRB%20Chicago_global%20payments%202004.pdf, (13 Kasım 2010), ss.4-100.

Cömert, Y. ve Y. Durmaz, (2006), “Tüketicinin Tatmini İle Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım Ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması”, [Electronic Version], *Journal of Yaşar University*, C.1, S.4, (5 Şubat 2011), ss.351-375.

Cude, B. J., F. C. Lawrence, A. C. Lyons, K. Metzger, E. Lejeune, L. Marks ve K. Machtmes, (2006), "College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn", *Eastern Family Economics and Resource Management Association 2006 Conference*, <http://mrupured.myweb.uga.edu/conf/22.pdf> (19 Şubat 2011), ss.102-109.

Cummins, M.M., J.H. Haskell ve S.J.Jenkins, (2009), “Financial Attitudes and Spending Habits of University Freshmen”, *Journal of Economics and Economic Education Research*, C.10, S.1, USA, ss.3-20.

Çakır, A., (2002), *Türkiye’de Kredi Kartlarının Ekonomi Üzerindeki Etkileri ve Kullanımına İlişkin Bir Araştırma*, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Çavuş, M. F., (2006) “Bireysel Finansmanın Temininde Kredi Kartları: Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.15, Konya, ss.173-189.

Çeker, M., (1997), *Kredi Kartı Uygulaması ve Özel Hukuk Açısından Kredi Kartının Hukuka Aykırı Kullanımı*, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara.

Çelik, H., (2005), *İnternet Bankacılığı Hizmetlerinde Bireysel Müşteriler Tarafından Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bir Modelin Geliştirilmesi*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kütahya.

Çırpan, B., (2000), *Kredi Kartları: Takas (Uluslararası İşlemler)*, Ceren Yayıncılık, Bursa.

Doğruel F. ve A. S. Doğruel, (2005), *Türkiye'de Enflasyonun Tarihi*, TCMB ve Türk Tarih Vakfı Yayını.

Durkin, T.A., (2000), "Credit Cards: Use and Consumers Attitudes:1970-2000", [Electronic Version], *Federal Reserve Bulletin*, C.84, (15 Aralık 2010), *September*, ss.623-634.

Durukan, T., H., Elibol ve M. Özhavzalı, (2005), "Kredi Kartlarındaki Taksit Uygulamasının Tüketicinin Harcama Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma (Kırıkkale İli Örneği)", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.13, Konya, ss.143-153.

Durvasula, S. ve S. Lysonski, (2007), "Money Attitudes, Materialism and Achievement Vanity: An Investigation of Young Chinese Consumers' Perceptions", *International Marketing Conference on Marketing & Society*, IIMK, (8-10 April 2007), *Consumer Markets & Marketing*, ss.497-499.

Durvasula, S. ve S. Lysonski, (2010), "Money, money, money – how do attitudes toward money impact vanity and materialism? – the case of young Chinese consumer", *Journal of Consumer Marketing*, C.2, S.2, USA, ss.169-179.

Economides, N., (2008), "Competition Policy Issues in The Consumer Payments Industry", *New York University Law and Economics Working Papers*, S.163, http://lsr.nellco.org/nyu_lewp/163 (11 Mart 2010), ss.1-20.

Ekinci, M., (2006), *Açıklamalı Gerekçeli 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu*, Adalet Yayıncılık, Ankara.

Ekonomist, (2010), "Temassız Ödemeler: Bir Standart Aranıyor", *Kasım*, S.47, ss.80-82.

Erdoğan, M., (2008),“Bankacılık Sektöründe Asimetrik Bilgi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.20, Kütahya, ss.1-20.

Evans, D.S., (2003), “It Takes Two to Tango: The Economics of Two-Sided Markets” , *The Payment Card Economics Review*, S.1, USA, ss.1-12

Evans, D.S. ve R., Schmalensee, (2004), “Joint Venture Membership: Visa & Discover Card (1993)”, *The Payment Card Economics Review*, The Industry and Its Legal Challenges, S.2, USA, ss.97-122.

France-Massey, T., (2007), “New Opportunities For Smarter Smart Cards”, *Card Technology Today*, C.19, S.7-8, July/August, Elsevier, ss.13.

Freedman R. D. ve S. Simon, (1998), “*American Express (B)*”, New York University, Stern School of Business, http://www.stern.nyu.edu/mgt/private_file/mo/rfreedma_ca/american_express_b.pdf (5 Eylül 2010), ss.1-18.

Furnham, A., (1996), “Attitudinal Correlates and Demographic Predictors of Monetary Beliefs and Behaviors , *Journal of Organizational Behavior*, S.17, John Wiley & Sons Inc., London, U.K., ss.375-388.

Gerbing, D.W. ve J.C. Anderson, (1988), “An Updated Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessment”, *Journal of Marketing Research*, John Wiley & Sons Inc., C.25, May, ss.186-92.

Girginer, N., A. Erken Çelik ve N. Uçkun, (2008), “Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kredi Kartı Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.8, S.1, Eskişehir, ss.193-208.

Goyal, A., (2008), "Managing Perceived Risk For Credit Card Purchase Through Supplementary Services", *Journal of Financial Services Marketing*, C.12, S.4, Palgrave Macmillan Ltd., UK, ss. 331–345.

Göllü, G., (2009), *Essays On A Two-Sided Market: Credit Card Market In Turkey*, Boğaziçi Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Guseva, A., (2005), “Building New Markets: A Comparison Of The Russian And American Credit Card Markets”, *Socio-Economic Review*, S.3, Boston University, USA, ss.437–466.

Hafalir İncekara, E. ve G.F. Loewenstein, (2009), “The Impact of Credit Cards on Spending: A Field Experiment”, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1378502> (7 Mart 2011), Working Paper Series, ss. 1-24.

Hayashi, F., R.Sullivan ve S.E., Weiner, (2003), *A Guide to the ATM and Debit Card Industry*, Payments System Research Department, Federal Reserve Bank of Kansas City, Missouri, USA.

Hayhoe, C. R., L. Leach, ve P. R., Turner, (1999), “Discriminating The Number Of Credit Cards Held By College Students Using Credit And Money Attitudes,” *Journal of Economic Psychology*, S.20, Elsevier, ss.643- 656.

Hoşlan, Ö.C., (2007), *Kredi Kartı Hamilinin Hukuki Durumu*, İstanbul Üniversitesi Özel Hukuk Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Huchzermeier, A. ve L.V.Heyden, (2007), “What Are Visa and MasterCard For and Who Are They Really Serving?”, *International Commerce Review*, C.7, S.1., Springer, ss.54-59.

Hunt, R. (2003), "An Introduction to the Economics of Payment Card Networks", *Review of Network Economics*, C.2, S.2, Research Department Federal Reserve Bank of Philadelphia, ss. 80-96.

Huq, M., N. ve I.J., Tania, (2005), “Measurement of Consumer Satisfaction of Credit Card Users”, *Stamford Journal of Business Studies*, C.1, S.2, Bangladesh, ss.1-6.

Hyytinen, A. ve T. Takalo, (2008), “Consumer Awareness And The Use Of Payment Media: Evidence From Young Finnish Consumers”, *Bank of Finland Research Discussion Papers*, S.2, Helsinki, ss.3-33.

Işın, F.B., (2006), “Teknoloji Araçlarının Bankacılık Sektöründe Uygulanabilirliği ve Türkiye’de Bu Doğrultudaki Bankacılık Uygulamalarının Değerlendirilmesi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, C.20, S.2, Erzurum, ss.107-120.

İslamoğlu, A. H. ,(2008) , *Pazarlama Yönetimi*, Dördüncü Baskı, Beta Basım, İstanbul.

İşgüzar, H., (2003), *Banka Kredi Kartı Sözleşmeleri*, Yetkin Yayınları, Ankara.

Kacen, J.J. ve J.A. Lee, (2002), “The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior”, *Journal Of Consumer Psychology*, C.12, S.2, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah New Jersey London, ss. 163-176.

Kalaycı, Ş., (Ed.), (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayıncılık, Ankara.

Karamustafa, K. ve D.M., Biçkes, (2003), “Kredi Kartı Sahip Ve Kullanıcılarının Kredi Kartı Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Nevşehir Örneği”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.2, S.15, Kayseri, ss. 91-113.

Kaya, F., (2008), *Kredi Kartları ve Bireysel Müşterilerin Kredi Kartı Tercihine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans ve Bankacılık Anabilim Dalı , Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Kaya, F., (2009a), *Kredi Kartları 5464 Sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu İlaveli*, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Kaya, F., (2009b), *Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması* , [Electronic Version], TBB Yayınları, No:26., <http://www.tbb.org.tr/Dosyalar/Yayinlar/Dokumanlar/263.pdf>, (7 Kasım 2010), İstanbul.

Kırçova, İ., (2007), *Kredi Kartı Kullanımının Tüketici Alışkanlıklarına ve Alışverişlerin Yer, Zaman ve Marka Tercihlerine Etkisi*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 2007-9, İstanbul.

Kızgın, Y., (2009), “Tüketicilerin Kredi Kartı Marka Tercih Nedenlerinin Kümeleme Analizi İle İncelenmesi: Muğla Örneği”, *Celal Bayar Üniversitesi S.B.E.Dergisi*, C.7, S.2, Manisa, ss.93-110.

Kızılot, Ş., C.Kılıç ve İ.Tokatlıoğlu, (2010), “Kartlı Ödeme Sistemleri Ekonomik Katkıları Raporu ve 2008 Krizinde Kartlı Ödeme Sistemlerinin Olumlu Etkileri”, *Gazi Üniversitesi Maliye-Vergi Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayını*, <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.aspx> (20 Ekim 2010).

Kirdaban, M., İ., (2005), *Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler ve Ödeme Sistemlerinin Finansal Sistem İstikrarı Üzerindeki Etkileri*, T.C. Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Ankara.

Kurtuluş, K. ve S.Nasır, (2006), “Consumer Behavior of Credit Card Users in an Emerging Market”, *6th Global Conference on Business & Economics*, (15-17 Ekim 2006), ISBN: 0-9742114-6-X, Gutman Conference Center, USA, ss.1-15.

Li, T. ve P. Tang, (1995), "The Development of A Short Money Ethic Scale: Attitudes Toward Money and Pay Satisfaction Revisited", *Pergamon, Personal Individual Diff., C.19, S.6, Elsevier Science*, Great Britain, ss.809-816.

Mas, I. ve S. Rotman, (2008), "Going Cashless at the Point of Sale: Hits and Misses in Developed Countries", *Focus Note*, S.51, CGAP Publications, December, USA, ss.1-25.

MasterCard Worldwide, *All About Payment Cards*, http://www.mastercard.com/us/company/en/docs/All_About_Payment_Cards.pdf(1 Eylül 2010).

MasterCard, (2009), Annual Report, http://www.mastercard.com/us/company/en/newsroom/annual_report/mastercard_annual_report_2009.pdf (10 Eylül 2010).

Medina, J.F., J. Saegert ve A. Gresham, (1996), "Comparison of Mexican-American and Anglo-American Attitudes Toward Money", *The Journal of Consumer Affairs*, C.30, S.1, Blackwell Publishing, USA, ss.124-145.

Mishkin, F.S., (1992), *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*, Third Edition, Harper Collins Publishers, Columbia University, United State of America.

Morse, E.A ve V., Raval, (2008), "PCI DSS:Payment Card Industry Data Security Standarts In Context", *Computer Law and Security Report*, C.24, S.6, Elsevier Publishing, ss. 540-554.

Munro, J.L., (1997), *An Examination of the Credit Card Payment Practices of College Students*, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Master Of Arts In Education Thesis, Blacksburg, Virginia.

Norvitis, J.M., T.M. Osberg, P.Young, M.M. Mervin, P.V.Roehling ve M.M.Kamas, (2006), "Personality Factors, Money Attitudes, Financial Knowledge and Credit-Card Debt in College Students", *Journal of Applied Social Psychology*, C.36, S.6, Blackwell Publishing, ss.1395-1413.

OECD, (2006), "Competition and Efficient Usage of Payment Cards", Policy Round Tables, Competititon Law& Policy, www.oecd.org/dataoecd/0/30/39531653.pdf (14 Aralık 2010).

O'Guinn, T. C. ve R. J.Faber, (1989), "Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration", *Journal of Consumer Research*, September, C.16, S.2, ABI/INFORM Global, ss.147-157.

- Parasız, İ.,(1997), *Para Banka ve Finansal Piyasalar*, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Paya, M., (1997), *Para Teorisi ve Para Politikası*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Reisoğlu, S., (2004), “Banka Kredi Kartları ve Uygulama Sorunları”, *Bankacılar Dergisi*, S.49, İstanbul, ss.100-123.
- Rekabet Kurumu, (2009), Tüm Kartları Kabul Kuralına ilişkin Sektör Araştırması Raporu http://www.rekabet.gov.tr/dosyalar/images/file/4_Daire/Kart_sektor.pdf (12 Ekim 2010).
- Robb, C. A. ve D. L. Sharpe, (2009), "Effect of Personal Financial Knowledge on College Students' Credit Card Behavior", *Journal of Financial Counseling and Planning*, C.20, S.1, Association for Financial Counseling and Planning Education, ss.25-43.
- Roberts, J.A. ve E. Jones, (2001), “Money Attitudes, Credit Card Use and Compulsive Buying Among American College Students”, *The Journal of Consumer Affairs*, C.35, S. 21, The American Council on Consumer Interests, ss.213-240.
- Sabri, F. M., C. R. Hayoe ve G.L. Ai, (2006), “Attitudes, Values and Belief Towards Money: Gender and Working Sector Comparison”, *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.*, C.14, S.2, Universiti Putra Press, Malaysia, ss.121-130.
- Sarfati, M., (2005), "Rasyonalite ve Neoklasik Kuram", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, C.16, S.57, Ankara, ss.103-130.
- Schafer, R.B ve J.L. Tait, (1986), “A Guide For Understanding Attitudes And Attitude Change”, *Bulletin of the North Central Region Extension Sociology Committee*, S. 138, North Central Region Extension Publication, Clarence Cuningham, ss.1-11.
- Sienkiewicz, S., (2001), “Credit Cards and Payment Efficiency”, *Federal Reserve Bank of Philadelphia, Payment Card Centre , Discussion Paper, August*, ss.1-13.
- Sirbu, M.A., (1997), “Credits And Debits On The Internet”, *IEEE Spectrum Journals*, XXXVI , S.2, [Electronic Version, Digital Object Identifier: 10.1109/6.570823], (11 Aralık 2010) , ss. 23 – 29.
- Sugözü, H., E. Polat ve B. Solak, (2010), "Türkiye’de Kredi Kartlarının Yaygınlaşmasının Makro Ekonomik Göstergeler Üzerine Etkileri", 8. *Uluslararası Türk*

Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, (9-13 Haziran 2010), www.iibf.sirnak.edu.tr/indir.php?id=PoyOcxKO.pdf (12 Kasım 2010), Calal-Abad Kırgızistan, ss.1-15.

Şakar, H., (2001), *Bankalarda Kredilendirme Teknikleri*, Strata Yayıncılık, İstanbul.

TBB, (2008), *Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yararlı Bilgiler*, [Electronic Version], TBB Yayınları, S.257, <http://www.tbb.org.tr/Dosyalar/Yayinlar/Dokumanlar/2bankakartlari.pdf>, (5 Kasım 2010), İstanbul.

TBMM, (2006), 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu, <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5464.html> (4 Eylül 2010).

T.C. Resmi Gazete, (26 Ocak 1970), 1211 Sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu, S.13409, <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/13409.pdf> (5 Şubat 2011).

T.C. Resmi Gazete, (8 Mart 1995), 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, S.22221, <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22221.pdf> (5 Şubat 2011).

T.C. Resmi Gazete, (1 Mart 2006), 5464 Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu, S.2695, <http://rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2006/03/20060301.htm> (2 Eylül 2010).

T.C. Resmi Gazete, (7 Temmuz 2009), 5911 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, S.27281, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090707.htm> (25 Ocak 2011).

TCMB, (2009), *Finansal İstikrar Raporu*, S.8, <http://www.tcmb.gov.tr> (13 Ekim 2010).

TCMB, (2010), *Finansal İstikrar Raporu*, S.11, <http://www.tcmb.gov.tr> (11 Ocak 2011).

Teoman, Ö., (1996), *Hukuki Yönden Kredi Kartı Uygulaması*, Beta Yayıncılık, İstanbul.

The Nilson Report, (2010), “Largest Payment Card Issuers Worldwide”, April, <http://www.nilsonreport.com/largestissuers/7pages.htm> (6 Kasım 2010).

Torlak, Ö., (2002), “Kredi Kartı Kullanımının Satın Alma Alışkanlıklarına Etkileri Üzerine Eskişehir’de Bir Araştırma”, *Yönetim/İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, Yıl 13, S.41, İstanbul, ss.67-78.

Tugay, O.ve N.Başgöl, (2007), “Önemli Bir Finansman Kaynağı Olarak Kredi Kartları: Kredi Kartlarının Kart Sahiplerinin Harcamaları Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Burdur İlinde Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.12, S.3, Isparta, ss.215-226.

Tunalı, H.F. ve Y.Taloğlu, (2010), “Factors Affecting Credit Card Uses: Evidence From Turkey Using Tobit Model”, *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, Issue 23, EuroJournals Inc., ss.81-101.

Tunçez, A., (2010), *Essays On Consumer Behavior In The Turkish Credit Card Market*, Boğaziçi Üniversitesi, Institute for Graduate Studies in the Social Sciences, Master of Arts In Economics, Unpublished Postgraduate Thesis, İstanbul.

Uzungören, N. ve G.Ceylan, (2007), “Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Model Çalışması”, *Yönetim ve Ekonomi / Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.14, S.2, Manisa, ss.247-256.

Uzunlar, E., (1994), “Uluslar arası Kredi Kartları ve Türkiye’deki Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.10, S.3-4, Erzurum, ss.29-39.

Ünay, C., (1997), *Genel İktisat*, Ekin Kitabevi, Bursa.

Visa, (2009), *Annual Report*, <http://investor.visa.com/phoenix.zhtml?c=215693&p=proxy> (14 Kasım 2010).

Visa, (2010), *European Spending Trends Report*, http://www.visaeurope.com/en/making_money_flow.aspx?utm_source=Press_releaseutm_medium=PDF&utm_campaign=spending_index_PR (13 Kasım 2010).

Yamauchi, K. T. ve D.I. Templer, (1982), “The Development of a Money Attitude Scale”, *Journal of Personality Assessment*, C.46, S.5, Fresno California, ss.522-528.

Yang, B. ve D. Lester, (2008), " Reflections On Rational Choice-The Existence Of Systematic İrrationality", *The Journal of Socio-Economics, Behavioral Dimensions of the Firm Special Issue* , C.37, S.3, Elsevier, ss.1218-1233.

Yeniçeri, T. ve U. Akturan, (2007), "Kredi Kartını Bilinçli Kullanan ve Kullanmayan Tüketicileri Ayırmada Kullanılabilecek Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Pilot Araştırma", *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.25, S.2, Ankara, ss.243-266.

Yereli, A.B. ve A.F.Koç, (2010), “Kredi Kartları Piyasasında Takas Komisyonunun Kamu Düzenlemesine Tabi Tutulması”, *Rekabet Ekonomisi ve Politikası Sempozyumu III (REPS-III)*, (8-9 Ekim 2010), Pamukkale Üniversitesi İ.İ.B.F., Denizli, ss.1-43.

Yetim, S., (1997), *Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri*, Sermaye Piyasası Kurulu, Yayın no:69, Ankara.

Yılmaz, V., G. Karpat Çatalbaş ve H.E.Çelik, (2009a), “Kredi Kartı Kullanma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeliyle Araştırılması”, *TBB Bankacılar Dergisi*, S.68, İstanbul, ss.20-29.

Yılmaz, V., C., Aktaş ve M., Arslan, (2009b), “Müşterilerin Kredi Kartlarına Olan Tutumlarının Çoklu Regresyon ve Faktör Analizi İle İncelenmesi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.12, S.22, Balıkesir, ss.127-139.

Yılmaz, E., (2000), *Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Yılmazkuday H. ve M. E.Yazgan, (2009), Effects Of Credit And Debit Cards On The Currency Demand", *Applied Economics*, C.41, S.17, ss. 2115 -2123.

Warwick, J. ve P. Mansfield, (2000), “Credit Card Consumers: College Students' Knowledge And Attitude”, *Journal Of Consumer Marketing*, C.17, S.7, MCB University Press, ss. 617-626.

Wang, L., W. Lu ve N.K. Malhotra, (2011), “Demographics, Attitude, Personality And Credit Card Features Correlate With Credit Card Debt: A View From China”, *Journal of Economic Psychology*, C.32, S.1, ss.179-193.

Welch, P., (2007), “UK credit cards – An Industry In Decline?”, *Payment Cards and Mobile*, BankEcon Report, April, www.paymentscardsandmobile.com/research/.../Credit-card-report.pdf (11 Ekim 2010).

Wolters, T., (2000), “Carry Your Credit In Your Pocket:The Early History of the Credit Card at Bank of America and Chase Manhattan”, *Enterprise & Society, Business History Conferencess*, , Oxford University Press, C.1, S.2, ss.315-354.

http://www2.americanexpress.com.tr/pages2/american_express_ve_garanti_hakkinda.htm, (5 Kasım 2010).

www.americanexpress.com.tr (10 Kasım 2010)

www.bkm.com.tr/basinbultenleri.aspx (20 Eylül 2010)
www.bkm.com.tr/kurulus.html (5 Eylül 2010).
www.bddk.gov.tr (15 Kasım 2010).
<http://www.bddk.org.tr/bankabilgileri/kredibilgileri.aspx> (3 Ocak 2011)
<http://www.bkm.com.tr/odeme-sistemleri.aspx>(14 Kasım 2010).
<http://www.bkm.com.tr/takas-komisyonlari.aspx> (23 Kasım 2010)
<http://www.bkm.com.tr> (10 Ocak2011).
<http://corporate.visa.com/about-visa/our-business/history-of-visa.shtml> (5 Eylül 2010)
<http://corporate.visa.com/about-visa/our-business-index.Shtml> (14 Kasım 2010)
Denizbank Örnek Üye İşyeri Sözleşmesi, <http://www.denizbank.com.tr> (7 Kasım 2010)
<http://dinersclubinternational.com/about-us.html> (13 Kasım 2010)
http://www.emo.org.tr/ekler/2e4460a2c628533_ek.pdf, (18 Ocak 2011)
http://www.emvco.com/about_emv.aspx#foot(21 Ocak 2011).
<http://www.garantiodemesistemleri.com>, (11 Kasım 2010)
<https://www.jcbinternational.com/htm/about/brief.html> (13 Kasım 2010)
<http://www.kkb.com.tr/tr/index.asp#> (5 Kasım 2010)
<http://www.mastercard.com/us/company/en/ourcompany/companymilestones.html> (10 Eylül 2010).
Yeniden Yapılandırılan Kredi Kartları İle İlgili İstatistikler
http://www.tbb.org.tr/tr/Arastirma_ve_Yayinlar/Dosyalar.aspx (17 Şubat 2011).
<http://www.tcmb.gov.tr/yeni/osi/I1Tr.htm> (02 Kasım 2010)
<http://www.tcmb.gov.tr/> (11 Ocak 2011).
<http://www.tcmb.gov.tr/yeni/duyuru/2010/DUY2010-67.htm> (17 Aralık 2010).
<http://www.visa.com.tr/basinodasi/visahakkindabilgiler/main.jsp> (14 Kasım 2010).

EKLER

EK 1: 9-15 Şubat 2011 Tarihleri Arasında Yapılan Pilot Çalışma Anket Formu

KREDİ KARTI KULLANIMI ANKET FORMU

Bu araştırma, Bilecik Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülen bir tez çalışması için yapılmaktadır. Yardım ve katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Gamze Sancar Budak
Bilecik Üniversitesi
İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Kaç adet kredi kartınız var?

Hiç (Cevabınız hiç ise anket formunu doldurmayınız!)

Bir İki Üç ve daha fazla

2. Sahip olduğunuz kredi kartınızın türü: Ek kart Asli kart (şahsıma düzenlenmiş)

Açıklama: Aşağıdaki tabloda yer alan ifadeleri, sıklık derecesi size uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak değerlendiriniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
3. Harcamalarımı bütçeme göre ayarlarım.	1	2	3	4	5
4. Harcama yaparken aldığım ürünlerin fiyatına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
5. Önemli olmayan harcamalarımı ertelerim.	1	2	3	4	5
6. Harcama yaparken borçlanmamaya dikkat ederim.	1	2	3	4	5
7. Harcamalarımı önceden planlarım.	1	2	3	4	5
8. Bence kredi kartı kullanmak diğer tüketici finansman imkânlarına (tüketici kredisi, ihtiyaç kredisi vb.) göre daha az maliyetlidir.	1	2	3	4	5
9. Kredi kartı kullanmak alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellemez.	1	2	3	4	5
10. Kredi kartı kullanmak harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellemez.	1	2	3	4	5
11. Kredi kartı kullanmak aşırı borçlanmama neden olmaz.	1	2	3	4	5
12. Bence kredi kartı kullanmak gereğinden fazla harcama yapmaya yol açmaz.	1	2	3	4	5
13. Nakit taşımaya nazaran daha güvenli bulduğum için kredi kartı kullanırım.	1	2	3	4	5
14. Kredi kartını bankaların para puan, kasada indirim, vb. kampanyalarından yararlanmak için kullanırım.	1	2	3	4	5
15. Harcamalarımı taksitlendirme özelliği olduğu için kredi kartı kullanırım.	1	2	3	4	5
16. Kredi kartını borçlarımı erteleme (öteleme) imkanı verdiği için kullanırım.	1	2	3	4	5
17. Acil durumlarda nakit sıkıntımı giderebildiği için kredi kartı kullanırım.	1	2	3	4	5
18. Kredi kartı harcamalarımı ve borcumu gösteren hesap ekstresi, banka tarafından düzenli olarak adresime/e-posta adresime gönderiliyor.	1	2	3	4	5
19. Hesap ekstresinin arkasında yer alan açıklamalar yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
20. Kredi kartına ilişkin sorularına banka tarafından hızla cevap veriliyor.	1	2	3	4	5
21. Kredi kartlarına getirilen yasal düzenleme ve değişiklikler hakkında bankaca bilgilendiriliyorum.	1	2	3	4	5
22. Bankaların internet sitesinde yer alan, kredi kartı kullanımı hakkındaki açıklamalar yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
23. Kredi kartı edinirken banka tarafından bana verilen sözleşmeyi ayrıntısıyla inceledikten sonra imzalarım.	1	2	3	4	5
24. Kredi kartımdan/kartlarımdan nakit kullanacağım, geri öderken katlanacağım maliyeti önceden hesaplarım.	1	2	3	4	5
25. Kredi kartı borcumun ne kadar geleceğini önceden hesaplarım.	1	2	3	4	5
26. Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundururum.	1	2	3	4	5
27. Her ay kredi kartı borç ekstremi (hesap özeti) dikkatle inceler, kontrol ederim.	1	2	3	4	5
28. Kredi kartı borcumu işletilecek olan faiz oranlarını düzenli olarak takip ederim.	1	2	3	4	5

EK 1 (Devam)

29. Yaş _____ (Lütfen Yazınız!)

30. Cinsiyet : Kadın Erkek

31. Medeni Hal : Bekâr Evli

32. Eğitim Düzeyi: İlköğretim Lise Ön Lisans
Lisans Yüksek Lisans Doktora

33. Şuan bir işte çalışıyor musunuz?

Evet Hayır

34. Meslek Bilgisi:

Akademik Personel
Memur Öğrenci
İşçi Öğretmen Emekli
Diğer _____ (Yazınız!)

35. Kaç yıldır kredi kartınız var?

0-1 yıl 2-3 yıl 4 yıl ve üzeri

36. Aylık Gelir:

0 – 500
501 – 1000
1001 – 2000
2001 – 5000
5001 ve üzeri

37. Kredi kartı limitiniz:

0 – 500
501 – 1000
1001 – 2000
2001 – 5000
5001 ve üzeri

38. Size ait kredi kartını başkalarına (aile üyeleri, arkadaş, vs.) kullanıyormusunuz?

Evet Hayır

39. Aylık ortalama kredi kartı borç tutarı:

0 – 500
501 – 1000
1001 – 2000
2001 – 5000
5001 ve üzeri

40. Aylık ortalama kredi kartı kullanım sıklığı:

3'ten az 7-10 kez
3-6 kez 10'dan fazla

41. İnternet ortamında kredi kartı kullanıyor musunuz?

Evet Hayır

42. Birikmiş kredi kartı borçlarının tek bir kredi kartı hesabında toplanması ve taksitle ödenmesine imkan veren “**Borç Transferi**” hizmetinden hiç yararlandınız mı?

Evet Hayır

43. Aylık kredi kartı borcunuzun genellikle ne kadarını ödüyorsunuz? (En sık yaptığımız ödeme türünü düşünerek, **tek seçenek isaretleyiniz** !)

Asgari tutarını öderim
Asgari tutar altında ödeme yaparım
Tamamını öderim
Ödeyemiyorum

EK 2: 21-25 Şubat Tarihleri Arasında Yapılan Pilot Çalışma Anket Formu

KREDİ KARTI KULLANIMI ANKET FORMU

Bu araştırma, Bilecik Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülen bir tez çalışması için yapılmaktadır. Yardım ve katkılarımızdan dolayı teşekkür ederiz.

Gamze Sancar Budak

Bilecik Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Kaç adet kredi kartınız var?

Hiç (Cevabınız hiç ise anket formunu doldurmayınız!)

Bir İki Üç ve daha fazla

2. Sahip olduğunuz kredi kartınızın türü: Ek kart Asli kart (şahsına düzenlenmiş)

Açıklama: Aşağıdaki ifadeleri, sıklık derecesi size uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak değerlendiriniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
3. Kredi kartı kullanmak aşırı borçlanmama neden olmaz.	1	2	3	4	5
4. Kredi kartı kullanmak harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellemez.	1	2	3	4	5
5. Kredi kartı kullanmak alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellemez.	1	2	3	4	5
6. Bence kredi kartı kullanmak gereğinden fazla harcama yapmaya yol açmaz.	1	2	3	4	5
7. Kredi kartı kullanmak harcamalarımda düzensiz olmama neden olmaz.	1	2	3	4	5
8. Kredi kartına ilişkin sorularına banka tarafından hızla cevap veriliyor.	1	2	3	4	5
9. Hesap ekstresinin arkasında yer alan açıklamalar yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
10. Kredi kartlarına getirilen yasal düzenleme ve değişiklikler hakkında bankaca bilgilendiriliyorum.	1	2	3	4	5
11. Bankaların internet siteleri kredi kartı kullanımı hakkında yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
12. Genel olarak kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
13. Kredi kartsız yaptığım harcamaları bütçeme göre ayarlarım.	1	2	3	4	5
14. Kredi kartsız harcama yaparken aldığım ürünlerin fiyatına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
15. Kredi kartsız yapacağım harcamalarda önemli olmayan türde harcama yapmamaya çalışırım.	1	2	3	4	5
16. Kredi kartsız harcamalarımda aşırı borca girmemeye çalışırım.	1	2	3	4	5
17. Kredi kartsız yapacağım harcamalarımı önceden planlarım.	1	2	3	4	5
18. Kredi kartı borcumun ne kadar geleceğini önceden hesaplarım.	1	2	3	4	5
19. Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundururum.	1	2	3	4	5
20. Kredi kartımı diğer ödeme yöntemleriyle karşılaştırma yaptıktan sonra kullanırım.	1	2	3	4	5
21. Kredi kartımla nakit kullanırsam katlanacağım maliyeti önceden hesaplarım.	1	2	3	4	5
22. Kredi kartı borcuma işletilecek faiz oranını kontrol ederim.	1	2	3	4	5

23. Yaş _____ (Lütfen Yazınız!)

24. Cinsiyet : Kadın Erkek

25. Medeni Hal : Evli Bekâr

26. Şuan bir işte çalışıyor musunuz?

Evet Hayır

27. Kaç yıldır kredi kartınız var?

0-1 yıl 2-3 yıl 4 yıl ve üzeri

28. Eğitim Düzeyi:

İlköğretim Lise Ön Lisans
 Lisans Yüksek Lisans Doktora

29. Size ait kredi kartını başkalarına (aile üyeleri, arkadaş, vs.) kullanıyormusunuz?

Evet Hayır

30. İnternet ortamında kredi kartı kullanıyor musunuz?

Evet Hayır

EK 2 (Devam)

Açıklama: Aşağıdaki ifadeleri, sıklık derecesi size uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak değerlendiriniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
31. İnsanların eylemlerinden çok ne kadar paraya sahip oldukları beni etkiler.	1	2	3	4	5
32. Tanıklarım bana başarı göstergesi olarak insandaki para miktarına çok önem verdiğimi söyler.	1	2	3	4	5
33. Diğer insanların benim için bir şeyler yapmalarında baskı aracı olarak parayı kullanırım.	1	2	3	4	5
34. Kendimi, benden daha çok parası olan insanlara daha fazla saygı gösteriyor gibi bulurum.	1	2	3	4	5
35. Para, sanki başarımın nihai sembolüymüş gibi davranırım.	1	2	3	4	5
36. İtiraf etmeliyim ki, diğer insanları hayran bırakacağını bildiğim için birşeyleri satın alırım.	1	2	3	4	5
37. Dürüst olmalıyım ki, diğer insanları etkilemek için hoş ve güzel şeylere sahip olurum.	1	2	3	4	5
38. Yeterli param olmadığında sinirlenme belirtileri gösteririm.	1	2	3	4	5
39. Konu paraya geldiğinde kederli bir tavır sergilerim.	1	2	3	4	5
40. Finansal olarak gelecekte güvencede olmamaktan endişe duyarım.	1	2	3	4	5
41. Kendimi iyi hissetmek için para harcarım.	1	2	3	4	5
42. İndirimli bir satış fırsatını kaçırsam bundan huzursuzluk duyarım.	1	2	3	4	5
43. Bir pazarlık fırsatını kaçırmam benim için oldukça zordur.	1	2	3	4	5
44. Ödeyip ödeyemeyeceğime bakmaksızın otomatik olarak "ben bunu ödeyemem" derim.	1	2	3	4	5
45. Büyük bir satın alma gerçekleştirdiğimde aldatılmış olma şüphesini taşıyorum.	1	2	3	4	5
46. Bir şey satın aldığım ödediğim fiyat hakkında şikayette bulunurum.	1	2	3	4	5
47. Satın aldığım ürünlerin fiyatları hakkında tartışır veya şikayette bulunurum.	1	2	3	4	5
48. Gerekli şeyler için dahi para harcamaktan çekinirim.	1	2	3	4	5
49. Bir şeyi satın aldıktan sonra, başka yerde daha ucuz alabilir miydim diye endişelenirim.	1	2	3	4	5
50. Başka bir yerde daha ucuz olanına sahip olabileceğimi keşfettiğimde bu beni üzer.	1	2	3	4	5

51. Meslek Bilgisi:

- Akademik Personel
 Memur Öğrenci
 İşçi Öğretmen Emekli
Diğer _____ (Yazınız!)

52. Aylık Gelir:

- 0 – 500
 501 – 1000
 1001 – 2000
 2001 – 5000
 5001 ve üzeri

53. Kredi kartı limitiniz:

- 0 – 500
 501 – 1000
 1001 – 2000
 2001 – 5000
 5001 ve üzeri

54. Aylık ortalama kredi kartı kullanım sıklığı:

- 3'ten az 7-10 kez
 3-6 kez 10'dan fazla

55. Aylık ortalama kredi kartı borç tutarı:

- 0 – 500
 501 – 1000
 1001 – 2000
 2001 – 5000
 5001 ve üzeri

56. Birikmiş kredi kartı borçlarınızın tek bir kredi kartı hesabında toplanması ve taksitle ödenmesine imkan veren "Borç Transferi" hizmetinden hiç yararlandınız mı?

- Evet Hayır

57. Aylık kredi kartı borcunuzun genellikle ne kadarını ödüyorsunuz? (En sık yaptığımız ödeme türünü düşünerek, **tek seçenek işaretleyiniz!**)

- Asgari tutarımı öderim
 Asgari tutar altında ödeme yaparım
 Tamamını öderim
 Ödeyemiyorum

EK 3: 9-25 Mart 2011 Tarihleri Arasında Uygulanan Nihai Anket Formu

KREDİ KARTI KULLANIMI ANKET FORMU

Bu araştırma yüksek lisans tez çalışmamızda kullanılacaktır. Yardımlarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Gamze Sancar Budak (Bilecik Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi)

1. Kaç adet kredi kartınız var? Hiç (Cevabınız hiç ise anket formunu doldurmayınız!)

Bir İki Üç ve daha fazla

2. Sahip olduğunuz kredi kartınızın türü: Ek kart Asli kart (şahsına düzenlenmiş)

Açıklama: Aşağıdaki ifadeleri, sıklık derecesi size uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak değerlendiriniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
3. Kredi kartı kullanmak aşırı borçlanmama neden olmaz.	1	2	3	4	5
4. Kredi kartı kullanmak harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellemez.	1	2	3	4	5
5. Kredi kartı kullanmak alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamı engellemez.	1	2	3	4	5
6. Bence kredi kartı kullanmak gereğinden fazla harcama yapmaya yol açmaz.	1	2	3	4	5
7. Kredi kartı kullanmak harcamalarımı düzensiz olmama neden olmaz.	1	2	3	4	5
8. Bankanın gönderdiği hesap ekstresindeki yer alan açıklamalar yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
9. Kredi kartına ilişkin sorularına banka tarafından hızlı cevap veriliyor.	1	2	3	4	5
10. Kredi kartlarına getirilen yasal düzenleme ve değişiklikler hakkında bankaca bilgilendiriliyorum.	1	2	3	4	5
11. Bankaların internet siteleri kredi kartı kullanımı hakkında yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
12. Genel olarak kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici oluyor.	1	2	3	4	5
13. Kredi kartı yapmadığım harcamaları bütçeme göre ayarlarım.	1	2	3	4	5
14. Kredi kartı yaparken aldığım ürünlerin fiyatına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
15. Kredi kartı yapacağım harcamalarda önemli olmayan türde harcama yapmamaya çalışırım.	1	2	3	4	5
16. Kredi kartı yaparken aldığım ürünlerin fiyatına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
17. Kredi kartı yapacağım harcamalarımı önceden planlarım.	1	2	3	4	5
18. Kredi kartı borcumun ne kadar geleceğini önceden hesaplarım.	1	2	3	4	5
19. Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundururum.	1	2	3	4	5
20. Kredi kartımı diğer ödeme yöntemleriyle karşılaştırma yaptıktan sonra kullanırım.	1	2	3	4	5
21. Kredi kartımla nakit kullanırsam katlanacağım maliyeti önceden hesaplarım.	1	2	3	4	5
22. Kredi kartı borcumu işletilecek faiz oranını kontrol ederim.	1	2	3	4	5
23. Kredi kartımla alışveriş yapacağım önceki taksitlerimi göz önünde bulundururum.	1	2	3	4	5

24. Yaş _____ (Lütfen Yazınız!)

25. Cinsiyet : Kadın Erkek

26. Medeni Hal : Evli Bekâr

27. Kaç yıldır kredi kartınız var?

0-1 yıl 2-3 yıl 4 yıl ve üzeri

28. Eğitim Düzeyi:

İlköğretim Lise Ön Lisans

Lisans Yüksek Lisans Doktora

29. Size ait kredi kartını başkalarına (aile üyeleri, arkadaş, vs.) kullanıyormusunuz?

Evet Hayır

30. İnternet ortamında kredi kartı kullanıyor musunuz? Evet Hayır

31. Kredi kartı borcunuzu ödemek için hiç bankadan borç aldınız mı? Evet Hayır

32. Kredi kartı borcunuzu ödemek için hiç arkadaş veya akrabanızdan borç aldınız mı? Evet Hayır

33. Kredi kartı borcunuz nedeniyle hiç temerrüde düştinüz mü? Evet Hayır

34. Kredi kartı hesap ekstrenizi nasıl ödüyorsunuz?

Otomatik ödeme talimatıyla ATM'den

Banka şubesinden İnternette

Lütfen arka sayfaya geçiniz >

EK 3 (Devam)

Açıklama: Aşağıdaki ifadeleri, sıklık derecesi size uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak değerlendiriniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
35. İnsanların başarısını eylemlerine göre yargılamam gerektiği halde, ne kadar paralarının olduğu beni daha çok etkiler.	1	2	3	4	5
36. Tanıdıklarım bana bir insanın başarı göstergesi olarak ondaki para miktarına çok vurgu yaptığını söylerler.	1	2	3	4	5
37. Diğer insanların benim için bir şeyler yapmalarında baskı aracı olarak parayı kullanırım.	1	2	3	4	5
38. Kendimi, benden daha çok parası olan insanlara daha fazla saygı gösteriyor gibi bulurum.	1	2	3	4	5
39. Para, sanki başarımın nihai sembolüymüş gibi davranırım.	1	2	3	4	5
40. İtiraf etmeliyim ki, diğer insanları hayran bırakacağımı bildiğim için birşeyleri satın alırım.	1	2	3	4	5
41. Dürüst olmalıyım ki, diğer insanları etkilemek için hoş ve güzel şeylere sahip olurum.	1	2	3	4	5
42. Yeterli param olmadığında sinirlenme belirtileri gösteririm.	1	2	3	4	5
43. Konu paraya geldiğinde kederli bir tavır sergilerim.	1	2	3	4	5
44. Finansal olarak gelecekte güvencede olmamaktan endişe duyarım.	1	2	3	4	5
45. Para harcamak kendimi daha iyi hissetmemi sağlar.	1	2	3	4	5
46. İndirimli bir satış fırsatını kaçırsam bundan huzursuzluk duyarım.	1	2	3	4	5
47. Pazarlık yapmadan bir şey satın almam.	1	2	3	4	5
48. Ödeyebilecek bile olsam, otomatikman "bunu ödeyemem" derim.	1	2	3	4	5
49. Büyük bir satın alma gerçekleştirdiğimde aldatılmış olma şüphesini taşıırım.	1	2	3	4	5
50. Bir şey satın aldığımda ödediğim fiyat hakkında şikayette bulunurum.	1	2	3	4	5
51. Satın aldığım ürünlerin maliyeti hakkında tartışır veya şikayette bulunurum.	1	2	3	4	5
52. Gerekli olan şeylerde bile para harcamaya karşı bir tereddüt duyarım.	1	2	3	4	5
53. Bir şeyi satın aldıktan sonra, başka yerde daha ucuza alabilir miydim diye endişelenirim.	1	2	3	4	5
54. Başka bir yerde daha ucuz olanına sahip olabileceğimi keşfettiğimde bu beni üzer.	1	2	3	4	5

55. İşyerindeki pozisyonunuz nedir? (Müdür, Amir, Büro Memuru, Bilgi İşlem Memuru vb.)
_____ (Yazınız!)

56. Bu meslekteki hizmet yılınız: _____ (Yazınız!)

57. Aylık Gelir:

- 501 – 1000
 1001 – 2000
 2001 – 5000
 5001 ve üzeri

58. Kredi kartı/kartlarınızın limitlerinin toplamı:

- 0 – 500
 501 – 1000
 1001 – 2000
 2001 – 5000
 5001 ve üzeri

59. Aylık ortalama kredi kartı kullanım sıklığı:

- 3'ten az 7-10 kez
 3-6 kez 10'dan fazla

60. Aylık ortalama kredi kartı borç tutarı:

- 0 – 500
 501 – 1000
 1001 – 2000
 2001 – 5000
 5001 ve üzeri

61. Aylık kredi kartı borcunuzun genellikle ne kadarını ödüyorsunuz? (En sık yaptığımız ödeme türünü düşünerek, **tek seçenek işaretleyiniz** !)

- Asgari tutarımı öderim
Tamamını öderim
Asgari ile tamamı arasında bir miktar öderim

62. Kredi kartı kullanımı hakkında bir bilinçlendirme çalışması yapılsaydı en çok hangi konuya ağırlık verilmesini isterdiniz?

- Faiz oranları
Ekstre bilgileri
Taksitlendirme

ÖZGEÇMİŞ

Fotoğraf

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Gamze SANCAR BUDAK
Doğum Yeri ve Tarihi : Ankara, 07.09.1980

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, İktisat Bölümü
Yüksek Lisans Öğrenimi : Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme
Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri :

İş Deneyimi

Stajlar :
Projeler :
Çalıştığı Kurumlar : Ekpen Tekstil A.Ş., Denizli (2005-2007)
Bilecik Anadolu Öğretmen Lisesi (2007-2008)
Bilecik Kız Teknik ve Meslek Lisesi (2008 - 2009)

İletişim

Adres : Bilecik - Merkez
Tel : 0505 894 69 39
E-Posta Adresi : sancarg@hotmail.com

Tarih:

İmza:

