

İKİ TARAFLI PİYASALAR VE TÜRKİYE'DE KREDİ KARTLARI PİYASASININ EKONOMİK ANALİZİ

İKİ TARAFLI PİYASALAR VE TÜRKİYE'DE KREDİ KARTLARI PİYASASININ EKONOMİK ANALİZİ

Ali Fuat KOÇ

**İKİ TARAFLI PİYASALAR VE TÜRKİYE'DE KREDİ
KARTLARI PİYASASININ EKONOMİK ANALİZİ**

Dr. Ali Fuat KOÇ

ANKARA 2013

© Bu eserin tüm telif hakları
Rekabet Kurumuna aittir. 2013

© *Copyright of this book belongs to
The Turkish Competition Authority. 2013*

İlk Baskı, Ağustos 2013
Rekabet Kurumu - Ankara

*First Edition, August 2013
The Turkish Competition Authority - Ankara*

Bu kitapta öne sürülen fikirler eserin yazarına aittir;
Rekabet Kurumunun görüşlerini yansıtmaz.

*The views in this book belong to the author and
do not bind the Turkish Competition Authority.*

Bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Prof. Dr. Çağlar ÖZEL (Jüri Başkanı), Prof. Dr. Ahmet Burçin YERELİ (Danışman), Prof. Dr. Necmiddin BAĞDADIÖĞLU, Doç. Dr. Umur TOSUN ve Doç. Dr. Fuat OĞUZ'dan kurulu Tez Jürisi tarafından 28.12.2008 tarihinde kabul edilen Doktora Tezi'nin gözden geçirilmiş halidir.

This book is the revised version of the Ph. D. Dissertation approved by the Thesis Jury composed of Prof. Dr. Çağlar ÖZEL (Chairman), Prof. Dr. Ahmet Burçin YERELİ (Advisor), Prof. Dr. Necmiddin BAĞDADIÖĞLU, Assoc. Prof. Dr. Umur TOSUN and Assoc. Prof. Dr. Fuat OĞUZ on 28.12.2008 at the Graduate School of Social Sciences of the Hacettepe University.

Basımcı / Printer:
SAR Matbaacılık Basım Yayın San. Tic. Ltd. Şti.
Erciyes İşyerleri Sitesi 197. Cd. No: 9 Macunköy/ANKARA

YAYIN NO
PUBLICATION NO

0305

*Bu çalışma ilk ve en sabırlı eğitmenim
ANNEM Neziye Koç'a adanmıştır...*

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT.....	ix
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
GİRİŞ.....	xii

1. BÖLÜM İKİ TARAFLI PİYASALAR VE KAMU MÜDAHALELERİ

1.1. İKİ TARAFLI PİYASALARA İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	5
1.1.1. İki Taraflı Piyasanın Tanımı ve Temel Özellikleri.....	5
1.1.2. Platform Kavramı.....	8
1.1.3. Çoklu Erişim	9
1.1.4. İki Taraflı Piyasalarda Şebeke Etkileri.....	11
1.1.5. İki Taraflı Piyasalarda Başlangıç Aşaması; Tavuk-Yumurta Problemi	13
1.2. İKİ TARAFLI PİYASALARDA REKABET VE FİYATLAMA.....	14
1.2.1. Optimal Fiyatlama.....	14
1.2.2. Fiyatları Etkileyen Faktörler ve Fiyatlama Stratejileri.....	19
1.3. İKİ TARAFLI PİYASALARDA KAMU MÜDAHALELERİ	22
1.3.1. Piyasa Başarısızlıkları ve Kamu Müdahaleleri	22
1.3.2. İki Taraflı Piyasalara İlişkin Kamu Müdahaleleri.....	24

2. BÖLÜM İKİ TARAFLI BİR PİYASA OLARAK KREDİ KARTLARI PİYASASI

2.1. KREDİ KARTLARI PİYASASININ YAPISAL ÖZELLİKLERİ VE İŞLEYİŞİ	26
2.1.1. Genel Olarak Kredi Kartları Piyasasının İşleyişi.....	27
2.1.2. Kredi Kartının Fonksiyonları	28
2.1.3. Kredi Kartları Piyasasında Şebeke Etkileri ve Fiyatlama.....	29
2.1.4. Ödeme Yöntemleri Piyasasında Rekabet.....	30
2.1.4.1. Ödeme Aracı Tercihi	31
2.1.4.2. Ödeme Araçlarının Maliyetleri.....	32
2.2. KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARI İLE İLİŞKİLİ SORUNLAR	34
2.2.1. Takas Komisyonuna İlişkin Sorunlar.....	35
2.2.1.1. Takas Komisyonu ve Dengesiz Fiyatlama	36
2.2.1.2. Takas Komisyonu ve Aşırı Fiyatlama/Kâr	36

2.2.1.3. Takas Komisyonu ve Aşırı Kart Kullanımı	37
2.2.1.4. Takas Komisyonu ve İşyeri Ücretleri	37
2.2.1.5. Takas Komisyonu ve Bilgi Sorunları	38
2.2.1.6. Takas Komisyonunun Çok Taraflı Belirlenmesi	40
2.2.2. Tüketici Borçlanma ve İflasları	41
2.2.3. Kredi Kartı Borçlarına Uygulanan Yüksek Faiz ve Fiyat Rekabeti İlişkisi	45
2.2.4. Çapraz Sübvansiyon Sorunu, Kart Ödülleri ve Gelir Dağılımı	47
2.2.4.1. Piyasanın İki Taraflı Arasındaki Gelir Transferi	47
2.2.4.2. Kredi Kartı Kullananlar ile Başka Ödeme Aracı Kullananlar Arasındaki Gelir Transferi	48
2.2.4.3. Faiz Ödeyenler ile Diğer Kredi Kartı Kullanıcıları Arasındaki Gelir Transferi	50
2.2.4.4. Kredi Kartı Ödülleri	51
2.2.5. Üye İşyerlerine Getirilen Kısıtlamalar	55
2.2.5.1. Farklı Fiyatlandırmanın Sınırlanması ve İlave Ödeme Yasağı	56
2.2.5.2. Tüm Kartları Kabul Kuralı (TKK)	57
2.3. KREDİ KARTLARI PİYASASINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİNE İLİŞKİN TARTIŞMALAR	58
2.3.1. Ödeme Yöntemleri Piyasasındaki Optimal Denge	59
2.3.2. Kredi Kartları Piyasası ve Piyasa Başarısızlıkları	60
2.3.2.1. Rekabet Aksaklıkları	60
2.3.2.2. Kamu Malı	61
2.3.2.3. Dışsallıklar	62
2.3.2.4. Bilgi Aksaklıkları	62
2.3.2.5. Eksik Piyasalar	63
2.3.2.6. Kredi Kartı Kullanımının Makro Ekonomik Etkileri	63
2.3.3. Kamu Müdahalesi Kararı ve Düzenleme Araçları	64
2.3.3.1. Kamu Müdahalelerinin Değerlendirileceği Etkileşim Arayüzleri	64
2.3.3.2. Kamu Müdahalesine İlişkin Alternatifler	67
2.3.3.3. Kullanılacak Olan Kamu Müdahale Politikaları ve Uygulayıcılar	70
2.4. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE KREDİ KARTLARI PİYASASINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİ	72
2.4.1. Amerika Birleşik Devletleri	72
2.4.2. Avrupa Birliği	73
2.4.3. Avustralya	75
2.4.4. Diğer Bazı Ülke Uygulamaları	76
2.5. KREDİ KARTLARI PİYASALARINDA KAMU MÜDAHALELERİNE İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME	77

3. BÖLÜM

TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASI

3.1. TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASININ YAPISI VE İŞLEYİŞİ	79
3.2. TÜRKİYE'DE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARI İLE İLİŞKİLİ SORUNLAR	83

3.2.1. Takas Komisyonuna İlişkin Sorunlar.....	83
3.2.2. Tüketici Borçlanma ve İflasları.....	85
3.2.3. Kredi Kartı Borçlarına Uygulanan Yüksek Faiz ve Fiyat Rekabeti Eksikliği.....	89
3.2.4. Üye İşyerlerine Getirilen Kısıtlamalar.....	91
3.2.5. Çapraz Sübvansiyon Sorunu ve Gelir Dağılımı.....	92
3.3. POTANSİYEL ÇAPRAZ SÜBVANSİYON ÜZERİNE BİR HESAPLAMA.....	93
3.3.1. Model.....	96
3.3.2. Data, Varsayımlar ve Potansiyel Transfer Hesaplaması.....	97
3.3.3. Çapraz Sübvansiyonun Gelir Dağılımı Üzerine Etkisi.....	104
3.4. TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİNİN GEREKLİLİĞİNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME VE POLİTİKA ÖNERİLERİ.....	106

4. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİ

4.1. 5464 SAYILI BANKA KARTLARI VE KREDİ KARTLARI KANUNU ÇERÇEVESİNDEKİ KAMU DÜZENLEMELERİ.....	111
4.2. REKABET KURUMU MÜDAHALELERİ.....	115
4.2.1. Kredi Kartları Piyasasındaki Çok Taraflı Takas Komisyonu Konusundaki Rekabet Kurulu Kararları.....	115
4.2.2. Tüm Kartları Kabul Kuralına İlişkin Sektör Araştırması Raporu.....	121
4.3. REKABET KURUMU MÜDAHALESİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME.....	122
4.3.1. Literatür.....	124
4.3.2. Veri Seti ve Analizde Kullanılan Değişkenler.....	125
4.3.3. Modeller ve Uygulama Sonuçları.....	126
4.4. TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARINA YÖNELİK MEVCUT KAMU MÜDAHALELERİNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME.....	132
SONUÇ.....	134
KAYNAKÇA.....	136

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın her aşamasında yardımlarını esirgemeyen ve tecrübeleri ile bana rehberlik eden tez danıőmanım Prof. Dr. Ahmet Burın Yereli'ye çok teşekkür ederim. Ayrıca tez savunma jürisi üyeleri Prof. Dr. ağlar Özel, Prof. Dr. Necmiddin Bağdadioğlu, Doç. Dr. Umur Tosun ve Doç. Dr. Fuat Oğuz'a değerli katkılarından ötürü teşekkür ederim.

Ayrıca tez çalıőmalarımda yardım ve desteklerini esirgemeyen tüm çalışma arkadaşlarıma, özellikle Murat etinkaya, Salim Aydemir, Özgür Bal ve Ali Arıöz'e teşekkür ederim.

Tüm hayatım boyunca başarılarımın arkasında bulunan, bana her zaman güvenen, her konuda maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen ailemin tüm üyelerine çok teşekkür ederim.

Dr. Ali Fuat KOÇ

ÖZET

KOÇ, Ali Fuat. *İki Taraflı Piyasalar ve Türkiye’de Kredi Kartları Piyasasının Ekonomik Analizi*, Doktora Tezi, Ankara, 2012.

Bu çalışmanın amacı Türkiye kredi kartları piyasasının iki taraflı piyasa modeli çerçevesinde ekonomik analizinin gerçekleştirilerek, bu piyasadaki sorun ve aksaklıkların tespit edilmesi ve bunlara ilişkin kamu müdahalelerinin değerlendirilerek, bu konuda politika önerilerinin getirilmesidir. Türkiye’de kredi kartı kullanımının hızlı büyümesi, dünyada olduğu gibi, bazı sorun ve endişeleri beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada bu sorunlar ve piyasa başarısızlıklarının kamu müdahalesini haklı gösterebileceğine işaret edilmektedir. Ancak bu pazarın iki taraflı yapısını dikkate alan ekonomik analizlerin bu konuda etkin düzenlemelere götürebileceği unutulmamalıdır. Bu çalışma kapsamında yapılan değerlendirmeler mevcut sektörel düzenlemelerin bu pazarın iki taraflı yapısı yanında, kredi kartının ödeme aracı olma yönünü de ihmal ettiğine işaret etmektedir. Ayrıca bu düzenlemelerin işyeri tarafındaki kısıtlamaların tüketici tarafında sorunlara neden olabileceğini göz ardı ettiği öne sürülebilir. Diğer yandan Rekabet Kurumu tarafından çok taraflı takas komisyonlarına yapılan müdahalenin etkisini incelenmiş, ancak bu müdahalenin kredi kartı değişkenlerinin büyüme oranlarını etkilediğine dair açık bulgulara ulaşılamamıştır. Bu çalışma, politika yapıcılarının piyasaların etkin işleyişine odaklanarak piyasanın iki tarafındaki fiyatlama ve şeffaflaştırılması, işyerleri tarafından kredi kartlarına ilave ödeme getirilmesinin önündeki engellerin kaldırılması ve ödül programlarına bazı kısıtlamalar getirilmesi gibi piyasa başarısızlıklarını azaltacak düzenlemeleri hayata geçirmesi gerektiğini önermektedir. Böylece bu tür düzenlemeler, ödeme piyasalarının, etkin fiyat sinyallerinin oluşması ve tarafların ödeme yöntemi tercihleri ile ilişkili dışsallıklarını içselleştirmesinin temini yönünde işlemlerini sağlayabilecek ve piyasaların etkinliğini artırabilecektir.

Anahtar Sözcükler

İki taraflı piyasalar, ödeme araçları piyasası, kredi kartları piyasası, kamu müdahalesi ve düzenlemeleri, rekabet politikası, piyasa başarısızlıkları, çok taraflı takas komisyonu, işyeri kısıtlamaları, çapraz sübvansiyon.

ABSTRACT

KOÇ, Ali Fuat. *Two Sided Markets and Economic Analysis of Credit Cards Market in Turkey*, Ph. D. Dissertation, Ankara, 2012.

The purpose of this study is to identify economic problems and market failures related to credit cards market in Turkey by analyzing it within the framework of two-sided market model and to assess existing government interventions and bring policy recommendations regarding these issues. The rapid growth in the use of credit cards in Turkey has brought about some problems and concerns as it is in the world. In this study, it is pointed out that these market failures and problems may justify government interventions. On the other hand it should be noted that only economic analysis that takes into account the two-sided nature of that market can lead to efficient regulations in this area. Assessments made within the scope of this study indicate that the existing sectoral regulations neglect not only the two-sided nature of this market but also the aspect of the credit cards as a payment instrument. Besides, it could be argued that these regulations ignore the fact that restrictions on the merchant side may give rise to problems on the consumer side. On the other hand, the impact of intervention of Turkish Competition Authority in multilateral interchange fees was examined, but no clear evidence about the effect of this intervention on the growth rates of credit card variables in the market could be found. This study suggests that policymakers should focus on the efficient functioning of the markets and implement regulations that reduce market failures in the credit cards market such as by increasing transparency in pricing on both sides of the market, by removing obstacles to credit card surcharging by merchants and by bringing some restrictions on reward programs. Therefore, these kind of regulations may increase efficiency of payment markets and allow the market provide efficient price signals and ensure for parties to internalize the externalities associated with their choice of payment method.

Keywords

Two-sided markets, payment markets, credit cards market, government interventions and regulations, competition policy, market failures, multilateral interchange fees, merchant restrictions, cross subsidization.

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1- İki taraflı piyasa örnekleri.....	7
Tablo 2- Bankalarca bildirim yapılan ve TCMB negatif nitelikli ferdi kredive kredi kartları sisteminde yer alan kişi sayısı	86
Tablo 3 Çapraz sübvansiyon hesaplamasına ilişkin modelde kullanılan değişkenler	99
Tablo 4- Ödeme yöntemleri tercihleri bazında tüketici transferleri.....	103
Tablo 5- Kullanılan değişkenlere ilişkin tablo	125
Tablo 6- Kredi kartı büyüklüklerinin büyüme oranlarının regresyonu	127
Tablo 7- Kredi kartı büyüklüklerinin logaritmalarının regresyonu	128
Tablo 8- Kredi kartı büyüklüklerinin büyüme oranlarının linear spline function yöntemi kullanılarak regresyonu	130
Tablo 9- Kredi kartı büyüklüklerinin logaritmalarının linear spline function yöntemi kullanılarak regresyonu	131

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1- İki taraflı bir platform.....	9
Şekil 2- Türkiye’de hane halkı tüketimi ile kredi kartı harcamaları	80
Şekil 3- Türkiye’de yerli kartların yurt içi alışverişlerde kullanım tutarları ve kredi kartı kullanım oranları.....	82
Şekil 4- Dünyadaki banka kartı ve kredi kartı kullanım oranları.....	83
Şekil 5- Takipteki bireysel kredi kartları toplam tutarları	87
Şekil 6- Ödeme araçları piyasasına ilişkin basitleştirilmiş bir model	97
Şekil 7- Kredi kartı pazarındaki bazı büyüklüklerin yıllık değişim oranları	124

GİRİŞ

Ülkemizde kredi kartı kullanımının son yıllarda hızla yaygınlaştığı ve bu hızlı gelişim ile birlikte, hem ödeme aracı hem de borçlanma aracı fonksiyonlarını birlikte bünyesinde bulunduran kredi kartının, her iki fonksiyonu ile ilgili çeşitli bireysel ve toplumsal sorunlara neden olabildiği görülmektedir. Diğer yandan kredi kartı kullanımının hızla büyümesinin altında serbest piyasa dinamikleri yerine, bazı piyasa aksaklıklarının bulunabildiği ve kredi kartı kullanımının yapay olarak teşvik edildiği görülmektedir. Ayrıca söz konusu sorunlara, kredi kartı piyasasındaki fiyatlama mekanizmalarının önemli katkılarının olduğuna ilişkin görüşlere literatürde sıklıkla rastlanmaktadır. Bu çerçevede kredi kartı kaynaklı sorunların çözümünde tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de çeşitli kamu müdahalelerinin kullanıldığı veya gerekliliğinin tartışıldığı görülmektedir.

Ödeme aracı sistemi olarak bakıldığında bir kredi kartı sisteminde; bir tarafta kredi kartı ile ödemeleri kabul ederek mal ve hizmet satan işyerlerine, diğer tarafta kredi kartı ile mal ve hizmet satın alan kart hamili tüketicilere aynı anda hizmet veren kart kuruluşları faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla kart kuruluşları açısından eş zamanlı olarak hizmet verilen, farklı talep yapısına sahip ve farklı şekillerde fiyatlanabilen müşteri grupları söz konusudur. Bu tür piyasalara literatürde iki veya çok taraflı piyasalar denildiği görülmektedir.

İki taraflı piyasalar iki veya daha fazla sayıda, farklı talep yapısına sahip kullanıcı gruplarının bulunduğu ve bu kullanıcı gruplarının dolaylı şebeke dışsalılıkları yoluyla birbirlerini etkiledikleri piyasalar şeklinde tanımlanabilir. İki taraflı piyasa kuramının nispeten yeni gelişmekte olmasına rağmen, bu konudaki ekonomik çalışmaların sayısının zaman içinde hızla arttığı söylenebilir. Özellikle son dönemde yeni ekonomi sektörlerinde yaşanan hızlı büyüme ve değişim ile birlikte gelişme gösteren şebeke ekonomilerine ilişkin ekonomik teoriler ve modeller, bu tür pazarların ve bu pazarlardaki aktörlerin analizinde önemli katkılar sağlamıştır. Bu doğrultuda farklı talep yapılarına sahip birden fazla sayıda kullanıcı grupları içeren iki taraflı pazarlarda, tek taraflı pazarlar için geçerli olan standart bakış açısının, pazardaki aktörlerin davranışlarının analizinde yetersiz kaldığı görülmektedir. Diğer yandan iki taraflı piyasaların işleyişinden ve yapısal özelliklerinden kaynaklanan konular (şebeke etkileri, pazar gücü, fiyatlama stratejileri ve rekabet gibi) üzerine yapılan bilimsel çalışmalar, aynı zamanda klasik formattaki pazarlardaki firmalar ve kullanıcılar arasındaki ilişkileri ortaya koymakta da önemli katkı sağlamaktadır. Ancak bu alanda yer alan çalışmalar, gerek bu pazarların hızlı bir değişim sürecinde olması, gerekse söz konusu teorik çerçevenin yeni şekilleniyor olması nedeniyle şu an itibarıyla sınırlı açılımlar gerçekleştirebilmiştir. Dolayısıyla bu alanda daha geniş açılımlara ve katkılara ihtiyaç vardır ve iki taraflı piyasalar konusunu yakın gelecekte önemli gelişmelerin yaşanacağı bir alan olarak nitelemek mümkündür.

Kredi kartları piyasasında iki taraflı bir piyasa bakış açısıyla; kredi kartı kullanıcısı tüketici ve kredi kartı kabul eden işletmeler arasındaki ilişkiler, aracı kurumların fiyat ve fiyat dışı rekabeti ile farklı grupların fiyatlanması gibi çeşitli stratejik konular bu piyasanın net bir şekilde anlaşılabilmesi için açıklanması gereken alanlar arasında yer almaktadır. Bu çerçevede bu çalışmada söz konusu konular incelenmeye çalışılacak ve bir taraftan kamuoyunun tartışması gereken konulara dikkat çekilirken, bir taraftan da yapılması gerekli olduğu düşünülen ileriki çalışmalara işaret edilecektir.

Ülkemizde iki taraflı piyasalara ve bu piyasalardaki kamu müdahalelerine ilişkin çalışmaların ve kredi kartları piyasasını iki taraflı piyasa bakış açısıyla analiz eden çalışmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Ülkemizdeki ödeme kartları piyasasının daha önce Akkaya Karayol (2007) ve Gündüz (2009) tarafından, iki taraflı olma yönüyle ve kamu müdahalesi açısından rekabet hukuku temelinde incelendiği görülmektedir. Bu çalışmada ise öncelikle daha geniş bir kamu müdahalesi çerçevesinde ve daha kapsamlı olarak kredi kartları piyasası özelinde sorunlar ve kamu müdahalesi seçenekleri incelenecektir. Ayrıca bu çalışmada, çok geniş olan kredi kartlarına ilişkin kamu müdahalesi konusu, bu piyasada iki taraf arasındaki fiyatlama mekanizmalarına ilişkin kamu müdahalesi şeklinde daraltılarak incelenecektir. Bu doğrultuda çalışmamız, ülkemiz açısından bu piyasadaki iki taraf arasındaki fiyatlama mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçelerinin bulunup bulunmadığını inceleyen bu kapsamdaki ilk çalışma olarak nitelenebilir. Diğer yandan bu çalışma ilgili piyasada fiyatlama mekanizmalarına kamu müdahalesinin gerekçelerinden birini oluşturabilecek olan, üçüncü kişilere negatif dışsallıklar ve çapraz sübvansiyonun boyutlarına ilişkin Türkiye bazında bir hesaplama yapan ilk çalışma olarak nitelenebilir. Ayrıca çalışmamızda, ilgili piyasadaki iki taraf arasındaki fiyatlama mekanizmalarına ilişkin belirgin tek kamu müdahalesi olarak nitelenebilecek olan Rekabet Kurumunun takas komisyonuna müdahalesinin etkisi ampirik olarak ölçülmeye çalışılmaktadır. Daha önce benzer bir çalışma Yereli ve Koç (2010) tarafından yapılmıştır.

Bu çalışmanın amacı Türkiye kredi kartları piyasasında faaliyet gösteren kart kuruluşlarının piyasanın iki tarafı arasındaki fiyatlama mekanizmalarına yönelik, kamu müdahalesini gerektirecek haklı gerekçelerinin bulunup bulunmadığının irdelenmesi olarak özetlenebilir. Bu kapsamda Türkiye kredi kartları piyasasının ve özellikle bu piyasadaki aracı firmaların iki farklı müşteri grubu arasındaki fiyatlama mekanizmalarının, iki taraflı piyasa modeli çerçevesinde ekonomik analizi gerçekleştirilerek, bu piyasadaki sorun ve aksaklıklar tespit edilecek ve bunlara ilişkin mevcut ve muhtemel kamu müdahaleleri değerlendirilerek, bu konuda politika önerileri getirilecektir. Çalışmanın birinci bölümünde iki taraflı piyasaların temel özellikleri, bu piyasalardaki rekabet ve fiyatlama stratejileri ile bu tür piyasalardaki fiyatlama mekanizmalarına ilişkin kamu müdahaleleri konuları incelenecektir. İkinci bölümde iki taraflı bir piyasa olarak kredi kartları piyasasının özellikleri, yapısı

ve işleyişi, bu piyasaya ilişkin piyasa başarısızlıkları ve fiyatlama mekanizmalarından kaynaklanan sorunlar analiz edilerek, bu konudaki ilgili literatür ele alınacak ve bu sorunların kamu müdahalesini gerektirip gerektirmediği değerlendirilecektir. İkinci bölümde ayrıca bu piyasadaki fiyatlama mekanizmalarına yönelik çeşitli ülke kamu müdahalesi uygulama örneklerine yer verilecektir. Üçüncü bölümde Türkiye kredi kartları piyasası ve bu piyasaya ilişkin kamu müdahalesini gerektirebilecek fiyatlama mekanizmalarından kaynaklanan sorunlar irdelenerek, bu sorunlardan biri olan, bu piyasadaki çapraz sübvansiyon miktarına ilişkin bir hesaplama yer verilecektir. Sonrasında ülkemizdeki kredi kartları piyasasındaki fiyatlama mekanizmalarına yönelik kamu müdahalelerinin gerekliliğine ilişkin değerlendirmelere ve politika önerilerine yer verilecektir. Dördüncü bölümde ise Türkiye kredi kartları piyasasında kamu müdahalesini gerektirebilecek fiyatlama mekanizmalarından kaynaklanan sorunlar çerçevesinde mevcut kamu müdahale ve düzenlemeleri değerlendirilecek ve Rekabet Kurumunun takas komisyonuna müdahalesinin piyasa büyüklükleri üzerindeki etkisi ampirik olarak ölçülmeye çalışılacaktır.

1. BÖLÜM

İKİ TARAFLI PİYASALAR VE KAMU MÜDAHALELERİ

İki taraflı piyasalar klasik tek taraflı piyasalardan önemli farklılıklar taşımaktadır. Bu bağlamda kredi kartları piyasalarının ve bu piyasalardaki fiyatlandırma mekanizmalarının kamu müdahaleleri bağlamında ekonomik analizine geçmeden önce, öncelikle iki taraflı piyasaların incelenerek piyasa aktörleri ve kamu düzenleyicileri açısından önem arz eden yönlerinin ortaya konulması gerekmektedir.

Baxter, 1983 yılında kredi kartı takas komisyonlarını inceleyen makalesiyle bu piyasaları literatürde ilk ele alan kişi olarak nitelenebilir. Son zamanlarda ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Avrupa ve Avustralya'daki mahkemeler ve rekabet otoriteleri tarafından uluslararası kart kuruluşları hakkında verilen kararlar ile birlikte, bu alan iktisatçıların dikkatini çekmeye başlamış ve sonrasında diğer iki taraflı sektörlerle ilişkin olarak da çok sayıda çalışma yayımlanmıştır¹ (Roson, 2004; 2005). İki taraflı piyasaların oluşumu, fiyatlandırma süreçleri, fiyatlandırma araçları, fiyat yapısı, bu piyasalardaki dışsallıklar ve şebeke etkileri gibi konuların son zamanlarda sıklıkla akademik çalışmalara konu olduğu görülmektedir. Bu alandaki çalışmalara öncülük eden örnekler Armstrong (2006), Caillaud ve Jullien (2003), Rochet ve Tirole (2002, 2003, 2004), Gans ve King (2000, 2001, 2003), Katz (2001), Schmalensee (2002) ve Wright (2001, 2003a,b, 2004a,b) şeklinde verilebilir.

Bu bağlamda bu bölümde öncelikle iki taraflı piyasalara ilişkin kavramsal bir çerçeve çizilerek iki taraflı piyasaların özellikleri ve klasik tek taraflı piyasalardan farklılıkları ortaya konulmaya çalışılmaktadır. İki taraflı piyasaların işleyişi, buradaki aktörler, davranış biçimleri, fiyatlandırma davranışları ve rekabet yapısı incelenerek, bu piyasalardaki kamu politikalarına ilişkin çıkarımlara değinilmektedir. Sonrasında iki taraflı piyasaların özelliklerinden ve tek taraflı piyasalardan farklılıklarından yola çıkılarak bu alandaki kamu müdahaleleri konusu incelenmektedir. İki taraflı piyasaların yapısal özelliklerinden kaynaklanan farklı davranma gereği, kamu müdahalelerini zorlaştırmakta ve karmaşık hale getirmektedir. Dolayısıyla bu alanlardaki kamu müdahalelerinin, bu piyasaların doğru bir şekilde anlaşılabilir, titizlikle uygulanması hayati öneme sahiptir. Diğer yandan bu tür piyasaların özellikleri, kamu müdahaleleri konusunda bazı durumlarda daha gevşek bir politika izlenmesini gerektirirken, bazı durumlarda ise daha sıkı ve detaycı davranmayı gerektirebilmektedir. Bu noktada iki taraflı piyasaların tartışılmasında ve gündeme gelmesinde rekabet hukuku uygulamalarının önemli rol oynadığı belirtilmelidir.

¹ Örneğin bakınız; medya sektörüne ilişkin olarak; Ferrando ve diğerleri (2004), Reisinger (2004) ve Kaiser ve Wright (2006), elektronik aracılık sektörü hakkında ise; Caillaud ve Jullien (2003) ve Jullien (2004).

1.1. İKİ TARAFLI PİYASALARA İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İki taraflı piyasalar² iki farklı kullanıcı grubunun bulunduğu ve bu kullanıcı gruplarının, dolaylı şebeke dışsallıkları³ yoluyla birbirlerini etkiledikleri piyasalardır. İki taraflı piyasalara televizyon, sarı sayfalar, gazete ve dergiler, işletim sistemleri, tatil ve seyahat acenteleri, video oyunları ve ödeme kartları piyasaları örnek olarak gösterilebilir. Armstrong (2006, s.668-669) bu tür piyasalar için, aracılar veya platformlar vasıtasıyla etkileşimde bulunan iki veya daha fazla katılımcı grubu içeren pazarlar şeklinde bir tanımlama yapmıştır.

1.1.1. İki Taraflı Piyasanın Tanımı ve Temel Özellikleri

Evans (2003a, s. 331-333) iki taraflı piyasadan bahsedebilmek için, bu tür piyasalarda genelde bulunan üç temel özelliğe dikkat çekmektedir⁴:

(i) *Farklı talep yapılarına sahip iki veya daha fazla sayıda kullanıcı grupları bulunmalıdır.* Söz konusu farklı kullanıcı gruplarının birbirleri ile etkileşimde bulunmaları için sebepleri ve söz konusu etkileşimden iki tarafın da fayda beklentisi olmalıdır. Söz konusu etkileşim bir ürünün⁵ alım satımı olabileceği gibi takas, değişim, ürünün sergilenmesi ve izlenmesi, ürünün yazımı ve okunması veya bir araya gelme ve buluşma da olabilir (Evans ve Noel, 2005, s.675).

(ii) *Farklı müşteri gruplarının talepleri birbirleri ile ilişkili olmalıdır.* Diğer bir deyişle bir kullanıcı grubu, diğer kullanıcı grubundan dolaylı şebeke dışsallıkları yolu ile etkilenmelidir. Dolaylı şebeke dışsallıkları kısaca bir kullanıcı grubunun nicelik ve niteliğinin, farklı diğer bir kullanıcı grubunun talebini etkilemesi olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda aracı teşebbüsün bir gruptaki performansı, diğer grup tarafından bir kalite ölçütü olarak algılanmaktadır (Armstrong, 2006, s.669).

(iii) *Gruplar arasındaki ilişkileri sağlayan bir aracı firma olmalıdır* Diğer bir deyişle farklı son kullanıcı grupları aracısız olarak Coase kuramı⁶

² Literatürde genel olarak “iki taraflı piyasa”, “iki taraflı pazar”, “iki taraflı platform” terimlerinin kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca ikiden fazla tarafın söz konusu olabildiği pazarların da bulunmasından dolayı, birden fazla taraf olduğunu ifade etmek için, “iki taraflı” (two-sided) kavramını da kapsayan, daha genel bir ifade olan “çok taraflı” (multi-sided) kavramı da kullanılabilir. Diğer yandan “iki taraflı piyasa” kavramının ikiden fazla taraflı pazarlar içinde kullanıldığına da sıklıkla rastlanmaktadır.

³ “Şebeke dışsallıkları” yerine “şebeke etkileri” terimi de kullanılabilir.

⁴ Evans (2003a), bu üç özelliğin iki taraflı bir piyasanın sosyal refahta bir artış sağlayabilmesi için zorunlu olduğunu söylemektedir.

⁵ Çalışmada “ürün” kavramı “mal” ve “hizmet” kavramlarını içerecek şekilde kullanılmaktadır.

⁶ Coase kuramına göre piyasada mevcut bir dışsallık durumunda; eğer mülkiyet hakları net bir şekilde kurulmuşsa ve ticareti yapılabilir ise, ayrıca dışsallığın tarafları aralarında maliyetsiz görüşme yapma imkânına sahip iseler ve asimetrik bilgi problemi yoksa mülkiyet hakları

çerçevesinde işlem yapamamalı⁷, söz konusu işlemde beklenen faydaları elde edebilmek için aracıya ihtiyaç duymalıdır (Rochet ve Tirole, 2006, s.649). İki taraflı piyasalarda aracılar farklı tüketici gruplarının bir araya gelebileceği, iletişim kurabileceği ve etkileşim gerçekleştirebileceği bir ortam (platform)⁸ oluşturmaktadır.

Kredi kartları piyasası, bu anlamda, iki taraflı bir piyasa olarak kabul edilebilir. Kredi kartı kullanan ürün alıcısı konumunda bulunan tüketiciler ve kredi kartı kabul ederek ürün pazarlayan işletmeler şeklinde talep yapıları farklı iki kullanıcı grubu bulunmaktadır. Ayrıca bu iki grup arasında dolaylı şebeke dışallıklarından bahsetmek mümkündür. Nitekim kredi kartı kabul eden işletme sayısındaki artış, kredi kartı kullanıcısı tüketicilerin faydasında da artış meydana getirecektir. Benzer şekilde kredi kartı kullanıcısı tüketicilerin talep yapısı da kredi kartı kabul eden işletmelerin faydasını etkilemektedir. Kredi kartı kuruluşları ve bankalar ise bu kullanıcı grupları arasındaki ilişkileri sağlayan ve düzenleyen aracı kurumları oluşturmaktadır.

İki taraflı platformları, farklı ürünler satan işyerlerinden veya tek taraflı piyasalardaki dikey ilişki neticesinde sağlayıcıdan alıp alıcıya satan aracı işyerlerinden ayırmak gerekir. Farklı ürünleri farklı müşterilere satan bir işyerinde iki taraflı platformdan farklı olarak her ürün için ayrı bir pazar olmakta ve farklı müşteri grupları arasında bir etkileşim bulunmamaktadır. Diğer yandan tek taraflı pazarlarda söz konusu olan dikey ilişkide işyerleri sağlayıcıdan alıp alıcıya satan araçlar gibi davranmaktadır, iki taraflı piyasalarda ise platformlar üye satıcıların doğrudan üye alıcılara satışını sağlama konusunda aracılık etmektedir (Hagiu, 2007, s.115)⁹.

İki taraflı piyasalara günümüzde, gelişen teknoloji ve iletişim araçları ile birlikte, çok daha sıklıkla rastlanmaktadır. Tablo 1’de iki taraflı piyasa örneklerine yer verilmektedir:

hangi tarafta olursa olsun, müzakereler ile etkin çözüme ulaşılabilir (Ünsal, 2010, s.585).

⁷ Rochet ve Tirole (2004, s.10–14) bu özelliği çift taraflı piyasanın zorunlu fakat yetersiz koşulu olarak saymaktadır.

⁸ İki taraflı piyasalarda aracı firmanın iki tarafı bir araya getirdiği ortama “platform” denildiği gibi, aracı firmanın kendisine veya ilgili piyasaya da platform denildiği görülmektedir. Bu çalışmada da aracı firmadan platform olarak söz edilmektedir.

⁹ Evans (2003a, s.336) bir aracı platformun piyasanın iki tarafı arasında fiyat farklılaştırması yapabilmesinin de iki taraflı piyasayı tek taraflı piyasadan ayırt edici bir özellik olduğunu belirtmektedir.

Tablo 1- İki taraflı piyasa örnekleri

İki taraflı piyasa	1. taraf	2. taraf	Aracı platform
Televizyon reklamları	TV izleyicisi	TV reklam verenler	TV kanalları
Açık artırma	Potansiyel alıcılar	Ürün satıcısı	Müzayede salonları
PC işletim sistemleri	Kullanıcı	Uygulama geliştiriciler	İşletim sistemleri
Gazete	Gazete okuyucuları	Reklam verenler	Gazeteler
Sarı sayfalar	Alıcılar	İlan veren satıcılar	Gazeteler
Gayrimenkul	Alıcı veya kiracılar	Mülk sahipleri	Emlak danışmanları
Ödeme kartları	Kart hamili tüketiciler	İşyerleri	Kart kuruluşları
İnternet aramaları	Arama yapanlar	Reklam verenler	Arama motorları
Video oyunları	Oynayıcılar	Oyun geliştirenler	Oyun konsolları
Alışveriş merkezi	Tüketiciler	Perakendeciler	Alışveriş merkezleri
Akademik yayın	Okuyucular	Akademik yazarlar	Akademik dergiler
Haberleşme hizmetleri	Arayan	Aranan	Telefon şebekesi
Sağlık hizmetleri	Hastalar	Doktorlar	Sağlık kuruluşları

Evans ve Noel (2005, s.686) iki taraflı piyasaların yapısını ve büyüklüğünü etkileyen faktörleri, dolaylı şebeke etkileri, ölçek ekonomileri, izdiham (congestion), çoklu erişim (multi-homing)¹⁰ ve ürün farklılaştırması şeklinde saymaktadır. Pozitif yönlü dolaylı şebeke etkileri piyasanın büyüklüğünü artırıcı role sahiptir, ancak platform büyüdükçe dolaylı şebeke etkileri azalabilecektir. Hatta karşı tarafa sağlanan olumlu dışsallıklar bir noktadan sonra olumsuzluza da dönebilir. Bu husus özellikle izdiham durumunda geçerlidir. İzdiham durumunda piyasanın bir tarafındaki aşırı sayı artışı, diğer taraftaki arama ve işlem maliyetlerini yükselteceğinden, ilgili platform, maliyetleri yükselen taraf için daha az değerli hale gelecektir (Rochet ve Tirole, 2006, s.658). Ölçeğe göre artan getiri ve ölçek ekonomileri de iki taraflı piyasaların büyüklüğüne olumlu

¹⁰ Çoklu erişim kısaca, piyasadaki kullanıcıların aynı anda birden çok platforma üye olması ve bunları kullanması şeklinde tanımlanabilir.

katkı yapmaktadır. Ölçek ekonomileri tüm taraflar için geçerli olabileceği gibi, piyasanın sadece bir tarafı için de geçerli olabilir. Çoklu erişim ise ilgili piyasadaki rekabetin artması anlamına geleceğinden bir platformun tekelleşmesini engelleyici bir unsurdur.

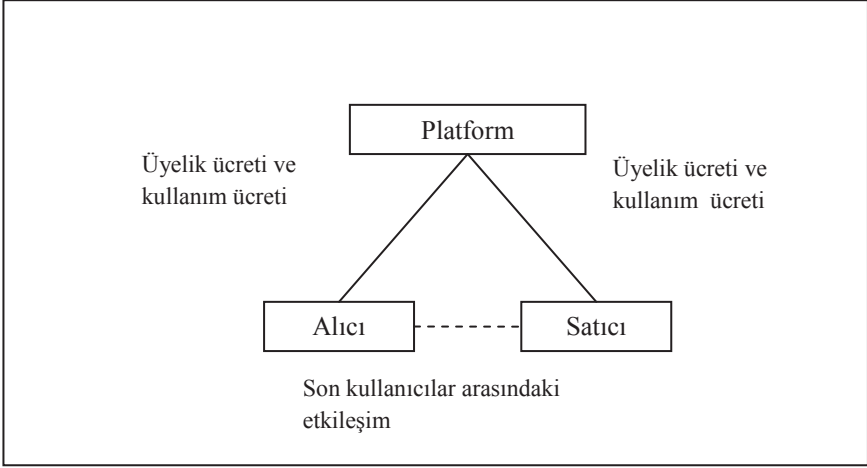
1.1.2. Platform Kavramı

İki taraflı piyasalarda farklı kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurmalarına, işlem yapabilmelerine aracılık eden kurumlara platform veya arayüz denilmektedir. Platform farklı grupların bir araya getirildiği ve etkileşim kurmalarının sağlandığı veya kolaylaştırıldığı alanlar olarak da tanımlanabilir¹¹. İki tarafın etkileşime girmesinde potansiyel kazanımlar olduğu durumda, platformlar bu etkileşimi sağlayan ve kolaylaştıran araçlardır. Bu etkileşim çok çeşitli şekillerde olabilir. Ödeme kartlarında etkileşim alıcının (kart hamili) kartını kullanarak satıcıdan (kart kabul eden işyeri) ürün alması ile gerçekleşir. Reklamlarda reklamı izleyen ile reklam veren arasında gazete veya televizyon kanalları aracılığı ile bu etkileşim gerçekleşir. Telekomünikasyon alanında ise arayan ve arananın telefon şebekesi vasıtasıyla haberleşmesi ile bu etkileşim gerçekleşmiş olur. İnternet ağında ise, bir ağ sitesi ile internet kullanıcısı arasındaki bilgi transferiyle bu etkileşim gerçekleşir (Rochet ve Tirole, 2004, s.5). Diğer taraftan söz konusu etkileşimin iki taraflı bir platform vasıtasıyla gerçekleşmesi bu etkileşimin başka alternatif vasıtalar ile gerçekleşemeyeceğini göstermez. Örneğin telefon yerine diğer iletişim araçları, ödeme kartları yerine nakit gibi farklı vasıtalarla da söz konusu etkileşim gerçekleştirilebilir.

İki taraflı bir piyasadaki platform ile müşterileri arasındaki ilişkiler basit bir biçimde Şekil 1'de gösterilmektedir. Şekil 1'de görülen platform ve son kullanıcılar arasındaki ilişki, gerçek hayatta daha karmaşık olabilmektedir. Son kullanıcılar platforma doğrudan veya hizmet sağlayıcılar vasıtasıyla dolaylı olarak ulaşabilir. Örneğin kredi kartları piyasasında kart kuruluşları (Visa ve Mastercard gibi) ile son kullanıcılar (kart hamilleri ve işyerleri) arasında kart ihraç eden ve kart kabul eden bankalar hizmet sağlayıcı görevi görmektedir.

¹¹ Rochet ve Tirole'un (2004, s.2) çok taraflı piyasaları aracı platformların üstlendiği işlev temelinde tanımladığı görülmektedir. Bu tanıma göre iki taraflı piyasalar kabaca, bir veya daha fazla platformun son kullanıcılar arasındaki etkileşimlerini sağlaması ve iki veya daha fazla sayıda tarafı portföyüne (on board) katarak uygun bir şekilde fiyatlaması şeklinde açıklanabilir.

Şekil 1- İki taraflı bir platform



Aynı zamanda bir hizmet sağlayıcı birden fazla tarafa aynı anda hizmet sağlayabilir. Örneğin kredi kartları piyasasında kart ihraççısı banka aynı zamanda kart kabulçüsü de olabilir. Böylece bankanın kendi ihraç ettiği kredi kartı için kabulçülük hizmeti de vermesi durumunda, bu işlem başka bir servis sağlayıcı devreye girmeden tek bir servis sağlayıcı tarafından gerçekleştirilmiş olur. Bu tür işlemlere “on us” veya “on net” işlemler denilmektedir (Rochet ve Tirole, 2005, s.7-8).

Öte yandan doğaldır ki platformun ekonomik olarak var olabilmesi için, farklı tarafların etkileşimine aracılığın bir fayda sağlaması ve sağlanan faydanın platform maliyetini aşması gerekmektedir. Platform, maliyetlerini iki taraftan aldığı üyelik ve kullanım ücretleri ile karşılar. Üyelik ücreti platforma üye olmanın ücretlendirilmesi olup, genellikle işlem sayısına duyarlı olmayan sabit son kullanıcı maliyetleri ile ilişkilidir. Kullanım ücreti ise platformun sağladığı ürünün kullanımı bazında yapılan ücretlendirme olup, değişken son kullanıcı maliyetleri ile ilişkilendirilebilir. Ancak platform ilgili piyasanın koşulları doğrultusunda iki taraf arasındaki ücretlendirme yapısını ve üyelik ücreti ile kullanım ücreti arasındaki fiyat yapısını düzenleyebilir. Sadece üyelik ücreti veya kullanım ücreti alabileceği gibi, her iki ücret türünü de uygulayabilir (Rochet ve Tirole, 2004, s.5).

1.1.3. Çoklu Erişim

Piyasada birden çok platform bulunduğu durumlarda son kullanıcılar birden çok platforma üye olabilirler. Örneğin birbiri ile bağlantılı olmayan çok sayıda emlak satış aracı platformun bulunması durumunda, daha fazla sayıda karşı taraftaki son kullanıcıya ulaşmak için, emlak alıcısı veya emlak satıcısı taraf

birden fazla sayıda emlak aracı platform ile çalışmak isteyebilir. Ya da Visa kredi kartı bulunan bir tüketici, sadece Amerikan Express kartı kabul eden işyerlerinde de kart kullanmak isterse, aynı zamanda Amex kredi kartını da alması gerekmektedir. Bu çerçevede son kullanıcılar açısından (en azından ilgili piyasanın bir tarafında), genel olarak platformların birbirleri ile bağlantılı veya uyumlu olmadığı durumlarda, çoklu erişim gerçekleştirmek ilgili piyasadaki daha fazla fayda elde edebilmek için gerekli olabilmektedir (Rochet ve Tirole, 2004, s.9).

Çoklu erişim, piyasadaki bir müşterinin aynı anda birden çok platforma üye olmasını ve bunlar üzerinden işlem gerçekleştirebilmesini ifade etmektedir¹². Tekli erişim (single homing) ise tam tersi bir anlam taşımakta ve bir müşterinin sadece bir platform kullanmayı tercih etmesini ifade etmektedir (Landsman ve Stremersch, 2011, s. 39). Çoklu erişim, üyelikte çoklu erişim ve kullanımda çoklu erişim olarak sınıflandırılabilir. Pazardaki müşteriler çok sayıda platforma üye olmakla birlikte kullanım sırasında tek bir platform üzerinden tüm işlemlerini yapıyorlarsa, üyelik anlamında çoklu erişim söz konusu olsa da kullanım anlamında çoklu erişimden bahsedebilmek mümkün olmayacaktır (Rysman, 2007, s.2, 21).

Çoklu erişim iki taraflı platformların fiyat yapısını ve düzeyini etkilemektedir. Hatta tekli erişimin olduğu bir pazarda çoklu erişim ihtimali dahi fiyatları etkileyebilmektedir (Evans, 2003a, s.346). Diğer yandan piyasanın bir tarafındaki çoklu erişimin diğer taraftaki fiyat rekabetini artırabilmesi de söz konusudur. Diğer bir deyişle bir tarafta rekabetçi fiyatların olabilmesi diğer taraftaki çoklu erişimin genişliğine bağlıdır. Örneğin Visa işyeri komisyonunu düşürdüğünde işyerleri daha maliyetli American Express kartları reddetme temayülünde olabilir, ancak bunun için American Express kart sahiplerinin büyük kısmının aynı zamanda Visa kart taşıyor olması gerekir. (Rochet ve Tirole, 2003, s. 993). Kart hamili tarafında çoklu erişim yaygın değilse Visa'nın işyerlerine rekabetçi fiyat uygulama yönünde bir güdüsü bulunmayacaktır. Çünkü işyeri komisyonunu düşürmesi işyerinin American Express kartını reddetmesi sonucunu doğurmayacak ve Visa'ya American Express'e karşı rekabetçi bir avantaj sağlamayacaktır. Benzer şekilde çoklu erişimin ilgili pazardaki rekabet üzerindeki etkisi de değişebilmektedir. Nitekim piyasanın bir tarafı çoklu erişim diğer tarafı tekli erişim kullanıyorsa, platformlar arasındaki rekabet tekli erişimin olduğu tarafta yoğun yaşanırken, çoklu erişimin olduğu tarafta çok daha az olmaktadır (Rysman, 2007, s.9). Örneğin ödeme kartlarında işyerleri tarafında çoklu erişimin, tüketici tarafında ise tekli erişimin olduğunu varsayalım. Bu durumda tüketici tarafının sağlayacağı dolaylı şebeke dışsallıkları daha fazla olacağından, tüketicileri platforma dâhil etmek için o tarafta daha yoğun bir rekabet gerçekleşecektir.

¹² Çoklu erişim konusunda daha detaylı analizler için bakınız: Armstrong (2006), Gabszewicz ve Xavier (2004) ve Choi (2007).

Geleneksel tek taraflı piyasalara ilişkin görüş rekabetin fiyatları düşüreceğini söylemektedir. Ancak iki taraflı pazarlarda çoklu erişimin, dolayısıyla rekabetin fiyatları ve fiyat yapısını ne şekilde etkileyeceği konusunda bir netlik yoktur (Bolt ve Soramaki, 2008, s.2). Nitekim Weyl (2006), dengesiz bir rekabetin pazarın bir tarafındaki fiyatları artırabileceğini ve tüm taraflar için kötü sonuçlar doğurabileceğini, piyasanın iki tarafında oluşan dengeli bir rekabetin ise fiyatları düşürebileceğini göstermektedir.

1.1.4. İki Taraflı Piyasalarda Şebeke Etkileri

Klasik tek taraflı ekonomik modellerde, basitleştirmeler nedeniyle tüketicinin bir ürüne yönelik davranışı diğer tüketicilerin davranışlarından bağımsız olarak incelenmiştir. Söz konusu yaklaşım modellerde basitlik getirirse de gerçek hayatta birçok ürün için geçerli değildir. Çoğu üründe tüketici davranışları birbirleri ile ilintilidir. Bu bakış açısının gelişmesi ile birlikte şebeke etkisi kavramı doğmuştur (Veljanovski, 2006, s.5). Şebeke etkileri ve bulunduğu piyasalar 1980'li yılların ortalarından itibaren literatürde incelenmeye başlanmıştır. Katz ve Shapiro (1985, 1986), David (1985) ile Farrell ve Saloner (1985, 1986) bu konuyu ilk inceleyenler arasında sayılabilir.

Şebeke etkileri, “dışsallık” kavramı çerçevesinde değerlendirilebilir. Bilindiği üzere bir karar biriminin bir başka karar birimine sağladığı fiyatlandırılmayan yarar veya yüklediği fiyatlandırılmayan maliyete dışsallık denilmektedir (Ünsal, 2010, s.575). Şebeke etkileri/dışsallıkları ise bir ürünün kullanıcılarının fayda fonksiyonlarının, diğer kullanıcıların ilişkili bir ürünü kullanmasından dolayı etkilenmesi olarak tanımlanabilir. Şebeke etkilerinin olduğu bir piyasada bir mal veya hizmet kullanıcısının alım kararı diğer bireylerin alım kararlarından bağımsız değildir. Şebeke etkilerine ilişkin literatür telekomünikasyon, elektrik, su ve taşımacılık gibi fiziki şebekeler yanında, finansal ve sanal şebekeleri de kapsamaktadır.

Şebeke etkilerinin geçerli olduğu piyasalarda genelde sabit yatırımların yüksek olduğu, değişken maliyetlerin görece düşük olduğu ve dolayısıyla ölçeğe göre azalan ortalama ve marjinal maliyetin olduğu görülmektedir. Bu nedenle şebeke etkilerinin bulunduğu bir pazarda sağlayıcı, marjinal maliyetin her zaman ortalama maliyetin altında kalmasıyla doğal tekel haline dönüşebilmektedir. Diğer yandan şebeke etkileri talep tarafındaki ölçek ekonomisi olarak da nitelenebilir. Şebekenin değeri şebeke üyelerinin sayısı arttıkça artmaktadır (Shapiro ve Varian, 1999, s.14). Farrell ve Klemperer (2006, s.56) şebeke etkilerini toplam ve marjinal etki şeklinde iki grupta incelemektedir. Toplam etki yeni üye girişinin mevcut üyelere olumlu fayda sağlaması halinde oluşmaktadır. Marjinal etki ise yeni bir üye girişinin, dışarıdakilerin şebekeye girme dürtülerini artırması şeklinde tanımlanabilir.

Ayrıca şebeke etkileri doğrudan ve dolaylı olarak iki grupta incelenebilir (Katz ve Shapiro, 1985, s.424). Doğrudan şebeke etkileri bir ürünün

kullanıcılarının başka bireylerin aynı ürünü kullanmasından etkilenmesi veya bir grubun (şebekenin) mevcut üyelerinin yeni bir üyenin gruba katılmasından fayda sağlaması veya zarar görmesi olarak tanımlanabilir (Gandal, 2005, s.2). İletişim şebekeleri (telefon, elektronik posta gibi) doğrudan şebeke etkileri için gösterilebilecek örneklerdir.

Dolaylı şebeke dışsallıkları¹³ ise farklı kullanıcı gruplarının birbirlerinin kararlarını etkilemesi durumunda söz konusudur. Bir ürünün kullanım yaygınlığının artmasının (şebekenin büyümesi) tamamlayıcı veya uyumlu ürün üretimini artırması dolaylı şebeke etkilerine örnek olarak verilebilir (Tirole, 1988, s.405). İki taraflı piyasalarda ise araçların hizmetlerinden faydalanan ve farklı talep yapıları olan iki veya daha fazla sayıdaki kullanıcı grupları arasında dolaylı şebeke dışsallıkları mevcuttur. Piyasanın bir tarafındaki kullanıcıların sayısal ve niteliksel özellikleri diğer taraftaki kullanıcılar üzerinde etkili olmaktadır. İki taraflı piyasalarda şebeke etkileri belirleyici rol oynamaktadır. Rochet ve Tirole (2006, s.665-666) bir aracı platform eğer pazarın bir tarafındaki fiyatları düşürürken diğer tarafındaki fiyatları artırarak işlem hacmini etkileyebiliyorsa, diğer bir ifade ile piyasanın iki tarafındaki talep ve fiyat yapıları birbirleri ile bağlantılı ise, o piyasanın iki taraflı olduğunu söyleyerek, dolaylı şebeke dışsallıklarının iki taraflı piyasaların temel belirleyicisi durumunda olduğunu belirtmektedir.

Dolaylı şebeke dışsallığı pozitif (reklam verenin TV izleyici sayısının artmasını istemesi gibi) veya negatif (TV izleyicisinin reklam sayısı ve süresinin artmasını istememesi gibi) yönde olabilir¹⁴. Dolaylı şebeke etkilerinin iki taraf arasında olumlu geri besleme (pozitive feedback) ile sürekli dinamik bir döngü oluşturduğu söylenebilir. Geri besleme etkisi, sonunda nihai kullanıcın söz konusu platformu zorunlu ürün (“must have”, “must take”) olarak görmesine ve sektörde sadece tek bir şebeke kalmasına yol açabilir (Veljanovski, 2006, s.13; Rochet ve Tirole, 2007, s.6; Vickers, 2005, s.4).

Bu noktada kilitleme (lock-in) ve kritik hacim (critical mass) kavramlarına kısaca değinmekte fayda vardır. Kritik hacim pazarlama literatüründe “*şebeke genişlemesinin sonrasında kendi kendisini beslediği eşik noktası*” şeklinde tanımlanmaktadır (Rogers, 2003, s.343). Bir şebekede belirli bir üyelik miktarı veya oranının yakalanmasından sonra, şebeke etkilerinin daha belirgin hale geldiği görülmekte ve bu noktadan itibaren şebeke etkileri şebekenin büyümesinde önemli rol oynamaktadır (Shapiro ve Varian, 1999, s.13). Bir şebekenin genişleme süreci bu bağlamda ele alındığında, yayılma (diffusion) sürecinde kritik hacim noktası öncesi şebeke etkileri şebekeye düşük katılım (low-adoption) sağlarken, bu nokta sonrasında yüksek katılım

¹³ Literatürde çapraz yanlı, çapraz grup şebeke etkileri (cross side, cross-group network effects) terimlerinin de bu anlamda kullanıldığı görülmektedir.

¹⁴ Literatürde genelde pozitif etkiye yer verildiği görülmektedir (Economides, 1996, s.675; Gandal, 1995, s.23).

sağlamaktadır (Grajek, 2008, s.4)¹⁵. İki taraflı piyasalardaki platformların sabit maliyetleri olmasa dahi, şebeke etkilerinden faydalanabilmesi ve varlığını sürdürebilmesi için en azından piyasanın bir tarafında kritik hacme ulaşmaları gerektiği söylenebilir (Evans ve Schmalensee, 2010, s. 17, 21). Diğer taraftan Katz (2005, s.133) bazı analistlerin, olgunlaşmış ödeme sistemi şebekelerine, dolaylı şebeke etkilerinin azalmış olması nedeniyle makul bir şekilde tek taraflı platform olarak yaklaşılabileceğini öne sürdüklerini belirtmektedir. Rysman (2007, s.8) da Visa ve MasterCard gibi büyük şebekeler açısından, işyerleri ve tüketiciler arasında belirgin bir pozitif geri bildirim (pozitive feedback loop) olup olmadığının sorgulanabileceğini belirtmektedir.

Ayrıca şebeke ekonomilerindeki rekabetçi stratejilerde önemli bir rol oynayan kullanıcı kilitlenmesinin anlaşılması gerekmektedir. Kullanıcı kilitlenmesi, son kullanıcıyı bir ürün veya servis sağlayıcısına bağımlı hale getirmektedir. Tüketici bu tür kilitlenmeler nedeniyle yüksek geçiş maliyetlerine (switching cost) katlanmadıkça başka bir sağlayıcıya geçmemektedir (Farrel ve Klemperer, 2006, s.7). Tüketici kilitlenmeleri bir nevi pazara giriş engelleri oluşturmaktadır. Yüksek batık maliyetler, uzun dönemli sözleşmeler, amortismanı uzun yıllarda yapılabilen mal alımları, belli bir markaya özgü eğitim almak, arama maliyetleri ve sadakat programları geçiş maliyetlerine neden olan kullanıcı kilitlenmesi türlerine örnek olarak gösterilebilir (Shapiro ve Varian, 1999, s.117,136)

1.1.5. İki Taraflı Piyasalarda Başlangıç Aşaması; Tavuk-Yumurta Problemi

İki taraflı piyasalarda platformların farklı tarafları eş zamanlı olarak çekmesi ve müşteri portföyüne katması gerekmektedir. Bu koordinasyon sorunu tavuk-yumurta problemi olarak adlandırılmaktadır (Lee, 2008, s.4). Çünkü bir tarafta herhangi bir müşteri grubu olmadan platform diğer taraftaki müşteriler için bir değer taşımayacak ve bu müşteriler platforma katılmak istemeyeceklerdir.

Bir aracı platform açısından piyasanın iki tarafını aynı anda üye yapabilmek (tavuk-yumurta problemini aşabilmek), bu tür piyasalarda faaliyet gösterebilmesi için hayati önem taşıyan bir unsurdur. Bu durum en azından piyasaya ilk girişte ve piyasanın bir tarafında kritik hacim eşğine ulaşılan kadar geçerlidir. Öncelikle söz konusu ikilem nedeniyle, platformun piyasanın iki tarafını da çekebilmesi için kuruluş aşamasında önemli yatırım maliyetlerine katlanması gerektiği açıktır. Diğer taraftan iki taraflı piyasalarda platform, bir taraftaki kullanıcı sayısının artmasının diğer taraftaki talebi etkileyeceğini göz önünde bulundurarak tutundurma ve fiyatlandırma stratejilerini buna göre oluşturmalıdır. Piyasadaki payının artırabilmesi ve kârın en çoklanabilmesi için,

¹⁵ Grajek (2008) kritik hacim noktasının, son kullanıcıların ödediği fiyatların bir fonksiyonu olduğunu ileri sürmektedir.

diğer taraf üzerinde görece pozitif şebeke etkisi daha çok olan kesiminin portföye katılmasının önemi göz ardı edilmemelidir. Diğer taraf üzerinde görece pozitif şebeke etkisi daha çok olan taraf, gerekirse negatif fiyatlandırılarak, portföye katıldığında diğer tarafta platformun değeri önemli ölçüde artacaktır. Evans ve Schmalensee (1999, s. 78) ABD’de kredi kartı sisteminin ilk aşamasında bahsedilen problemin toplu pazarlama yoluyla kredi kartı kuruluşları tarafından çok sayıda tüketiciye bedava kredi kartı gönderilerek çözüldüğünü, böylece işyerlerini sisteme çekebilmek için bir müşteri tabanının oluşturulduğunu belirtmektedir.

1.2. İKİ TARAFLI PİYASALARDA REKABET VE FİYATLAMA

İki taraflı piyasalardaki fiyatlama mekanizmalarının kamu müdahalesi bağlamında değerlendirilmesinde, fiyat rekabetinin ve firmaların fiyatlama davranışlarının incelenmesi gereği açıktır. Bu kapsamda çalışmanın bu kısmında öncelikle iki taraflı piyasalardaki fiyatlama yapısı ve denge fiyatlama konusu, sonrasında ise bu tür piyasalardaki firmaların fiyatlama davranışlarına etki eden faktörler ve rekabetçi fiyatlama stratejileri incelenmektedir.

1.2.1. Optimal Fiyatlama

İki taraflı piyasalarda platformlar açısından fiyatlama stratejileri hayati önem taşımaktadır. Platformlar çeşitli politikalarla iki taraf arasındaki dengeyi sağlayarak, iki tarafın da platformda kalmasını sağlamaya çalışmaktadır. Söz konusu denge sağlayıcı politikardan hiç şüphesiz en önemlisi fiyatlama politikasıdır. Yukarıdaki kısımda özellikle pazara ilk girişlerde karşılaşılan tavuk-yumurta probleminin çözümünde fiyatlama stratejilerinin önemine değinilmişti. Pazara giriş sonrasında da fiyatlama stratejileri platform açısından pazardaki konumunu güçlendirmek ve korumak açısından önemlidir. İki taraflı pazarlarda gerek pratikte gerekse teorik olarak, tekel durumundaki bir firma için dahi, kârı ençoklayacak optimal fiyat ve çıktı düzeyini belirlemek tek taraflı pazarlardan çok daha karmaşık hesaplamalar gerektirmektedir. Tek taraflı pazarlar için kullanılan marjinal maliyetin marjinal getiriye eşit olduğu noktadaki fiyatlara ilişkin formül bu piyasalarda geçerli olmamaktadır. İki taraftaki talebin fiyat esnekliklerinin, dolaylı şebeke etkilerinin ve çıktıya göre oluşan marjinal maliyetlerin toplam çıktıyı ve kârı etkilemesi nedeniyle, platformlar açısından kârı ençoklamak için uygulayacakları fiyatları belirlemek daha karmaşık bir hal almaktadır (Evans ve Noel, 2005, s. 681). Bu kapsamda Rochet ve Tirole (2003) öngördükleri koşullar altında oluşturdukları model çerçevesinde, iki taraflı piyasalarda kârı ençoklamaya yönelik iki taraftaki fiyatların, kendi tarafına özgü marjinal maliyetlerden bağımsız olduğunu göstermektedir.

Bu tür piyasalarda iki taraf arasındaki fiyat dağılımı toplam çıktı açısından önemlidir. Bu çerçevede fiyatlama stratejileri bu tür piyasalarda önemli rol oynamaktadır. Örneğin bir gece kulübünü ele alırsak, erkekler daha çok kadın

olan mekânları tercih ediyorsa, erkekleri çekmek için kadınların gelmesinin sağlanması önemlidir. Erkekler için şebeke etkisinin daha güçlü olduğu ve kadınlara göre fiyat esnekliğinin daha düşük olduğu kabul edilirse; gece kulübü açısından, kadınlara giriş ücretlerini düşürerek daha çok kadın gelmesini ve şebeke etkisi dolayısıyla daha çok erkek gelmesini sağlamak uygun bir fiyatlandırma stratejisi olacaktır.

Rochet ve Tirole (2004) iki taraflı piyasalarda her iki taraftaki fiyatın yine her iki taraftaki marjinal maliyet ve talep esnekliklerine bağlı olduğunu göstermektedir. Pazarın özelliklerini, dikkate almadan gerçekleştirilen bir fiyatlandırma stratejisi önemli hatalara yol açabilecektir. Her bir grubu farklı bir müşteri grubu olarak algılayarak, tek yönlü pazarlarda geçerli olan klasik mantıkla, sadece o grubun talep eğrisine göre kârı en çok artıracak fiyatı belirlemek, firma açısından yanlış sonuçlar doğuracaktır. Nitekim *Adobe* firmasının (*Adobe Systems Incorporated*), *PDF* (portable document format) formatını piyasaya ilk çıkardığında hem okuyucu hem de yazıcı kısmını bu mantıkla fiyatladığı için çok başarılı olamadığı, ancak sonrasında *PDF* okuyucularına bedava ürün sağlayıp okuyucu portföyünü geliştirerek, *PDF* yazıcılarına yapılan satışların bu vesileyle artması ile birlikte başarılı olduğu *Tripsas* (2000) tarafından ortaya konulmaktadır¹⁶.

Bu bağlamda bu bölümde, iki taraflı platformların fiyatlandırma mekanizmaları temel olarak iki kavram çerçevesinde değerlendirilecektir: fiyat düzeyi ve fiyat yapısı. Fiyat düzeyi iki taraftaki fiyatları veya iki taraftaki fiyatların toplam miktarını seviye olarak ifade etmektedir. Bu anlamda fiyatların iki tarafta birlikte artıp azalması fiyat düzeyini değiştirmektedir. Fiyat yapısı ise platformun hizmet verdiği iki taraftaki müşteri grupları arasındaki görece fiyat dağılımını ifade etmektedir. Bu çerçevede genellikle iki taraftaki görece marjinal maliyetlere göre fiyatların görece düzeyi değerlendirilmektedir. Açıklamak gerekirse her iki taraftaki fiyatlar, o taraftaki marjinal maliyete oranlanmak suretiyle görece fiyat seviyesi elde edilmektedir. Tarafları 1 ve 2 sayısı ile ve fiyat ve maliyeti sırasıyla P ve M ile gösterirsek P_1/M_1 birinci taraftaki görece fiyat seviyesini, P_2/M_2 ise ikinci taraftaki fiyat seviyesini gösterecektir. Her iki taraftaki fiyatın marjinal maliyete oranı eşit ise $P_1/M_1 = P_2/M_2$ dengeli bir fiyat yapısı ve dengeli bir fiyatlandırma (balanced pricing) söz konusudur. Ancak iki taraf arasındaki görece fiyat seviyeleri arasında önemli farklar var ise dengesiz (unbalanced) veya çarpık (skewed) fiyatlandırmadan bahsedilmektedir.

¹⁶ Eisenmann ve diğerleri (2006) iki taraflı pazarlarda doğru fiyatlandırma stratejisinin kalite ve fiyat esnekliği yüksek olan grubun sübvansane edilmesi şeklinde olduğunu söylerken, *PDF* örneğinde okuyucuların *PDF* dökümanı üretenlere göre fiyatlara daha duyarlı olduğunu ve karşı gruptaki kullanıcı sayısındaki artışın ödemeye razı oldukları fiyatları göreceli olarak daha az etkileyeceğini söylemektedir.

Bu kısımda Klein ve diğerleri (2006) ile Rochet ve Tirole (2006) çalışmaları esas alınarak gazete örneği üzerinden basit bir iki taraflı piyasa fiyatlandırma modeline yer verilmektedir. Gazete hem okuyucular için bir ürün ve hem de reklam verenler için bir aracı görevi görmektedir. Gazete yayımcıları iki farklı fiyat setine karar vermek durumundadır: (i) okuyucuya uygulanacak fiyat ve (ii) reklam verenlere uygulanacak fiyat. Bu faktörler formüle edilirse gazete yayımcılarının toplam geliri şu şekilde gösterilebilir:

$$(P_R Q_R) + (P_A Q_A) \quad (1)$$

Formüllerde gazete pazarının iki tarafındaki müşterilerden, okuyucular R harfi ile reklam verenler ise A harfi ile temsil edilmektedir. P_R okuyucu fiyatını P_A reklam verenlere uygulanan fiyatı gösterirken, benzer şekilde Q_R ve Q_A çıktı miktarlarını, C_R ve C_A ise maliyetleri göstermektedir.

Toplam gelirden iki tarafa sunulan ürün için katlanılan toplam maliyetler çıkarılarak bulunan toplam kâr ise aşağıdaki şekilde gösterilebilir:

$$(P_R Q_R - C_R) + (P_A Q_A - C_A) \quad (2)$$

Her iki tarafın kendi talep esnekliği bulunmaktadır ve iki tarafta da talep fiyatı o taraftaki miktar ile ilişkilidir. Ancak dolaylı şebeke etkileri nedeniyle fiyatlar diğer taraftaki miktarlar ile de ilişkilidir. Bu çerçevede okuyucular ve reklam verenlere uygulanan fiyatların (P_R ve P_A), her iki taraftaki çıktı miktarına (Q_R ve Q_A) bağlı olduğu dikkate alınır, toplam kâr (2) aşağıdaki şekilde yeniden yazılabilir:

$$P_R(Q_R, Q_A) Q_R - C_R(Q_R) + P_A(Q_R, Q_A) Q_A - C_A(Q_A) \quad (3)^{17}$$

Böylece P_R hem Q_R ile hem de Q_A ile ilişkili, P_A da hem Q_A hem de Q_R 'nin bir fonksiyonu olarak kabul edilmektedir. Marjinal maliyetler MC_R ve MC_A olarak gösterilerek kârı ençoklayan Q_R ve Q_A miktarları ise aşağıdaki formüllerden elde edilebilir:

$$\frac{\partial P_R}{\partial Q_R} Q_R + \frac{\partial P_A}{\partial Q_R} Q_A + P_R = MC_R \quad (4)$$

$$\frac{\partial P_A}{\partial Q_A} Q_A + \frac{\partial P_R}{\partial Q_A} Q_R + P_A = MC_A \quad (5)$$

¹⁷ Bu eşitlikte sadece fiyatların, karşı taraftaki çıktı miktarına da bağlı olduğu varsayılmıştır. Diğer taraftan maliyetlerin sadece ilgili olduğu taraftaki çıktılarla ilişkili olduğu varsayılmıştır. Maliyetlerin de her iki taraftaki çıktı miktarından etkilendiği kabul edilerek söz konusu eşitlik farklı şekilde yazılabilir.

Pazarın iki tarafındaki kendi talep esnekliklerini η_A ve η_R ¹⁸ olarak gösterir ve bunları formülde yerleştirirsek söz konusu eşitlikler aşağıdaki şekilde de yazılabilir:

$$P_R \left(1 + \frac{1}{\eta_R}\right) = MC_R - \frac{\partial P_A}{\partial Q_R} Q_A \quad (6)$$

$$P_A \left(1 + \frac{1}{\eta_A}\right) = MC_A - \frac{\partial P_R}{\partial Q_A} Q_R \quad (7)$$

Eşitliklerin sağ taraflarındaki $\frac{\partial P_A}{\partial Q_R}$ ve $\frac{\partial P_R}{\partial Q_A}$ ifadeleri dolaylı şebeke

etkilerini göstermektedir. Sırasıyla okuyucu sayısındaki artışın reklam verenler için reklamların değerini ne kadar artırdığını ve reklam miktarındaki artışın okuyucu gözünde gazetenin değerini ne kadar artırdığını göstermektedir. (6) ve (7) numaralı eşitlikler pazarın her iki tarafı için de kârı ençoklayan fiyatın,

marjinal gelirin (reklam veren tarafında: $P_A \left(1 + \frac{1}{\eta_A}\right)$ marjinal maliyetten

marjinal şebeke etkilerinin çıkarılması ile bulunan rakama (reklam veren tarafında: $MC_A - \frac{\partial P_R}{\partial Q_A} Q_R$ eşit olduğu noktada oluştuğunu

göstermektedir. Eğer dolaylı şebeke etkileri olmasaydı pazarın her iki tarafındaki kârı ençoklayan fiyat, klasik tek taraflı pazarlarda olduğu gibi tamamen pazarın ilgili tarafındaki marjinal maliyetler ve talebin fiyat esnekliği tarafından belirlenecekti. Dolaylı şebeke etkileri ile birlikte tüketici grupları tarafından ödenecek görece fiyatlar farklı tarafların marjinal şebeke etkilerine de bağlı olmaktadır.

Genelde iki taraflı piyasalarda platformlar, fiyat duyarlılığı yüksek olan gruba marjinal maliyetine göre daha düşük fiyat uygulama ve böylece daha yüksek marjinal şebeke etkisi oluşturma eğilimindedirler (Klein ve diğerleri, 2006, s.579). Bolt ve Tieman (2004a, 2008) sabit talep esnekliği durumunda, çarpık fiyatlamanın platform açısından kârı ençoklayabileceğini ortaya koymaktadır. Pazarın daha yüksek esnekliğe sahip tarafını mümkün olan en düşük şekilde fiyatlama, o taraftaki azami talebi oluşturmada ve böylece pozitif dışsallıklarla diğer tarafın pazara katılımı artırılmaktadır. Esnekliği düşük olan tarafa ise daha kolay bir şekilde daha yüksek fiyatlar uygulanabilmektedir. İki

¹⁸ η_R , gazete fiyatındaki bir değişikliğin gazete okuyucu talebini ne şekilde değiştirdiğini, η_A , ise reklam verme fiyatlarındaki değişikliğin reklam verme talebini ne şekilde değiştirdiğini göstermektedir.

tarafli bir piyasadaki taraflar arasindaki dengesiz fiyatlama, özellikle bir tarafta maliyetlerin altında fiyatlama söz konusu ise, taraflar arasında çapraz sübvansiyona neden olabilecektir. Bu durumda aracı platform bir tarafta zarar ediyorken, diğ er tarafta aşırı kâr elde ediyor şeklinde görüleb ilir. Ancak iki taraflı bir piyasadaki platform için önemli olan toplam kârlılığını ençoklayabilmek olacaktır.

Uygulamada iki taraflı pazarlarda sıklıkla bu tür dengesiz fiyatlama ve çapraz sübvansiyonlara rastlanılabilmektedir (Evans, 2003a, s.328, 351). Kaiser ve Wright (2006) Almanya dergi pazarı verilerini kullanarak, okuyucu fiyatlarının sübvansiyonla edilirken, dergilerin neredeyse tüm gelirlerini reklam verenlerden elde ettiklerini göstermektedir. Ödeme kartları piyasasında da takas komisyonu yoluyla kabulcü bankalardan ihraççı bankalara (işyerleri tarafından kart hamilleri tarafına) para aktarımı yapılmaktadır. Bolt ve Tieman (2004b) belli varsayımlar altında çarpık fiyatlamasının ve çapraz sübvansiyonun sosyal açıdan faydalı olabileceğini söylemektedir. Ayrıca Bolt ve Soramaki (2008) iki taraflı piyasalarda tarafların elindeki pazarlık gücünün fiyatlama davranışlarına etkisini inceleyerek, bu güce sahip olan tarafın sifıra yakın fiyatlandığını, dolayısıyla fiyat yapısındaki dengesizliğin pazarlık güçlerindeki farklılıktan kaynaklandığını göstermektedir.

İki taraflı piyasalarda çarpık fiyatlamasının, özellikle platformun pazara ilk girişi sırasında tavuk–yumurta sorununun aşılmasında ve kritik hacim düzeyine ulaşılmada kullanılmasının gerekebileceği söylenebilir. Diğ er taraftan piyasaya girebilmenin ve kritik hacme ulaşmanın tek yolu çarpık fiyatlama değildir. Platform bazen bir taraftaki müşterilerin katılım maliyetlerini düşürmek için o tarafa yatırım yaparak ve çeşitli şekillerde o tarafın üyeliğini kolaylaştırarak pazar payını artırabilir. Bu konuda Microsoft güzel bir örnek olarak verilebilir, uygulama geliştiren programcılara yatırım yaparak ve her türlü desteği ve uygulama araçları sağlayarak uygulama yazmayı kolaylaştırmış ve Microsoft işletim sistemi kullanarak uygulama yazmayı kolay hale getirmiştir (Evans, 2003a, s.354). Söz konusu yatırım ve fiyatlama stratejisinin Windows'un pazarda hâkim duruma gelmesinde önemli rol oynadığı söylenebilir (Rochet ve Tirole, 2003, s.1017).

Diğ er taraftan kârı ençoklayan fiyatlama, üyelik ve kullanım fiyatlaması şeklinde farklı fiyatlama biçimlerini ve bunların bir karmasını da gerektirebilmektedir. Üyelik ve kullanım fiyatlaması tercihleri, maliyetlerin, tarafların, ürünün, platformun ve iki taraf arasındaki dışsallıkların doğası sonucu oluşan çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir¹⁹. Örneğin kart hamilleri için üyelik önemliyken, işyerleri için kartın kullanımı daha önemlidir. Dolayısıyla işyerlerinin üyelik sırasında ücretlendirilmeyip kart kullanımı

¹⁹ Çeşitli iki taraflı piyasalardaki tarafların üyelik ve kullanıma göre fiyatlandırma örneklerinin gösterildiği tablo için bakınız: Evans ve Noel (2005, s.683).

üzerinden ücretlendirilmesi, hamillerin de kullanım üzerinden değil üyelik üzerinden ücretlendirilmeleri platform için mantıklı bir tercih olacaktır (Evans ve Noel, 2005, s.682). Ayrıca iki tarafa ürün sunan bir platform, işlemin değeri üzerinden oransal bir ücretin platformun gerçek maliyetlerini yansıtamaması durumunda (örneğin sabit maliyetlerin yüksek olması), maliyetlerini karşılamak için sadece işlem üzerinden oransal bir ücret almak yerine üyelik ücreti almayı tercih edebilecektir (Rochet ve Tirole, 2004, s.18).

1.2.2. Fiyatları Etkileyen Faktörler ve Fiyatlama Stratejileri

İki taraflı piyasalarda fiyatlama mekanizmaları ile son kullanıcılara yüklenen fiyatları etkileyen faktörler ve bu doğrultuda platformlar tarafından uygulanabilecek bazı stratejiler bu kısımda incelenmektedir. Platformlar bu stratejik davranışları; fiyat yapısını değiştirerek büyümeyi hızlandırmak, kârı artırmak ve giriş engelleri oluşturmak için kullanabilir (Rochet ve Tirole, 2004, s.34 -36).

- a) *Esneklikler*: Pazarın iki tarafındaki talep esneklikleri, yukarıda da anlatıldığı üzere platformun fiyatlama davranışlarında temel belirleyici konumundadır. Fiyat değişikliklerinin teşebbüsün kârını ne şekilde etkileyeceği o taraftaki talep esnekliğine ve diğer taraftaki tepkiye bağlı olacaktır. Bir taraftaki esnekliği etkileyen faktörler fiyatlama davranışlarını da etkileyecektir (Rochet ve Tirole, 2004, s.34; Evans ve Schmalensee, 2005a, s.11).
- b) *Karşı tarafa olan dolaylı dışsallığın büyüklüğü*: Bir platform açısından, bir taraftaki fiyatları düşürerek o tarafı müşteriler için cazip hale getirmek şeklindeki bir fiyatlama davranışı, eğer o taraf diğer tarafa önemli faydalı dışsallıklar yaratıyorsa kârlı olabilecektir. Parker ve Van Alstyne (2003) görece dolaylı şebeke etkilerinin iki taraflı piyasalarda, görece fiyat yapısının belirleyicisi olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Rochet ve Tirole (2003, s.1013) tarafından “marquee buyers” (çok değerli alıcılar) olarak isimlendirilen ve pazarın diğer tarafındaki kullanıcılar için çok değerli olan müşterilerin varlığı fiyatlama yapısını etkileyen bir faktördür.
- c) *Pazar gücü, platform rekabeti ve çoklu erişim*: Tek taraflı pazarlarda olduğu gibi çok taraflı pazarlarda da pazar gücü fiyatlama davranışları üzerinde etkilidir (Evans ve Schmalensee, 1999, s.185). Ancak bu tür piyasalarda firmanın pazar gücü iki taraf birlikte değerlendirilerek belirlenmelidir. Benzer şekilde çoklu erişim²⁰ ve platform rekabeti, etkin fiyat yapısını getirmeyebilir (Rochet ve Tirole, 2006, s.661). Platform rekabeti fiyatlarda aşağı doğru baskı yapabilir ancak görece fiyatlara etkisi belirsizdir (Weyl, 2006, s. 13-15).

²⁰ Çoklu erişimin platform üzerinde yapacağı rekabetçi baskının, platformun pazar payı arttıkça ve platform olgunlaştıkça (faaliyet gösterdiği yıl arttıkça) daha az olacağı söylenebilir (Landsman ve Stremersch, 2011, s.51).

- d) Ürün farklılaştırma, dağıtıcı ağının genişliği, yatırımlar, tutundurma faaliyetleri, sadakat programları, reklam ve promosyonlar: Platformlar ürün farklılaştırma stratejileri izleyerek pazarın iki tarafında da pazar gücü kazanmaya çalışacaklardır. Böylece üzerlerindeki rekabet baskısını azaltabilecek ve müşterilerin talep esnekliklerini düşürerek daha rahat fiyat politikaları uygulayabilme imkânına kavuşacaklardır. Nitekim Li ve diğerleri (2010) özellikle online platformlar için platformun müşteriler gözünde kendisini rakiplerinden farklılaştırabilmesi durumunda, iki taraf arasındaki dolaylı şebeke etkilerini artırabileceği ve daha yüksek fiyatlar uygulayabileceği sonucuna ulaşmaktadır.

Platformun piyasanın bir tarafında daha fazla sayıda dağıtıcıya sahip olması veya ürünlerinin daha fazla promosyon ve reklamının bulunması, piyasanın o tarafında daha yüksek bir yayılıma neden olabilir ve ilgili taraftaki yüksek yayılım o taraftaki fiyatları düşürebilir. Pazarın ilgili tarafındaki düşük fiyatlar da potansiyel rakip platformlar açısından giriş engeli oluşturabilir (Chen, 2007, s.100).

Benzer bir durum pazarın bir tarafında platforma çok sadık bir müşteri grubunun²¹ bulunması halinde de geçerlidir. Örneğin ATM kartlarının alışverişte kullanılabilir banka kartına (debit card) dönüşmesi sürecinde, kart ihraççıları, mevcut bir müşteri grubuna sahip olmaları sayesinde işyerlerinden online banka kartı kabulü için gerekli yatırım masraflarına katlanmalarını isteyebilmişlerdir (Evans, 2003a, s.353; Rochet ve Tirole, 2003, s.1014). Bu bağlamda uygulanan sadakat programları da fiyatı etkileyen faktörlerden ve stratejilerden sayılabilir.

- e) *Ürün bağlama (bundling)*: Ürün bağlama, iki taraflı piyasalardaki rekabet stratejilerine ve bu yolla fiyatların etkilenmesine güzel bir örnektir. Kart kuruluşu tarafından, işyerlerine aynı marka altındaki tüm kartları kabul etmesine yönelik yükümlülükler getirilerek kredi kartlarının, banka kartları ile bağlanması örneği bu kapsamda değerlendirilebilir. Ancak iki taraflı piyasalarda ürün bağlama stratejisinin arkasında yatan müşevvikler, tek taraflı piyasalardakilerle birebir örtüşmeyebilir. İki taraflı piyasalarda bağlama yapılması, platformun alıcı ve satıcı arasındaki dengeyi daha iyi kurmasına yardımcı olabilir ve sosyal refaha olumsuz etkisi olmayabilir (Rochet ve Tirole, 2008, s.1345).
- f) *Maliyetler*: İki taraflı piyasalarda da firmanın maliyetleri fiyatları belirleyici temel unsurlardandır. Ancak maliyet-fiyat ilişkisi tek taraflı bakış açısı ile değerlendirilmemelidir. İki taraflı piyasalarda, bir taraftaki maliyetler diğer taraftaki talebi oluşturmak veya artırmak için

²¹ Söz konusu müşteri grubu alışkanlıklar veya tercihler gibi nedenlerle platforma sadık olabileceği gibi, uzun dönemli sözleşmeler veya yüksek batık maliyetler nedeniyle söz konusu platforma kilitlemiş ve ayrılamıyor da olabilir.

gerçekleştirilmiş olabilmektedir. Sadece bir taraftaki fiyat-marjinal maliyet ilişkisi de ekonomik bir anlam taşımamakta ve kârı en çoklayan veya sosyal refahı en çoklayan fiyat için bir gösterge olamamaktadır. Öte yandan bir taraftaki marjinal maliyetlerde meydana gelen bir düşüş, o taraftaki fiyatların düşmesine yol açabilir (Chen, 2007, s.101).

- g) *Aracı servis sağlayıcıların göreceli pazar güçleri*: İki taraflı bir piyasada son kullanıcılara aracı servis sağlayıcılar vasıtasıyla hizmet veriliyorsa; platform, servis sağlayıcının pazar gücünden kaynaklanan olumsuz etkileri o tarafa düşük fiyat uygulayarak telafi etmeye çalışabilir (Rochet ve Tirole, 2004, s.20).
- h) *Anlaşmalar, dikey entegrasyon, birleşme/devralma ve ortaklıklar*: Aynı piyasadaki ve aynı düzeydeki platformlar ile yapılan yatay anlaşmalar veya farklı seviyedeki firmalar ile yapılan dikey anlaşmalar, birleşme/devralma ve ortak girişimler yoluyla iki taraflı piyasalarda fiyatlama stratejileri oluşturulabilir. Anlaşmalar, birleşme/devralma ve ortaklıklar platformlar tarafından ürün bağlama, maliyet etkinliği, değerli müşterilerin platforma dâhil edilmesi gibi yukarıda sayılan stratejik davranışlara ulaşmak için kullanılabilir (Chen, 2007, s.98). Bu kapsamda Sun ve Tse (2007) ödeme kartları özelinde iki taraflı piyasaları inceledikleri çalışmada, platformların birleşme-devralma, lisanslama, stratejik ittifaklar oluşturma, reklam ve tutundurma faaliyetleri gibi stratejileri kullanarak dolaylı pozitif şebeke etkilerinin neden olduğu tavuk-yumurta problemini aşabileceklerini ve şebekenin büyümesini sağlayabileceklerini göstermektedir. Benzer şekilde Lee (2008, s.67) tavuk-yumurta probleminin çözümünde platform sağlayıcıları tarafından dikey entegrasyona gidilmesinin²² ve münhasırlık anlaşmalarının etkin olabileceğini ve temel giriş engellerinin bu yolla aşılabileceğini belirtmektedir.

Dolayısıyla iki taraflı piyasalarda fiyatlama kararının, tüm bu faktörlerin ve stratejilerin dikkate alındığı karmaşık bir süreç olduğu görülmektedir. Platform tüm bu faktörleri dikkatlice inceleyerek rekabet stratejilerini ve fiyatlama yapısını oluşturmalıdır. Fiyatlama stratejileri ilk aşamada piyasaya girme sorununu aşmak için bir araç olarak kullanılabilmesi gibi, rakiplerin pazara girişlerini engellemek ve pazarı kapamak için bir strateji aracı olarak da kullanılabilir. Aynı zamanda fiyatlama davranışlarının dinamik bir süreç olduğu unutulmamalıdır. Platformların fiyat yapılarını, zaman içinde meydana gelen değişikliklere uygun hale getirmesi gerekmektedir. Aksi halde platformun büyümesi veya etkin bir kârlılık seviyesine ulaşması engellenmiş olacaktır. Örneğin Microsoft yazılım uygulamaları piyasasında, yazılım uygulamaları geliştirenleri desteklerken ve bedava yazılım geliştirme kitleri sağlarken, Apple

²² Weyl (2008) iki taraflı piyasalarda platform tarafından gerçekleştirilen dikey entegrasyonun çifte tekelleri fiyatlamaya göre fiyat düzeyini azaltmayabileceğini göstermektedir. Bu çerçevede dikey entegrasyon bir platform tarafından kârlılığı artırmak için de kullanılabilir.

Macintosh'u ilk çıkardığında pazarın bu tarafından gelir elde etmeye çalışmış (yazılım geliştirme kitlerini 10.000 ABD doları fiyatla satmaya çalışmıştır) ve uygulama geliştirmenin görece zayıf kalması nedeniyle kişisel bilgisayar kullanıcılarını çekmekte Windows kadar başarılı olamamıştır (Chen, 2007, s. 94-95).

İki taraflı piyasaların özellikleri dikkate alındığında, bu piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüsler yanında benzer şekilde iki taraflı piyasalardaki fiyatlama davranışlarına ve stratejilerine yönelik kamu müdahaleleri de bu dinamik sürece uyum sağlayabilecek esneklikte olmalıdır. Yukarıda yer verilen analizlerden anlaşılacağı üzere, piyasaya yeni giren bir platform ile olgunlaşmış ve önemli pazar gücüne sahip bir firmanın fiyatlama ve fiyat dışı stratejik davranışları, piyasadaki rekabet ve sosyal refah üzerinde farklı etkiler doğurmaktadır. Dolayısıyla bu davranışlara yönelik kamu müdahalelerinde bu hususlar dikkate alınmalıdır.

1.3. İKİ TARAFLI PİYASALARDA KAMU MÜDAHALELERİ

Bilindiği üzere piyasalar en etkin kaynak tahsisini ve toplum için birinci en iyi sonucu gerçekleştirmekte her zaman başarılı olamamaktadır. Söz konusu piyasa başarısızlıklarının uygulamada çoğunlukla kamu müdahalesi gerekçesi olarak kullanıldığı görülmektedir. İki taraflı piyasalara ilişkin olarak da benzer gerekçeler ile kamu müdahalelerinin uygulamaya konulduğu görülmektedir. İki taraflı piyasaların literatürde yer bulmasında en önemli etki, bu alanlardaki kamusal düzenlemelerden kaynaklanmaktadır. Kamu müdahaleleri konusunda iki taraflı piyasalara tek taraflı piyasalardan farklı yaklaşılması gereğinin sıklıkla ileri sürüldüğü görülmektedir. Bu çerçevede çalışmanın bu kısmında öncelikle piyasa başarısızlıklarının kamu müdahale gerekçesi olarak kullanılmasına kısaca değinilecek ve sonrasında iki taraflı piyasalardaki kamu düzenlemeleri konusu incelenecektir.

1.3.1. Piyasa Başarısızlıkları ve Kamu Müdahaleleri

İktisat teorisinde tam rekabetçi serbest piyasa ekonomisinde toplum açısından birinci en iyi kaynak tahsisinin veya pareto etkinliğin sağlanabileceği belirtilmektedir²³. Ancak pareto etkinliğin sağlanması sadece belirli koşullar altında mümkündür. Bu doğrultuda gerçek hayatta pareto etkinliğin gerçekleşmediği; toplumun maksimum refah düzeyine ulaşamadığı, kaynakların israfının söz konusu olduğu ve kamu müdahalesine gerekçe teşkil eden piyasa

²³ Pareto etkinliği, toplumdaki üretici, tüketici ve faktör sahiplerinden birinin durumunu kötüleştirmeden bunlardan bir başkasının durumunu iyileştirmenin mümkün olmadığı kaynak tahsisi durumu olarak tanımlanabilir (Stiglitz, 1999, s.57). Yani toplumdaki bireylerden hiçbirinin refahını azaltmadan, en az diğer birinin refahını artırma imkânı var ise, kaynak tahsisi değiştirilerek sosyal refah artırılabilir veya etkinleştirilebilir. Pareto etkin bir düzeye ulaşabilmesi için bir ekonominin; i) tüketimde etkinlik, ii) üretimde etkinlik ve iii) üretimde ve tüketimde eşanlı etkinlik şeklindeki üç koşulu sağlaması gerekmektedir (Maddala ve Miller, 1989, s. 247-250).

başarısızlıkları olarak nitelenebilecek çeşitli durumlar karşımıza çıkmaktadır (Akalin, 2002, s.127). Piyasa başarısızlıkları temel olarak altı başlık altında toplanabilir (Stiglitz, 1999, s.77-85)²⁴.

- 1- *Aksak rekabet*: Pareto etkinliğin gerçekleşebilmesi için piyasalarda tam rekabetin bulunması gerekmektedir. Dolayısıyla tam rekabetin bulunmaması, pazar gücüne sahip teşebbüslerin varlığı ve firmaların rekabeti engelleyici davranışları piyasa başarısızlığı olarak kabul edilmektedir.
- 2- *Kamu malları*: Bu durumda piyasanın kendi dinamikleri ile üretilmeyen veya yeterli derecede üretilmeyen ürünler söz konusu olmaktadır. Bu tür ürünler kamu malı olarak isimlendirilmekte ve yeterli üretilmesi için kamu müdahaleleri gerekli görülebilmektedir.
- 3- *Dışsallıklar*: Dışsallıklar sosyal marjinal maliyet ve faydaların özel marjinal maliyet ve faydalardan farklılaşmasına neden olarak, negatif dışsallıklar durumunda aşırı üretim ve kullanıma, pozitif dışsallık durumunda ise eksik üretim ve tüketime neden olmaktadır (Stiglitz, 1997, s.506-509). Dolayısıyla dışsallıkların olduğu bir durumda piyasa tarafından sağlanan kaynak dağılımının etkin olduğu söylenemez.
- 4- *Eksik piyasalar*: Bazı piyasaların eksik olması nedeniyle bireylerin istedikleri ürünleri istedikleri fiyatlara sağlayamaması durumunda, bu piyasalara kamu müdahalesinin gerektiği savunulabilmektedir. Sigorta ve sermaye piyasaları bu piyasalara örnek gösterilebilir. Bu piyasalarda kamu müdahalesi ve düzenlemeleri sayesinde daha fazla alanlarda hizmet verilebildiği görülmektedir. Bu piyasaların eksik olması sebepleri arasında üç temel konuya dikkat çekilmektedir: Yenilikler, işlem maliyetleri ve bilgi asimetriteri. Sermaye piyasalarında bu özelliklerin bulunduğu görülmektedir.
- 5- *Bilgi aksaklıkları*: Tam rekabet piyasasının işleyebilmesinin en önemli koşullarından birisi aktörlerin tam bilgiye sahip olmasıdır. Karar vericilerin piyasada bulunan bilgi aksaklıkları nedeniyle eksik bilgiye sahip olmaları, kararları saptırıcı rol oynayacaktır. Aynı zamanda bilginin birçok yönüyle kamu malı olarak görüldüğü durumlar da bulunmaktadır. Bilginin fazladan bir bireye daha aktarılması diğerlerinin bilgiden yararlanma düzeylerini değiştirmemektedir ve sosyal faydaları bulunmaktadır.
- 6- *İşsizlik ve diğer makro ekonomik dengesizlikler*: Bu tür dengesizlikler piyasanın düzgün işlemediğinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Yukarıda yer verilen piyasa başarısızlıklarının tek taraflı piyasalar yanında iki taraflı piyasalar için de geçerli olabildiği görülmektedir. Özellikle şebeke

²⁴ Söz konusu piyasa aksaklıkları birbirini dışlamamakta olup, aynı anda birden fazlasının aynı piyasada söz konusu olması mümkündür.

etkilerinin yoğun olarak var olduğu piyasalar olması nedeniyle, iki taraflı piyasalara ilişkin piyasa başarısızlıklarının sıklıkla dile getirildiği ve bu alanda kamu düzenlemelerinin söz konusu olduğu görölmektedir. Ancak bu piyasa başarısızlıklarının iki taraflı piyasaların kendi yapısı içinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede iki taraflı piyasalardaki piyasa aksaklıklarına ilişkin kamu müdahaleleri bir sonraki kısımda ele alınmaktadır.

1.3.2. İki Taraflı Piyasalara İlişkin Kamu Müdahaleleri

Şu anda literatürde genel kabul gören yaklaşım, iki taraflı piyasaların tek taraflı piyasalar ile aynı mantıkla kamu müdahalelerine tabi tutulmaması gerektiği ve bu konuda daha titiz bir yaklaşım gerektiği şeklinde ifade edilebilir. Bazı yazarlar iki taraflı piyasa yaklaşımından yola çıkarak bu piyasaların işleyiş mekanizmasının tam olarak çözülememesi ve yapılacak müdahalelerin etkisinin kestirilememesi nedeniyle piyasada oluşan duruma kamu tarafından müdahale edilmemesini savunmaktadır. Bu kapsamda temel olarak iki farklı argümanın söz konusu olduğu görölmektedir:

(i) Tek taraflı bir piyasada piyasa başarısızlığı olarak kabul edilecek bir durum, iki taraflı bir piyasada piyasa başarısızlığını göstermeyebilir. İki taraflı piyasanın karmaşık yapısı nedeniyle tek yönlü bir bakış açısıyla piyasanın bir tarafında olumsuz izlenim veren bir platform davranışı, iki taraf birlikte değerlendirildiğinde kaynak tahsisi üzerinde olumlu etki doğuruyor olabilir veya nötr olabilir (kaynak tahsisi üzerinde bir etkisi olmayıp, sadece ilgili tarafları etkileyebilir). Örneğin tek taraflı piyasalarda sorun olarak ortaya çıkabilecek aşırı fiyat/kâr ve yıkıcı fiyat davranışlarının iki taraflı bir piyasada, piyasanın bir tarafında görülmesi durumunda, iki taraf birlikte değerlendirilmedikçe sağlıklı bir şekilde aynı sonuca götürmeyeceği belirtilmektedir. Diğer bir örnek olarak iki taraflı pazarlarda tek taraflı pazarlara göre, tekeli fiyatlandırma ile sosyal açıdan optimum olan fiyatlandırma arasında daha az fark bulunabileceği iddiası gösterilebilir (Weyl, 2006, s.42).

(ii) Diğer taraftan ilgili iki taraflı piyasalarda bir piyasa başarısızlığının bulunduğu ve bu durumun etkin kaynak tahsisine zarar verdiği kabul edilse dahi, kamu müdahalesinin daha etkin bir sonuç vereceğinin kesin olmadığı argümanı kullanılmaktadır. Özellikle tek taraflı piyasalar için de söz konusu olan “*devlet başarısızlığına*” ilişkin argümanlar göz önünde bulundurulursa, bu alandaki kamu müdahalelerinin daha etkin sonuç doğurmayabileceği gibi, daha kötü sonuçlara da yol açabileceği ileri sürölmektedir (Wright, 2004b).

Kamu müdahaleleri anlamında bazı yazarların ise iki taraflı piyasalara farklı yaklaşma gereğini kabul etmekle birlikte, bu farklılığın kamu müdahalesi için daha çok alan ve gerekçe yarattığını ve daha titiz bir kamu müdahalesinin gerekli olabileceğini savunduğu görölmektedir. Örneğin Weyl (2006, s.42-46), pazar gücünün iki taraflı pazarlarda daha tehlikeli sonuçlara yol açabilmesi, iki taraflı pazarlarda fiyatlandırmanın düzey ve iki taraf arasındaki dağılım şeklinde iki boyutu olması gibi nedenlerle, sosyal olarak fayda sağlayacak bir müdahale için iki taraflı piyasalarda tek taraflı piyasalara göre daha fazla alan olduğu görüştürmektedir.

İki taraflı piyasalar için alternatif kamu müdahaleleri, rekabet hukuku kapsamındaki kamu müdahale ve düzenlemeleri ile diğer kamu politikaları ile bu alandaki fiyat ve fiyat dışı unsurların düzenlenmesi şeklinde incelenebilir. Bu alandaki tartışmalı kamu müdahalelerinin özellikle rekabet hukuku alanındaki müdahalelerden kaynaklandığı görülmektedir. Bu noktada rekabet hukuku kapsamındaki kamu müdahalelerinin, genel anlamda iki taraflı piyasalarda tek taraflı piyasalara göre farklılaşabileceği alanlar temel olarak şu şekilde sayılabilir²⁵:

- (i) İlgili ürün pazarı tanımı,
- (ii) Pazar gücü,
- (iii) Yıkıcı ve aşırı fiyatlama,
- (iv) Ürün bağlama,
- (v) Giriş engelleri ve pazar kapama.

Diğer taraftan genel olarak bu alanlarda iki taraflı piyasaların farklı değerlendirilmesi gereği kabul edilmekle birlikte, söz konusu unsurların iki taraflı piyasaların özellikleri dikkate alınarak değerlendirilmesi durumunda dahi kamu müdahalesini gerektirecek sorunlara neden olabileceği görülmektedir. Örneğin Fletcher (2007, s.223-224) iki taraflı piyasalarda da rekabet ihlali sayılabilecek yıkıcı fiyatlamamanın söz konusu olabileceğini belirterek, buradaki aşırı düşük fiyatlamamanın rekabet hukuku anlamında bir yıkıcı fiyat mı, yoksa piyasanın iki taraflı olmasından kaynaklanan bir optimum fiyatlamamanın sonucu mu olduğunun tespiti konusunda, yıkıcı fiyatlama testinde pazarın iki tarafını da dikkate alan bir fırsat maliyeti ölçütünün kullanılmasını önermektedir. Diğer yandan bu tür pazarlarda pazarın iki taraflı yapısının ve şebeke etkilerinin haddizatında pazara girişleri ve pazarda genişlemeyi zorlaştırabildiğinin rekabet hukuku davalarında otoriteler tarafından da kabul edildiği görülmektedir (Hesse, 2007, s.194).

Diğer yandan rekabet hukuku alanı dışında da iki taraflı piyasalara kamu müdahalelerinin söz konusu olduğu görülmektedir. Bu tür piyasalardaki dışsallıklar ve şebeke etkileri kamu müdahaleleri konusunun sıklıkla tartışıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Uygulamada ise özellikle şebeke etkilerinin yoğun olduğu piyasaların kamu düzenlemelerine tabi tutulduğu görülmektedir. Bu alanlardaki platformların fiyat ve fiyat dışı davranışlarının yasalarca düzenlendiği, hatta ilgili piyasaları gözetlemek ve denetlemekle görevli üst kuruluşların oluşturulduğu görülmektedir. Bu anlamda telekomünikasyon ve elektrik piyasaları örnek olarak gösterilebilir.

Çalışmanın bu bölümünde iki taraflı piyasalar, gerek piyasa aktörleri açısından gerekse toplum açısından tek taraflı piyasalara göre farklı yönleri ile ele alınarak, bu farklılıkların piyasa aktörlerinin davranışları ve kamu müdahaleleri anlamında doğuracağı farklı sonuçlar incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın bir sonraki bölümünde ise iki taraflı bir piyasa olarak kredi kartları piyasası bu çerçevede incelenmektedir.

²⁵ İki taraflı pazar yapısının rekabet hukuku uygulamalarına etkisi konusunda detaylı bir çalışma için bakınız: Gündüz (2009).

2. BÖLÜM

İKİ TARAFLI BİR PİYASA OLARAK KREDİ KARTLARI PİYASASI

Kart ile ödeme yapabilme fikri 1880’li yıllara dayanmakla birlikte, ilk nakit kullanmaksızın kart ile ödeme örnekleri 20. yüzyıl başlarında uygulanmıştır (Kaya, 2009, s.9). Yaygın bir kullanım alanı bulabilen kredi kartları ise 1950’li yıllarda ortaya çıkmıştır (Evans ve Schmalensee, 1999, s.62). Kredi kartları zaman içinde çeşitli özellikler kazanırken, kredi kartı kullanan kesimin de zaman içinde değiştiği görülmektedir. Başlangıçta sadece sınırlı sayıda zengin kesim kullanabilirken, artık en alt gelir grubu haricinde herkesin kredi kartı kullanabildiği söylenebilir (Evans ve Schmalensee, 1999, s.16).

Kredi kartı; “kart sahibine belirli işyerlerinden nakit ödemeksizin mal ve hizmet satın alma ve banka şubeleri ile otomatik para çekme cihazlarından kredi çekme imkânı veren ödeme ve kredi aracı” şeklinde tanımlanabilir (Yılmaz, 2000, s.124). Kredi kartının hem borçlanma hem de ödeme aracı olma fonksiyonlarını bir arada bulundurmasının²⁶, bir taraftan tüketiciler açısından çeşitli faydalar getirirken, diğer taraftan tüketicilerin ve toplumun bu karmaşık mekanizmadan zarar görmesine yol açabildiği görülmektedir. Bu bağlamda kredi kartı piyasasındaki ödeme aracı olma yönündeki fiyatlama mekanizmalarının yol açtığı sorunların, literatürde sıklıkla gündeme getirildiği görülmektedir.

Bu bölümde öncelikle kredi kartları piyasasının yapısal özellikleri, işleyişi iki taraflı piyasa teorisi çerçevesinde ortaya konulmakta ve bu piyasadaki rekabet unsurları incelenmektedir. Sonrasında bu alandaki fiyatlama mekanizmaları ile ilişkili temel sorunlar ile piyasa aksaklıkları arasındaki ilişkiler ve bu konudaki ilgili literatür ele alınmaktadır. Ardından kredi kartları piyasalarındaki fiyat mekanizmalarına ilişkin kamu müdahalesi gerekliliği, piyasa başarısızlıkları bağlamında, iki taraflı piyasa bakış açısıyla değerlendirilerek politika önerilerine yer verilmektedir. Son olarak ise bir ödeme aracı olarak kredi kartları piyasasında fiyatlama mekanizmalarına ilişkin kamu müdahale örneklerine, ülke bazında yer verilmektedir.

2.1. KREDİ KARTLARI PİYASASININ YAPISAL ÖZELLİKLERİ VE İŞLEYİŞİ

Çalışmanın bu kısmında kredi kartları piyasasının işleyişi ve özellikleri, iki taraflı piyasa yaklaşımı çerçevesinde anlatılarak, ilgili piyasadaki rekabet unsurları irdelenmekte ve fiyatlama mekanizmaları incelenmektedir.

²⁶ Bu çalışmada kredi kartının ödeme aracı olma özelliğine ağırlık verilerek, borçlanma aracı olma özelliği ikincil planda, ödeme aracı olma işlevi ile olan ilişkiler bazında sınırlı olarak incelenmektedir.

2.1.1. Genel Olarak Kredi Kartları Piyasasının İşleyişi

Günümüzde kredi kartları piyasasının, kart markaları bazında tüm dünyada bir oligopol piyasası olduğu söylenebilir. Son 30 yıldır bu piyasaya girebilen yeni bir firma bulunmamaktadır. Bu anlamda bu piyasada giriş engellerinden ve ilk girenin avantajından bahsetmek mümkündür. Öte yandan son yıllarda kredi kartı kullanımında yaşanan gelişmelerde, elektronikteki ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler önemli rol oynamaktadır²⁷. Bu sayede birçok işlem eskiye göre daha hızlı ve daha düşük maliyetle yapılabilmektedir.

Bu noktada kredi kartı piyasasının işleyişi piyasadaki kart sistemlerinin yapıları incelenerek gösterilebilir. Piyasada yer alan kuruluşlar genel olarak üç taraflı (kapalı) sistemler ve dört taraflı (açık) sistemler olarak iki gruba ayrılabilir. Üç taraflı sistemde tek bir kart kuruluşu, tüketiciler ve işyerleri arasındaki ödeme işlemlerine aracılık etmekte ve bunun karşılığında kart sahibi tüketici ve işyerlerini fiyatlamaktadır²⁸.

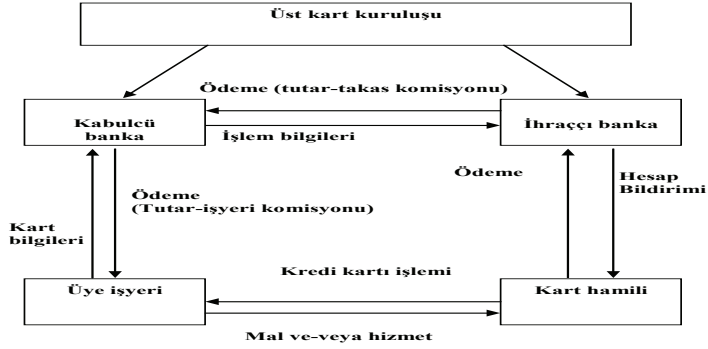
Üç taraflı kart sisteminin işleyişini bir örnekle şu şekilde anlatabiliriz: Tüketici ile işyeri arasında, ürünün kredi kartı kullanılarak satın alınması ilişkisi söz konusudur. Örneğin tüketici 100 TL'lik bir ürünü kart bilgilerini ve ödeme onayını işyerine vererek, kredi kartı ile satın almaktadır. İşyeri ise ödeme bilgilerini kart kuruluşuna aktararak, işyeri komisyon ücreti dışındaki ürün bedelini almaktadır (işyeri komisyonunun %10 olduğunu varsayarsak $100 - 10 = 90$ TL). Kredi kartı hesap kesim tarihi geldiğinde, kart kuruluşu tarafından kart hamiline borç bakiyesi ve son ödeme tarihi bildirilir. Ödeme zamanı geldiğinde kart hamili kart kuruluşuna ürün bedeli kadar ödeme yapmaktadır (100 TL). Kart hamilinin ayrıca kart kuruluşuna dönemlik ve/veya işlem tutarının belli bir oranında ücretler ödemesi de gerekebilir. Üç taraflı sistemlere *American Express* kredi kartları örnek verilebilir.

Dört taraflı kart sisteminde ise kart ihraç eden ve kartı kabul eden farklı teşebbüsler söz konusudur. Kart hamilinin ilişkili olduğu kredi kartını piyasaya süren banka, ihraççı banka şeklinde ifade edilirken, kredi kartını kabul eden işyerinin anlaşmalı olduğu bankaya ise kabulcü banka denilmektedir. Dört taraflı bir kart sisteminin işleyişi Şekil 2'te gösterilmektedir:

²⁷ Bu bağlamda Mann (2006, s.38) Visa'nın 1970'de ulusal bilgi ağı kurması ile işlemlerin elektronik yapılabilmesini sağlamanın bugünkü başarısındaki rolünün büyük olduğunu belirtmektedir.

²⁸ Bu fiyatlamalar genelde işyerlerinden işlem başına sabit ve/veya işlem tutarlarının bir oranı şeklinde işyeri komisyon ücretleri ve tüketicilerden dönemlik kart ücretleri ve/veya işlem tutarlarının belli bir oranı şeklinde ödemeler olabilmektedir.

Şekil 2- Dört taraflı kart sistemi



Bir kredi kartı işleminde ihraççı ve kabulcü bankaların farklı teşebbüsler olması halinde bu bankalar arasında bir takas işlemi ve takas komisyonu söz konusu olmaktadır. Müşteri bir mal veya hizmet satın alıp, kart ile ödemeyi yaptığında ihraççı banka, kabulcü bankaya kendi maliyetlerini karşılamak için belirlenen takas komisyonu kadar bir kesinti yaparak ödemeyi yapacaktır (takas komisyonunun %3 olduğunu varsayarsak, 100 TL'lik bir işlem için: 97 TL). Kabulcü banka ise takas komisyonuna kendi ücretini de ekleyecek ve işyeri komisyonunu keserek üye işyerine ürünün bedelini ödeyecektir (İşyeri komisyonunun %5 olması durumunda: 95 TL). Bu durumda kabulcü banka gelir olarak 2 TL, ihraççı banka 3 TL alırken, üye işyeri sattığı üründen 95 TL gelir elde etmekte ve kart hamili de vade sonunda ürünün etiket fiyatı olan 100 TL'yi ihraççı bankaya ödemektedir. Kabulcü banka ve ihraççı bankanın aynı banka olması durumunda ise herhangi bir takas işlemi ve takas komisyonu olmamakta, sistem üç taraflı kart sistemi gibi işlemektedir. Dört taraflı sistemlerde ihraççı ve kabulcü bankaların farklı teşebbüsler olduğu kredi kartı işlemlerine “*not on-us işlemler*”, ihraççı ve kabulcü bankanın aynı teşebbüs olduğu ve herhangi bir takas işleminin söz konusu olmadığı işlemlere ise “*on-us işlemler*” denilmektedir.

Dört taraflı bir sistemin kurulabilmesi için işyerinin bankası ile kart hamilinin bankasının aralarındaki işlemlerin gerçekleşme şartları ve takas komisyonu oranları gibi konuları belirleyen anlaşmalara gerek bulunmaktadır. Bankalar arasındaki söz konusu işlemin gerçekleşme şartları ve takas komisyon oranları iki taraflı anlaşmalarla belirlenebileceği gibi, çok sayıda bankanın üye olduğu bir üst kart kuruluşu tarafından belirlenerek, çok taraflı bir sistem oluşturulabilir. Bu durumda genellikle bankalar arasındaki takas işlemleri, söz konusu üst kart kuruluşları bünyesinde gerçekleştirilmektedir.

2.1.2. Kredi Kartının Fonksiyonları

Kredi kartının temel olarak, ödeme aracı olma (ödeme fonksiyonu) ve borçlanma aracı olma (finans fonksiyonu) şeklinde iki farklı fonksiyonu bulunmaktadır.

(i)- *Ödeme fonksiyonu*. Kredi kartı bir ödeme aracıdır ve bu anlamda paranın (nakit ve diğer ödeme araçlarının) bir ikamesidir. Kredi kartının kullanılabilmesi için alışverişteki tarafların uyuşması gerekmektedir; işyerinin kartla ödemeyi kabul etmesi, tüketicinin de o karta sahip olması ve onunla satın almayı seçmesi gerekir. Bir kredi kartı işleminde aynı zamanda iki tarafa hizmet veren durumda olan; kart kuruluşu²⁹, ihraççı ve kabulcü bankalar şeklinde başka işlem tarafları da bulunmaktadır.

(ii)- *Finans fonksiyonu*. Bu fonksiyon yönüyle bakıldığında piyasada yine temelde iki taraf söz konusudur. Tüketici karşılığını ödemediği halde kredi kullanarak istediği ürünü alabilmekte, işyeri de nakitle alamayacak kişilere ürün satabilmektedir. Kredi kartı normal faizsiz bir dönem için tüketiciye faizsiz kredi sağladığı gibi, ödeme döneminin sonunda borcunu ödemeyen tüketiciler³⁰ için, faiz karşılığında daha uzun dönemli bir kredi aracı olarak da kullanılabilir³¹.

2.1.3. Kredi Kartları Piyasasında Şebeke Etkileri ve Fiyatlama

Kredi kartı kuruluşları iki farklı müşteri grubunun talepleri ile karşı karşıya bulunmaktadır. Diğer yandan bu iki farklı talep fonksiyonu birbirlerinden bağımsız olmayıp, birbiri ile bağlantılıdır. Dolayısıyla kredi kartları piyasasındaki fiyat yapısı iki taraftaki fiyat esnekliklerine ve iki taraf arasındaki görece dolaylı şebeke etkilerinin büyüklüğüne bağlıdır. Öte yandan kredi kartları piyasasında da belirli bir noktadan sonra, dolaylı şebeke dışsallıklarının azalan marjinal faydalarının söz konusu olduğu söylenebilir. Olgunlaşmış bir kart sisteminde her iki tarafta da yeterli sayıda üye var ise, taraflar arasındaki marjinal dolaylı şebeke etkileri azalacaktır (Katz, 2001, s.14). Bu durumda kart sistemine yeni bir işyerinin veya kart hamilinin katılmasının sağlayacağı marjinal fayda, bir önceki katılanın sağladığı marjinal faydadan daha düşük olacaktır. Katz (2001) bu doğrultuda belli bir büyüklüğe ulaşmış bir kart sistemi için, kuruluşun ilk yıllarında hayati sayılan bazı kart kuruluşu kurallarının gerekli olmadığını ileri sürmektedir.

²⁹ Bu çalışmada “kart kuruluşu” ifadesiyle genel olarak takas ve otorizasyon işlemlerini gerçekleştiren üst kuruluş veya kart logosu sahibi kuruluşlar kastedilirken, bazı yerlerde; takas işlemini gerçekleştiren üst kart kuruluşu, ihraççı banka ve kabulcü banka birlikte, üye işyerlerine ve kart hamillerine hizmet veren kuruluşlar olarak, “kart kuruluşları” şeklinde ifade edilmektedir.

³⁰ Kredi kartı kullanıcıları kredi kartının fonksiyonlarına bağlı olarak temelde iki gruba ayrılabilir. İlk olarak kredi kartını sadece ödeme aracı olarak kullanan, borcunu (kredi kartı bakiyesini) zamanında ödeyen ve kredi kartı için faiz ödemeyen kullanıcılar (convenience users). Bu grup kredi kartının borçlanma fonksiyonunu sadece kredi kartı faizsiz ödeme süresi için kullanmaktadır. Diğer grup ise kredi kartının hesap bakiyesinin bir kısmını veya tamamını devrederek faiz maliyeti ile karşılaşan (revolvers) kullanıcılarıdır (Evans ve Schmalensee, 1999, s.140).

³¹ Ayrıca kredi kartı, doğrudan nakit çekilerek borçlanma aracı olarak kullanılabilir. Bu durumda kredi kartı bir ödeme aracından çok yalın bir kredi aracı niteliği taşımaktadır.

Diğer yandan Rochet ve Tirole (2004) iki taraflı piyasalardaki dışsallıkları üyelik ve kullanım dışsallığı şeklinde ikiye ayırmaktadır. Üyelik dışsallıkları ödeme kartı kuruluşunun piyasanın iki tarafındaki tüketici ve işyeri üyelerinin sayısı ile ilişkilidir. Üyelik dışsallıkları söz konusu pazara girişlerin uzun zaman ve maliyet gerektiren zor süreçler olabileceğine işaret etmektedir (OECD, 2006, s.29, 30). Kullanım dışsallıkları ise işyerlerinin ve tüketicilerin söz konusu kredi kartını ne yoğunlukta kullandıklarına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Rochet (2003, s.98) olgunlaşmış şebekelerde üyelik dışsallığının şebeke büyüdükçe azalacağını kabul etmekle birlikte, kullanım dışsallığının etkisini koruyacağını savunmaktadır.

2.1.4. Ödeme Yöntemleri Piyasasında Rekabet

Kredi kartı piyasasındaki sorunlar ve bu piyasaya yönelik kamu müdahaleleri tüm ödeme yöntemleri piyasasını etkilemektedir. Bu bağlamda ödeme yöntemleri piyasasındaki rekabetin, tüketici tercihleri ve ödeme yöntemleri maliyetleri bazında değerlendirilmesi faydalı olacaktır. Günümüz modern ekonomilerinde çok sayıda farklı ödeme araçları tüketicilerin kullanımında bulunmaktadır. Ödeme yöntemleri piyasalarında genel olarak ölçek ekonomileri, kapsam ekonomileri ve şebeke dışsallıklarının yaygın olarak bulunduğu görülmektedir (World Bank, 2008, s.xiv). Bulunduğu ilgili piyasaları doğal tekele götürebilen bu özellikler, ödeme yöntemleri piyasasında da yüksek yoğunlaşmalara ve dikey entegrasyonlara neden olabilmektedir. Diğer yandan ödeme yöntemleri piyasasında çeşitli seviyelerde rekabetten bahsedebilmek mümkündür. Farklı ödeme araçları arasında genel bir rekabetten bahsedilebileceği gibi (örneğin çek ve kart ödemeleri arasında), farklı seviyelerde benzer ödeme aracı sağlayıcısı teşebbüsler arasında daha dar anlamda bir rekabet söz konusu olabilmektedir (örneğin kredi kartı sistemleri arasında veya aynı markanın ihraççıları arasında). Dolayısıyla perakende satış noktalarında kullanılabilen çeşitli ödeme araçları, bu anlamda kredi kartının rakibi ve ikamesi olarak kabul edilebilir. Bu araçların en başında nakit para gelmektedir. Diğer bütün ödeme araçlarının nakit paranın alternatifi ve ikamesi olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Bu kapsamda paranın işlevlerini ödeme (değişim), ölçü, standart ve biriktirme (değer muhafazası) aracı olma olarak sayabiliriz (Gonnard, 1938, s.346; Ünsal, 2007, s.473-475).

Ödeme araçlarını kullanan tüketicilerin, kabul eden işyerlerinin ve bu işlemlere aracılık eden kesimlerin, bu araçlardan kaynaklanan fayda ve maliyetleri bulunmaktadır. Tüm tarafların fayda ve maliyetlerinin toplamından sosyal fayda ve maliyet ortaya çıkmakta olup, o ödeme aracının sosyal refaha etkisi görülebilmektedir. Sosyal refah açısından bakıldığında, bir ödeme aracının toplam faydaları toplam maliyetini aşıyorsa sosyal refaha katkı sağladığı, tersi durumda ise sosyal refahı olumsuz etkilediği söylenebilir. Bu çerçevede ödeme aracı olarak birbirine alternatif olabilecek araçların arasındaki rekabetin ve tüketicilerin kararlarını etkileyen unsurların değerlendirilmesi yararlı olacaktır.

2.1.4.1 Ödeme Aracı Tercihii

Tüketicilerin ödeme aracı tercihlerini etkileyen çok çeşitli ekonomik, sosyal ve psikolojik faktörler bulunmaktadır. Tüketicilerin, bireysel bazda bu konuda karar verirken, öncelikle ekonomik faktörleri göz önünde bulunduracağı söylenebilir. Bu kapsamda ödeme yönteminin fayda ve maliyetleri bu kararda etkili olacaktır. Bu konuda yapılan araştırmaların bu önermeyi desteklediği görülmektedir³². Diğer taraftan tüketicilerin ödeme yöntemi tercihlerine, ödeme aracına ilişkin güvenlik ve etkinlik (kolay ve hızlı kullanım gibi) algılarının da etki edeceği söylenebilir. Bireyler karar verirken fayda ve maliyet fonksiyonlarını oluştururken kendi algılarını kullanacaklarından, bu kararları psikolojik faktörlerden etkilenecektir. Öte yandan ödeme araçları piyasasındaki tüketici tercihleri ve ödeme araçları arasındaki rekabet, maliyet ve faydalar dışında çok çeşitli sosyoekonomik faktörlerden etkilenebilmektedir. Bu faktörlerin başlıcaları; kamu müdahaleleri, ilgili piyasanın tarihsel gelişim süreci, teknolojik gelişme, küreselleşme süreci, ahlaki ve kültürel normlar şeklinde sayılabilir³³.

Ödeme araçları piyasasının bir alt pazarı olarak kabul edilebilecek olan ödeme kartları piyasasında ise hem kredi hem de ödeme fonksiyonu olan kredi kartı ile sadece ödeme amaçlı kullanılan banka kartı rekabet halinde sayılabilir. Dünyadaki bu kartların tercih edilme seviyelerine bakıldığında ülkeler arasında farklılıklar görülmektedir. Örneğin ABD’de ödeme aracı olarak kredi kartı kullanımı daha yaygın iken, Avrupa ve İngiltere’de banka kartlarının çok daha yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir (Evans ve Schmalensee, 1999, s.15-16)³⁴.

Tablo 2’de Uluslararası Ödemeler Bankası (BIS) Ödeme Sistemleri Komitesi (CPSS) tarafından üye ülkelere ilişkin yayımlanan istatistiklerden alınan, çeşitli ülkelerde kartlı ödemelerin Gayrisafi Yurtiçi Hâsılaya (GSYH) oranlarına yer verilmektedir. Tablo 2’de yer alan verilerden Almanya, İtalya, Meksika ve Rusya’da kartlı ödemelerin GSYH içindeki kullanım düzeyinin düşük olduğu, bu ülkelerde kartlı ödemeye tüketiciler tarafından rağbet edilmediği görülmektedir. Diğer yandan toplam kartlı ödemeler içinde kredi kartlarının payının Avustralya, Brezilya, Kanada, Güney Kore, Singapur,

³² Nitekim Jonker (2007) tarafından yapılan araştırma sonuçları, Hollandalı tüketicilerin nakit kullanmayı düşük maliyetli olarak algıladıklarını ve daha sık kullanmayı tercih ettiklerini göstermektedir.

³³ Örneğin Hunt (2003, s.92) ABD’de banka kartının ödeme amaçlı kullanımının nispeten fazla gelişmemesini, çekin fiyatlama ve işlem süreçlerinde örtülü olarak desteklenmesine bağlamaktadır.

³⁴ Bu durumun kredi kartı erişimini sınırlayan kamu müdahaleleri, tarihsel gelişim süreçleri, kültürel normlar ve tüketici tercihlerinden kaynaklandığı söylenebilir (Mann, 2006, s.93-99). Bu bağlamda bir taraftan küreselleşme süreci tüm ülkelerde benzer kullanım alışkanlıklarının gelişmesine katkıda bulunurken, diğer yandan hala bölgesel bazı faktörlerin bu küresel yakınlığa karşı koyduğu görülmektedir.

Türkiye ve ABD’de yüksek olduğu görülmektedir. Yer verilen ülkeler içinde banka kartının kredi kartına nispetle en düşük kullanımının Türkiye’de olduğu görülmektedir. Ayrıca GSYH’ya oranla kredi kartı kullanımının en yüksek olduğu ikinci ülkenin Türkiye olması da dikkat çekmektedir.

Tablo 2- Kartlı ödeme araçlarının kullanımı: 2010 yılı kartlı ödeme işlem tutarlarının GSYH içindeki oranları (%)

	Kart ödemeleri	Banka kartı ödemeleri	Erteleme özellikli banka kartı ³⁵ ödemeleri	Kredi fonksiyonu olan kartlar ile yapılan ödemeler
Australia	27,0	10,1	nav*	16,8
Belgium	16,6	13,2	3,4	nav
Brazil	13,3	4,2	nav	9,1
Canada	29,7	10,8	nap*	18,9
China	26,5	nav	nap	nav
France	18,8	nav	nav	nav
Germany	6,8	5,1	1,7	0,1
India	15,3	14,4	0,1	0,9
Italy	7,7	4,1	nav	3,7
Korea	39,6	4,4	nap	35,1
Mexico	5,1	2,2	nap	2,9
Netherlands	15,9	14,2	nap	nap
Russia	4,2	3,9	nav	0,3
Saudi Arabia	32,2	32,2	nap	1,0
Singapore	18,3	8,1	nav	10,2
Sweden	23,9	17,0	1,3	5,6
Switzerland	15,5	10,4	nav	5,2
Turkey	20,1	0,7	nav	19,4
United Kingdom	31,2	20,9	2,6	7,7
United States	25,4	11,4	nav	14,1
CPSS³⁶	21,1	10,0	1,7	10,5

Kaynak: Committee on Payment and Settlement Systems (CPSS) (2012, s. 443-444).

* nav = not available (veri yok), nap = not applicable (uygulanabilir değil).

2.1.4.2. Ödeme Araçlarının Maliyetleri

Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde kredi kartları piyasası ve bu piyasadaki kamu müdahaleleri ve rekabet konuları değerlendirilirken, ödeme araçları piyasasındaki kredi kartı alternatifleri ile kredi kartı arasındaki ilişkilerin ve farklılıkların değerlendirmeye alınması gerektiği görülmektedir. Ödeme yöntemleri arasındaki rekabet ve bu araçların maliyetleri konusunda literatürde çeşitli ülkelere ilişkin bazı ampirik çalışmalara rastlanmaktadır:

³⁵ Erteleme özellikli banka kartlarında (delayed debit) harcama tutarı, kart hamili hesabından hemen alınmayıp bir süre ertelenebilmektedir.

³⁶ İlgili verilerin var olduğu CPSS üyesi ülkelerin ortalaması.

Hollanda'daki ödeme araçlarının sosyal maliyetleri konusunda, Brits ve Winder (2005) tarafından yapılan çalışmada; belirli bir miktarın altındaki ödemeler için (11,63 Avro altı) nakit en ekonomik ödeme aracı olarak, banka kartı ise her durumda kredi kartına göre daha ekonomik bir ödeme aracı olarak gösterilmektedir. Söz konusu çalışmada kredi kartının işlem miktarından bağımsız olarak en pahalı araç şeklinde tespit edilmesi dikkate değerdir. Brits ve Winder (2005) Hollanda'daki ödeme yöntemleri piyasasının en etkin ödeme yöntemini teşvik edecek şekilde yapılmadığı, fiyatlanma mekanizmalarının şeffaf olmadığı ve ödeme yöntemleri arasında çapraz sübvansiyon bulunduğu sonucuna ulaşmaktadır.

Öte yandan Guibourg ve Segendorf (2004; 2007) tarafından İsveç için yapılan çalışma sonucunda, ödeme yöntemleri arasında önemli maliyet farklılıkları olduğu, kağıt bazlı ödemelerin elektronik ödemelerden daha maliyetli olduğu ve banka kartı ile yapılan ödemelerin kredi kartı ödemelerinden ve nakit çekiminden daha az maliyetli olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca farklı ödeme yöntemleri arasında çapraz sübvansiyonun bulunduğu belirtilerek, daha şeffaf ve maliyet bazlı bir fiyatlandırma uygulanması durumunda bankaların önemli miktarda maliyet tasarrufu sağlayabileceği, dolayısıyla banka kartı ve kredi kartı hizmet ücretlerinin düşebileceği ifade edilmektedir. Bergman ve diğerleri (2007, 2008) tarafından ise, İsveç'te kart ve nakit kullanımının sosyal maliyetleri incelenerek, nakit çekim ücretleri ve kart işlem ücretlerinin dengelenmesi durumunda İsveç'te daha etkin bir ödeme sistemi oluşacağı görüşü ifade edilmektedir.

Belçika Merkez Bankası tarafından yapılan bir çalışmada ise (Quaden, 2005), düşük tutarlı işlemlerde nakit kullanma maliyetinin düşük olduğu belirtilmektedir. Sadece satış noktasındaki maliyetler dikkate alınarak yapılan söz konusu çalışmada, işlem başı maliyetler bakımından en düşük maliyetli ödeme aracının nakit olduğu (0,53 Avro), banka kartlarının ise 0,55 Avro ile çok az daha maliyetli olduğu, kredi kartının maliyetinin (2.62 Avro) ise belirgin düzeyde yüksek olduğu belirtilmektedir. İlave işlem başına değişken maliyetlerde ise 10,24 Avro işlem tutarı düzeyi, banka kartı ve nakit için başa baş noktasını oluşturmakta ve bu miktarın altında kalan işlemlerde nakit, üstündeki miktarlarda banka kartı kullanmak daha az maliyetli olmaktadır. Kredi kartı ise her zaman banka kartından maliyetli iken, nakit ile başa baş noktası 60,88 Avro düzeyindeki işlem tutarı olmaktadır (Quaden, 2005, s.30,31).

Gresvik ve Haare (2009a, b), Norveç'te 2007 yılı için ödeme hizmetlerinin üretim ve kullanım maliyetlerini, sosyal ve özel maliyetler bazında inceleyen çalışmalarında, nakit ödemelerin kullanım maliyetleri açısından etkin olmasına rağmen, nakit dağıtımının maliyetinin yüksek olduğunu vurgulamaktadır. Diğer yandan Gresvik ve Haare (2009b), Belçika Hollanda, Portekiz, İsveç ve Norveç'te yapılan çeşitli araştırmalar sonucunda ulaşılan sonuçları

karşılaştırarak, Belçika, Hollanda ve Portekiz’de birim maliyet bazında nakitin en düşük maliyetli, kredi kartının en yüksek maliyetli ödeme aracı olarak bulunurken, İsveç ve Norveç’te ise nakitin birim maliyetlerinin daha yüksek bulunduğunu belirtmektedir.

Garcia-Swartz ve diğerleri (2006a, b) tarafından, düşük işlem miktarlarında tüm ödeme araçlarının yakın maliyetlere sahip olduğu, yüksek işlem miktarlarında ise elektronik ödeme yöntemlerinin sosyal refah açısından daha az maliyetli olduğu belirtilmektedir. Humphrey (2010, s.1734); ABD ödeme araçları piyasasındaki banka, işyeri ve tüketici seviyelerindeki ödeme araçlarının birim maliyetlerini ölçmeye yönelik olarak Garcia- Swartz ve diğerleri (2006a) ve Shampine (2007) çalışmalarında yer alan ortalama marjinal maliyet verilerini kullanarak, ABD’deki ödeme araçlarını piyasadaki aktörler bazında en pahalıdan en ucuza doğru şu şekilde sıralamaktadır:

İşyerleri açısından: kredi kartı > banka kartı > çek > **nakit**,

Bankalar açısından: kredi kartı > banka kartı > nakit > **çek**,

Tüketiciler açısından: nakit > banka kartı > çek > **kredi kartı**,

Söz konusu çalışmada toplamdaki ortalama sosyal birim maliyetler ise şu şekilde gösterilmektedir (Humphrey, 2010, s.1734):

Toplam ortalama sosyal birim maliyetler (ABD doları):

nakit (1,49) > kredi kartı (1,16) > çek (1,07) > **banka kartı (0,90)**.

Yukarıdaki çalışmalardan görüleceği üzere ödeme araçları piyasasında refah kriterleri ve ülkeler açısından genel geçer bir sonuca ulaşmanın mümkün olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan söz konusu çalışmalarda farklı varsayımlar ve hesaplama yöntemleri kullanıldığından sonuçların birbirleri ile karşılaştırılması sağlıklı da olmayabilir. Ancak piyasadaki aktörler bazında değerlendirildiğinde, genel olarak kredi kartının işyerleri için en pahalı ödeme araçları arasında yer alırken, tüketiciler için en az maliyetli araçlar arasında bulunduğu söylenebilecektir. Diğer taraftan sosyal refah açısından ise kredi kartının genellikle en maliyetli ödeme araçları arasında bulunduğu görülmektedir.

2.2. KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARI İLE İLİŞKİLİ SORUNLAR

Kredi kartı piyasasında kredi kartının ödeme aracı olma yönüyle uygulanan fiyatlandırma mekanizmaları, piyasanın iki tarafı üzerinde uygulanan fiyatların yapısının ve düzeyinin oluşturulmasında kullanılan tüm araçları kapsayan mekanizmalar şeklinde tanımlanabilir. Bu kapsamda işyeri komisyonları, takas komisyonları, kredi kartı ödülleri, kart hamili üzerine getirilen ücretler, fiyat düzey ve yapısını etkilemeye yönelik işyerlerine getirilen kısıtlamalar gibi araçlar fiyatlandırma mekanizması çerçevesinde kullanılan araçlar olarak sayılabilir.

Diğer yandan kredi kartı borçlarına ilişkin faiz oranları gibi araçlar, kredi kartının borçlanma aracı olma yönüne ilişkin fiyatlama mekanizması aracı olarak ortaya çıkmaktadır. Kredi kartının ödeme aracı ve borçlanma fonksiyonlarındaki fiyatlama mekanizmalarının birbirleri ile yakın ilişkili olduğu kabul edilmekle birlikte, bu çalışmada ödeme aracı fonksiyonuna ilişkin fiyatlama mekanizmalarına yoğunlaşmakta ve borçlanma aracı fonksiyonlarına ilişkin fiyatlama mekanizmalarına bu açıdan dolaylı olarak yaklaşılmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde iki taraflı piyasalardaki fiyatlama mekanizmalarının karmaşık yapısı ve tek taraflı piyasalardan farklı değerlendirilmesi gereği incelenmiştir. İki taraflı bir piyasa olarak kredi kartı piyasası da karmaşık bir fiyatlama mekanizmasına sahip bulunmaktadır. Diğer taraftan söz konusu karmaşık yapı ve ilgili piyasadaki aksaklıkların etkisiyle uygulanmakta olan fiyatlama mekanizmaları çeşitli bireysel ve toplumsal sorunlara yol açabilmektedir. Çalışmanın bu kısmında, kredi kartları piyasasındaki fiyatlama mekanizmalarının yol açtığı sorunlar, temel olarak beş ana başlık altında ilgili literatüre yer verilerek ve piyasanın iki taraflı piyasa özelliği göz önünde bulundurulurken incelenecektir.

2.2.1. Takas Komisyonuna İlişkin Sorunlar

Takas komisyonu bir yandan piyasanın iki tarafı arasındaki fiyat dengesini ayarlama aracı olarak kullanılırken, diğer yandan kredi kartları piyasasındaki neredeyse tüm aktörleri, hatta taraf olmayan üçüncü kişileri dahi etkileyen bir fiyatlama unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Takas komisyonunun, kredi kartlarının ödeme aracı yönünü ele alan neredeyse tüm çalışmalarda ve tartışmalarda odak noktası olduğu görülmektedir.

Baxter, 1983'te yayımladığı makalesiyle kredi kartı pazarındaki takas komisyonunun ilk ekonomik analizini yapan kişi olarak kabul edilmektedir. Baxter (1983), bu pazarın ayrırtıcı özelliğinin iki taraflı olması olduğunu belirtmektedir. Söz konusu hizmet iki tarafa da fayda sağladığına göre marjinal maliyetler iki tarafça karşılanmalıdır. Öte yandan her iki taraf hizmetin kendisi için ifade ettiği değerin üzerinde ödeme yapmamalıdır ki, sistem sürdürülebilir olsun. Ayrıca iki banka tarafından ortaklaşa sunulan bir hizmet söz konusu olduğuna göre, her iki banka da bireysel marjinal maliyetlerini karşılayabilecek yeterli geliri elde edebilmelidir. Tüketici ve işyerinin hizmet için biçtiği toplam marjinal değer, iki bankanın toplam marjinal maliyetinin altında ise bu hizmet verilemeyecektir. Baxter (1983), analizini bir örnekle daha anlaşılabilir hale getirmektedir: İki bankanın da marjinal işlem maliyetini 2 birim varsayalım. İşyeri açısından işlemin değerinin 5 birim, kart hamili müşteri açısından 1 birim olduğunu varsayalım. Bu işlemi gerçekleştirmek toplamda 2 birim sosyal fayda sağlamaktadır: $2 = ((1+5) - (2+2))$. Fakat ihraççı banka gelirini sadece kart hamilinden alırsa bu işlem gerçekleşemez, çünkü bu durumda tüketiciden elde ettiği faydadan daha fazla bir maliyete katlanması istenmektedir ($1 < 2$). Bu problemin çözümünde kabulcü banka işyerine 3 birim ödeme yükümlülüğü getirir ve 1 birimi ihraççı bankaya iletirse sorun çözülebilir.

Takas komisyonunun iki taraf arasındaki fiyat yapısını oluşturmada belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. İşyeri komisyonları ve takas komisyonları kredi kartı kuruluşlarının en önemli gelir kalemleri arasındadır³⁷. Her ne kadar oransal olarak düşük görünse de işlem başı ödenen takas komisyonları toplamda çok yüksek miktarlara tekabül edebilmektedir³⁸. Dolayısıyla toplamda kredi kartı işleminin tüm tarafları açısından önem taşıyan bir kalem olmasına rağmen tüketicilerce fazla önemsenmediği, diğer taraftan çeşitli ülkelerde işyerleri ve kart kuruluşları tarafından bir mücadele alanına dönüştürüldüğü görülmektedir. Tüketici tarafındaki önem vermemenin, bilgi eksiklikleri, şeffaf olmayan fiyatlama, işlem başına ve tüketici başına düşen maliyetlerin küçük olması gibi nedenlerden kaynaklandığı söylenilebilir. Öte yandan bazı ülkelerde tüketici birliklerinin bu konuda duyarlı olmaya başladığı görülmektedir. Bu kapsamda aşağıda takas komisyonuna ilişkin eleştiri konusu temel hususlara ve bu konudaki literatüre yer verilmektedir³⁹.

2.2.1.1. Takas Komisyonu ve Dengesiz Fiyatlama

Takas komisyonu konusunda itiraz edilen ilk husus olarak, takas komisyonu vasıtasıyla kredi kartları piyasasında bir tarafın (işyeri) daha yüksek oranda fiyatlanarak (*dengesiz veya çarpık fiyatlama*), diğer tarafın servis sağlayıcısının (ihraççı banka) gelir kaynağı haline gelmesine yapılan eleştiriler gösterilebilir. Çeşitli ülkelerdeki yetkili kuruluşların, bu durumun tüm tüketicilere yönelik nihai fiyatları artırmasından ve kredi kartının aşırı kullanımına yol açmasından endişe duydukları görülmektedir (Mann, 2006, s.121).

2.2.1.2. Takas Komisyonu ve Aşırı Fiyatlama/Kâr

Bir diğer itiraz konusu ihraççı bankanın, Baxter (1983) örneğinde olduğu gibi takas komisyonu ile maliyetlerini mi karşıladığı, yoksa işyeri tarafını *aşırı fiyatlama* ile aşırı kârlar elde etmede mi kullandığının net olmadığı hususundadır. Çoğu yazar tarafından kredi kartı ihraç etme maliyetleri için, kabulcü tarafından ihraççı tarafa gelir transferi gerekebileceği kabul edilmekle birlikte, gelir transferinin yüksek olması durumunun, takas komisyonunun ihraççı bankaya aşırı kâr imkânı sağlaması anlamına gelebileceği belirtilmektedir (Eubanks, 2008, s.1). Bu kapsamda Rochet (2008, s.15) ampirik delillerin, yüksek takas komisyonu oranlarının genellikle yüksek banka kârlarına işaret ettiği yönünde olduğunu söylemektedir. Benzer şekilde Avrupa

³⁷ Levitin (2008a, s.19) ABD’de American Express’in gelirinin yarısının işyeri komisyonlarından, MasterCard ve Visa’nın toplam gelirinin ise 1/5’inin takas komisyonlarından oluştuğunu belirtmektedir. Levitin (2008a) aynı zamanda takas komisyonunun, kart kuruluşunun kart kullanımını ve işlem hacmini artırmak için kullandığı bir araç olmasından dolayı, kredi kartı ile ilgili diğer gelirleri de artırıcı bir rol oynadığını ve bu çerçevede bütün sistemin kilidi rolünde olduğunu söylemektedir.

³⁸ Lyon (2006), 2007 yılında işyerlerinin ABD’de Visa ve Mastercard ödeme kartlarının çok tarafı belirlenen takas komisyonları için 30 milyar ABD dolarından fazla ödeyeceklerini hesaplamıştır.

³⁹ Bu kısımda takas komisyonu ile ilgili yer verilen çoğu sorunun (takas komisyonunun çok tarafı belirlenmesi/rekabet hukuku sorunu dışında), aynı zamanda işyeri komisyonları için de geçerli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla kamu müdahalesine ilişkin bir politika oluşturulurken dört taraflı sistemler kadar üç taraflı sistemler için de bu eleştiriler dikkate alınmalıdır.

Komisyonu (2006, s.141) tarafından yapılan analizde, yüksek takas komisyonları ile yüksek ihraççı gelirleri arasında tutarlı bir bağlantı olduğu ortaya konulmaktadır. Rochet ve Tirole (2007, s.28-29) ise kullandıkları model ile belirli koşullar altında ihraççılar tarafından belirlenen takas komisyonunun sosyal açıdan optimum seviyenin üzerinde olabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda öncelikle kredi kartları piyasasının, yoğunlaşma oranlarının yüksek olduğu bir piyasa olduğu ve takas komisyon oranının çok taraflı belirlendiği dikkate alınır, piyasanın kendi içinde aşırı fiyatlamayı dengeleyecek bir mekanizmasının bulunmadığı söylenebilir. İkinci olarak ise kredi kartları piyasasındaki sahtecilik ve dolandırıcılık ile mücadele yöntemlerinin gelişmesi ve teknolojik yeniliklerin özellikle iletişim alanındaki gelişmelerin kullanımı ile birlikte kart kuruluşlarının maliyetlerinin zaman içinde azaltılmasına rağmen takas komisyonlarında tam tersi yönde hareketlerin oluşması, pazar gücünün aşırı fiyatlama yönünde kullanıldığı konusundaki şüpheleri artırmaktadır (Balto, 2000).

2.2.1.3. Takas Komisyonu ve Aşırı Kart Kullanımı

Tüketicilerin takas komisyonu nedeniyle, faydalandıkları hizmetlerin maliyetlerine katlanmazken işyeri tarafının bu maliyetleri karşılamasının, kredi kartının tüketici tarafında *aşırı tüketimine* neden olduğu yönünde göstergeler bulunmaktadır. Benzer şekilde takas komisyonu yoluyla kredi kartı kullanımının teşvikinin, kredi kartı kullanıcı sayısını, kredi kartı harcamalarını ve dolayısıyla *kredi kartı borçlanmalarını artırabileceği* söylenebilir. Ahuja (2009) takas komisyonuna ilişkin bir kamu müdahalesinin etkilerini tahmin etmeye yönelik oluşturduğu model sonrasında; takas komisyonundaki bir azalmanın kredi kartı harcamalarında ve borçlarında azalmaya neden olacağı sonucuna ulaşmaktadır. Bu çerçevede Frankel (1998) *ödeme araçları piyasasında oluşacak çarpıklıktan* kaçınmak için sıfır takas komisyonunu önermektedir. Benzer şekilde Frankel ve Shampine (2006, s.671-672) dört taraflı kart sistemlerindeki işyerlerine getirilen kart kabul ücretlerinin önemli oranda ve yapay (arbitrary) olarak tüketici fiyatlarını yükselttiğini, tüketicileri daha maliyetli ve daha az etkin ödeme yöntemine yönlendirerek ödeme araçları arasındaki rekabeti bozduğunu savunmaktadır.

2.2.1.4. Takas Komisyonu ve İşyeri Ücretleri

Literatürde işyerlerinin kendilerine uygulanan ücretlere karşı pazarlık güçlerinin ve dirençlerinin düşük olmasının, takas komisyonunun sosyal optimum düzeyinden sapmasına yol açtığı ileri sürülmektedir. Rochet ve Tirole (2002, s.566) işyerlerinin direncinin zayıf olmasının ve marjinal kart hamili müşteri faydası yerine ortalama kart hamili faydasını dikkate alarak kart kabul etme kararını almasının, takas komisyonlarının çok yüksek belirlenmesine neden olabileceğini belirtmektedir. Bu çerçevede Rochet ve Tirole (2002) işyeri direncini azaltıcı unsurlar arasında; kart hamillerine verilen kart ödülleri, tüketicilerin hangi işyerlerinin kart kabul ettiği konusunda bilgilendirilmesini ve

kart kabul etmeyenlerden alışveriş yapmama tercihinin yüksek olmasını saymaktadır. Ayrıca işyeri tarafına aşırı fiyat uygulanmasına rağmen işyerlerinin kart kabulünden vazgeçememekte olduğu, bunun nedeninin işyerleri için kredi kartı kabulünün sadece işlemsel faydalardan kaynaklanmadığı, **rekabetçi güdülerin** de önemli rol oynadığı iddiaları, takas komisyonu konusundaki diğer bir eleştiri konusudur⁴⁰. İşyerleri yeni müşteri kazanmak veya mevcut müşterileri kredi kartı kabul eden işyerlerine kaptırmamak için, kredi kartı kabulünün maliyetleri sağladığı işlemsel faydaların üzerinde olsa dahi, kredi kartı kabul etmeye devam etmeyi tercih edebilirler (Frankel, 1998). Bu durum kart kullanımının aşırı teşvikine yol açabilir. Söz konusu yaklaşımın Avrupa Komisyonu tarafından yakın zamanda benimsendiği görülmektedir. Nitekim Avrupa Komisyonu 2007 yılında *MasterCard*'ın çok taraflı takas komisyonu belirlemesine “turist testi” olarak adlandırılan kıstasları sağlaması sonrasında izin vermiştir⁴¹.

2.2.1.5. Takas Komisyonu ve Bilgi Sorunları

Takas komisyonları konusunda ele alınabilecek bir diğer sorun, kredi kartları piyasasında **bilgi sorunlarının** bulunması nedeniyle, piyasanın kendi haline bırakılması halinde⁴², oluşacak fiyatların (takas komisyonu da dâhil olmak üzere) etkin fiyatları yansıtmayacağıdır. Bu doğrultuda takas komisyonu uygulamasına bakıldığında piyasadaki bilgi akışı önünde asimetric bilgi, bilgi eksiklikleri, şeffaf olmayan fiyatlama gibi çeşitli engellerin bulunduğu görülmektedir.

Takas komisyonunun işyeri komisyonu içinde gizli olması ve tüketiciye doğrudan kredi kartı maliyeti olarak değil, ürün fiyatları içinde dolaylı ve gizli bir şekilde yansıyor olması işyerlerinin ve tüketicilerin kredi kartı maliyetleri hakkında tam bilgi sahibi olmasının önünde bir engel teşkil etmektedir (Leinonen, 2010, s.1, 11). Bilgi eksikliği durumunda karar vericiler eksik bilgi ile karar almak durumunda kalmakta ve bu kararlar etkinlikten uzaklaşmaktadır. Kart hamili tüketici çoğunlukla kredi kartı ile yapılan ödemenin, tüm ayrıntılarının ayrımında değildir⁴³. Tüketici, daha çok kredi kartının taksit,

⁴⁰ Kredi kartı kabul etmek bir işyerine rakiplerine karşı rekabetçi avantajlar sağlayabilir (Semeraro, 2009, s.432). Rekabet stratejisi çerçevesinde bir davranış olan bu durum, “işyerlerinin rekabetçi güdülerle kart kabulü” olarak tanımlanabilir. Bu çerçevede Frankel (1998) işyerlerinin kart kabulünde dikkate aldıkları iki farklı unsur bulunduğunu ifade etmektedir: i) işlem başı maliyet ve faydalar nedeniyle oluşan belirleyiciler yanında; ii) diğer işyerleri ile rekabet kaygısıyla (satışların artırılması veya müşteri kaybetmemek için) oluşan belirleyiciler.

⁴¹ “Turist testi” hakkında bakınız: Rochet ve Tirole (2007) ve Avrupa Komisyonunun 01.04.2009 tarihli basın duyurusu (Avrupa Komisyonu, 2009).

⁴² Özellikle rakip konumundaki teşebbüslerin fiyatı birlikte belirlemelerine izin verilmesi durumunda bu önerme geçerli olacaktır.

⁴³ Benzer şeffaf olmayan fiyatlama ve bilgi sorunları işyeri tarafı için de geçerli olabilmektedir. Nitekim Avrupa Komisyonunun çok taraflı takas komisyonu ile ilgili son dönemdeki

ödemenin ertelenmesi, kazanılan ödüller/milller/bonuslar gibi faydalarını görebilmekte ve karar aşamasında dikkate almaktadır. Diğer yandan çoğu tüketici ödeme yöntemi olarak kredi kartı seçiminin, işyerine işyeri komisyonu olarak bir maliyet getirdiğinin, perakende fiyatları artırabildiğinin, nakit kullanandan kredi kartı kullanana bir gelir aktarımını içerdiğinin ve bu aktarımın düşük gelirden yüksek geliriye doğru olduğunun farkında değildir (Schuh ve diğerleri, 2010, s.1). Dolayısıyla söz konusu bilgi sorunları takas komisyonunun aşırı yüksek olabilmesine ve kart kuruluşlarının aşırı kâr etmelerine imkân sağlayabilmektedir.

Bu çerçevede takas komisyonları konusunda olabildiğince şeffaflığın sağlanmasının gerektiği savunulmaktadır (Frankel ve Shampine, 2006; s.672). Ayrıca uygulamada kart kullanıcılarına ilave ödeme getirilmesinin düşük bir olasılık olması nedeniyle⁴⁴, bazı yazarlar tarafından takas komisyonlarının sıfırlanmasının daha doğru bir yaklaşım olarak ileri sürüldüğü görülmektedir. Bu çerçevede takas komisyonunun piyasanın iki tarafını dengeleyici, alternatifsiz bir araç olarak görülmemesi gerektiği savunulmaktadır. Takas komisyonunun sıfırlanmasıyla örtülü, gizli ücretlendirmeye son verileceği, iki taraflı piyasadaki dengenin ise işyeri tarafında hissedilen dolaylı şebeke etkilerinin, işyerlerinin kredi kartı faydalarını kart kullanan tüketicilere düşük fiyatlar yoluyla aktarmasını teşvik ederek sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca iki taraf arasında bu şekildeki bir aktarımın daha doğal, dengeli ve şeffaf olacağı, aksi durumun kart kuruluşlarının aşırı kârlarını korumalarını savunmak olacağı öne sürülmektedir (Heimler, 2011).

Bu noktada *fiyatın bilgi taşıma özelliğini kaybetmesinin* ödeme yöntemleri piyasasında aksaklığa yol açabileceği hususunu vurgulamakta fayda vardır. Diğer unsurların eşit olması durumunda rasyonel bir tüketicinin maliyeti düşük olan ürünü tercih etmesi beklenir. Ödeme araçları pazarında ise kredi kartı sisteminde yer alan, fiyatların gizli, örtülü bir şekilde nihai tüketiciye aktarılması ve maliyeti yansıtıcı özelliğini kaybetmiş olması gibi bazı çarpıklıklar, pahalı olan ödeme aracının tercih edilmesi ve kredi kartı hizmetinin sosyal refah açısından optimum seviyenin üstünde üretilmesi⁴⁵ ve tüketilmesi sonucuna götürebilmektedir. Bu anlamda özellikle kart ödülleri, daha

kararlarında, kart kuruluşlarının işyerlerine daha şeffaf fiyatlama uygulanması yönünde taahhütlerde bulunmasını sağladığı görülmektedir.

⁴⁴ Frankel (1998) işyerlerinin kartlı ödemeye farklı fiyat uygulamasının yasal ve sözleşmelerden kaynaklanan (kart kuruluşlarınca getirilen) sınırlamalar ve farklı fiyat uygulamanın maliyetleri nedeniyle mümkün olmadığını vurgulamaktadır. Bunun yanında fiyat farklılaştırması aleyhine olan bu güçlü eğilimin kart kuruluşlarına takas komisyonunu belirlemede pazar gücü sağladığını belirtmektedir.

⁴⁵ İki taraflı bir pazarda sosyal refahın optimum olduğu nokta, son birim hizmet veya malın üretilmesi ile oluşan, her iki pazar birlikte dikkate alınarak hesaplanan, marjinal sosyal maliyet ve marjinal sosyal faydanın birbirine eşit olduğu nokta olarak tanımlanabilir. Kredi kartlarının aşırı kullanımı veya sosyal optimumun üzerinde üretilmesi ifadeleri ile sosyal marjinal maliyetlerin sosyal marjinal faydaları aştığı noktalar kastedilmektedir.

pahalı/maliyetli kartların daha çok kullanılabilmesi sonucunu doğurmaktadır (Heimler, 2010). Diğer taraftan söz konusu bilgi sorunları nedeniyle takas komisyonu ve işyeri komisyonlarının kart kullanıcısı ve kart kullanıcısı olmayan tüketicilere işyerleri tarafından fiyatlar içinde gizli olarak aktarılması söz konusu olabilmektedir⁴⁶. Buradaki temel sorun işlemle alakası olmayan üçüncü taraflara negatif dışsallık yaratılması olarak gösterilebilir.

2.2.1.6. Takas Komisyonunun Çok Taraflı Belirlenmesi

Son olarak, takas komisyonu konusundaki tartışmaların başladığı nokta olarak nitelenebilecek olan ve literatürde iki taraflı piyasalar ve kredi kartları piyasası konusunda çalışmaları tetikleyen, *takas komisyonunun çok taraflı belirlenmesi* sorunundan bahsedilebilir. Nerede ise tüm dünyada rekabet hukuku uygulamalarında, bir piyasada ürün fiyatının pazarın aynı seviyesindeki firmalar tarafından yatay anlaşmalar ile belirlenmesi yasaklanmakta ve tipik bir kartel davranışı sayılarak, çok uç bir örnek olmadıkça izin verilmemektedir. Benzer şekilde bankaların ikili anlaşmaları yerine çok taraflı olarak takas komisyonunun belirlenmesi, rakiplerin bir araya gelerek fiyat belirlemesi şeklinde görüldüğü için, bir kartel davranışına benzetilebilir. Ancak bu konuda uygulamada çok taraflı takas komisyonuna bu kadar katı bir yaklaşım söz konusu değildir. Bu kapsamda takas komisyonunu ele alan ve bu alandaki rekabet hukuku ve diğer kamu müdahalesi araçlarını irdeleyen literatürdeki önemli bazı çalışmalara aşağıda kısaca yer verilmektedir.

Baxter (1983) bu konuda; “Mahkemeler, takas komisyonlarının kolektif olarak kurumsal düzeyde belirlenmesinin hem uygun hem de istenilir olduğunu tanımalıdır” sonucuna ulaşmaktadır. Bu savına gerekçe olarak takas komisyonunun bireysel düzeyde (ikili anlaşmalarla) belirlenmesinin kaotik sonuçlar doğuracağını (daha yüksek ücretler ve kart sisteminde istikrarsızlık gibi) göstermektedir. İletişim ve taşıma maliyetlerindeki düşüş ve mahsuplaşmadaki ölçek ekonomilerinin büyümesi ile birlikte takas komisyonunda düşüşler yaşanacağını belirterek, ABD’de çek komisyonlarında yaşanan gelişmeleri örnek olarak göstermektedir. Ancak tarihsel gelişim, takas komisyonlarında söz konusu maliyet düşüşlerini yansıtacak bir indirimin gerçekleşmediğini göstermektedir (Balto, 2000). Chang ve Evans (2000) benzer şekilde bu tür piyasalarda ikili anlaşmalar ile takas komisyonu belirlenmesi yükümlülüğünün getirilmesinin veya maliyet bazlı fiyatlama düzenlemeleri gibi kamu düzenlemelerinin, ihraççı bankaların tüm maliyetlerinin kart hamillerine yüklenmesi nedeniyle tüketici refahının azalması⁴⁷, aşırı işlem maliyetleri,

⁴⁶ ABD’de House Judiciary Chairman John Conyers tarafından, oluşturulan çalışma grubunca yapılan hesaplamalar sonucu, 2005 yılında kredi kartı kullanan ve kullanmayan tüm hane halklarının hane başına 300 ABD dolarının üstünde, fiyatların içine gizlenmiş olarak takas komisyonu ödediklerinin bulunduğu açıklanmıştır (Aktaran: Eubanks, 2008, s.1).

⁴⁷ Diğer taraftan Avrupa Komisyonu (2006, s.141) tarafından yapılan analizde, yüksek (düşük) takas komisyonunun kart hamili tüketicilerin daha az (fazla) ücret ödemesine yol açtığı yönünde bir gösterge olmadığı, ancak yüksek takas komisyonları ile yüksek ihraççı gelirleri

pazardaki aktörlerin güdülerini çarpıtma gibi önemli sakıncalara sahip olduğu görüşündedir. Diğer taraftan Chang ve Evans (2000) takas komisyonu belirlenmesine yönelik olarak yapılacak kamu müdahalesinin, dört taraflı sistemleri üç taraflı sistemler karşısında dezavantajlı duruma sokacağı görüşünü de vurgulamaktadırlar. Schmalensee (2002), kart sisteminin bireysel değerini azamileştiren takas komisyonu düzeyinin sosyal optimumu sağlayan düzeyden farklılaşabileceğini belirtmekle birlikte, kamu müdahalesi ile maliyet temelli belirlenen takas komisyon oranlarının da sosyal refahı artırmayı garanti etmeyeceğini vurgulamaktadır.

Son olarak, Rochet ve Wright'ın (2010) kredi kartı takas komisyonlarının belirlenmesi konusunu ve kamu düzenlemelerini analiz ettikleri çalışmada, kârını ençoklamayı amaçlayan tekel durumundaki kart şebekesinin, hem kredi kart ile borçlanan kart hamillerinin hem de sadece ödeme amaçlı kullanan kart hamillerinin kart kullanımlarını teşvik etmek için takas komisyonunu daha yüksek⁴⁸ belirleme yönünde güdüsü olduğu belirlenmektedir. Bu doğrultuda yazarlar tüketici artığını ençoklamak için kamu düzenlemesi ile aşırı kart harcamalarını teşvik eden takas komisyonuna sınırlama getirilmesinin gerekli olabileceğini belirtmektedirler.

Takas komisyonu ile ilişkili ortaya çıkan sorunlara ilişkin literatür değerlendirildiğinde, genel olarak kredi kartları piyasasında bu piyasaya ve özellikle takas komisyonuna sosyal etkinliğin sağlanması amacıyla kamu müdahalesini gerektirebilecek çeşitli sorunların ve piyasa aksaklıklarının mevcut olduğunun kabul edildiği görülmektedir. Bu konuda takas komisyonun sıfırlanması veya çeşitli maliyet ölçütlerine göre veya başka türlü kıstaslar belirlenerek sınırlanması, şeffaflaştırılması, diğer ödeme yöntemlerini kullananlar üzerindeki negatif dışsallıkların engellenmesini teminen sistemdeki tıkanıklıkların giderilmesi gibi öneriler öne çıkmaktadır (Leinonen, 2011, s.18).

2.2.2. Tüketici Borçlanma ve İflasları

Kredi kartı alışverişte sağladığı likidite esnekliği ile veya sosyokültürel ve psikolojik faktörler ile tüketicilerin alışveriş yapmalarını teşvik ederek, tüketicilerin mutlak harcamalarını ve kart harcamalarını artırmakta⁴⁹ ve

arasında tutarlı bir bağlantı olduğu, dolayısıyla yüksek takas komisyonunun yüksek ihraççı maliyetlerini göstermeyeceği belirtilmektedir. Dolayısıyla takas komisyonuna getirilecek üst sınırın her zaman kart hamilleri üzerindeki maliyetlerin artmasına neden olacağı şeklinde bir çıkarım doğru olmayacaktır.

⁴⁸ Tüketici artığını ençoklayan takas komisyonu oranından daha yüksek.

⁴⁹ Mann (2006, s.47), Visa'nın yürüttüğü bir araştırmaya göre bir restoranda kart ile ödemeye izin verilmesinin, tüketici başına ortalama harcamayı %30 artırdığının tespit edildiğini aktararak, temassız kartların bu fazla harcama etkisini daha da artıracığı görüşünü dile getirmektedir. Diğer yandan kredi kartı, nakit ve hatta banka kartına göre tüketicilerin realiteden kopmasını ve tüketicilerin ödeme güçlerini aşan miktarlarda harcamasını kolaylaştırabilmekte olduğu da dile getirilmektedir (Mann, 2006, s.29, 46). Feinberg (1986) ise çalışmasında, kredi kartı kullanımının harcama ihtimalini ve miktarını artırdığına ve harcamaya ilişkin karar süresini kısalttığına işaret etmektedir.

tüketicilerin borçlanmalarını kolaylaştırarak borç stoklarını artırabilmekte, hatta bireysel finansal sıkıntı ve iflaslara ve sosyal sorunlara neden olabilmektedir. Bu konuda Mann (2006, s.60-67), çeşitli ülke verileri ile yaptığı ampirik analiz ile zaman içinde kredi kartı borçlanmalarının diğer borçlanma araçlarına göre arttığını, kredi kartı harcamaları ile bireysel mali sıkıntı ve iflaslar arasında pozitif bir ilişkili olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Ellis (1998), kredi kartı borcu ile tüketici iflasları arasında güçlü bir korelasyon bulmaktadır. Tüketicilerin bireysel mali sıkıntı içine girmeleri çok çeşitli sosyal maliyetleri birlikte getirebilmektedir. Kredi kartı sistemi tarafından kart borçları nedeniyle ekonomiye, ilgili piyasadaki aktörler tarafından içselleştirilmeyen, dışsal maliyetler yüklenmesi ilgili piyasaya kamu müdahalelerinin önerilmesini ve uygulanmasını beraberinde getirmektedir.

Kredi kartının ödeme ve borçlanma fonksiyonlarını bir arada bulunduran bir mekanizma olması, ödeme araçları piyasasındaki başarısının temelinde yatarken, diğer yandan aynı durum kredi kartı ile ilgili birçok sorunun da kaynağı olarak görülebilmektedir. Öncelikle kredi kartının bir borçlanma aracı olma yönüyle tüm kredi türleri gibi geri ödenmeme ve temerrüt riski bulunmaktadır. Ancak bu riskin kredi kartında diğer borçlanma araçlarına göre daha yüksek olduğu söylenilebilir. Zira kredi kartı ile borçlanma daha kolay ve esnektir, borçlanma miktarı ve ödeme zamanı kart hamiline bağlıdır. Ayrıca kredi kartının ödeme aracı olması yönüyle harcamaları kolaylaştırma ve artırma özelliği, borçlanma aracı olma yönüyle kolay ve esnek borçlanmayı sağlaması özelliği ile birleştiğinde, kart hamili açısından borçlanmayı ve borç risklerini artırıcı bir özellik taşımaktadır⁵⁰ (Mann, 2006, s.40, 119; Agarwal ve diğerleri, 2010).

Ayrıca kredi kartının psikolojik faktörler nedeniyle daha fazla harcamaya yol açtığına ilişkin çeşitli çalışmalara da rastlamak mümkündür. Bu konuda kredi kartının ödeme zamanını erteleyerek, alım esnasındaki ödeme sıkıntısını ve acısını azalttığını, geçmiş deneyimlerin hatırlanmasında ve gelecekteki harcama ve bütçenin hesaplanmasında sapmalara neden olduğunu ve bu çerçevede harcamaları artırdığını ifade eden Srivastava ve Raghbir (2002) ve kart limiti ile kredi kartı harcamaları arasındaki ilişkiyi inceleyerek, pozitif bir ilişki bulan ve yüksek limitli kart verilmesinin tüketicide bunun mantıklı nedenleri olmalı düşüncesini doğrulduğu, böylece tüketiciyi daha çok harcamaya itebildiği sonucuna ulaşan Soman ve Cheema (2002) çalışmaları örnek verilebilir. Her iki çalışmada da bu çerçevede kredi kartları piyasasında kamu düzenlemesi önerilerinin irdelendiği görülmektedir.

⁵⁰ Kredi kartının kullanım kolaylığı sağlaması nedeniyle ödeme aracı olarak daha fazla harcamaya neden olduğu çeşitli ampirik çalışmalarda gösterilmektedir (Mann, 2006, s.45-47). Bu nedenle kredi kartı kişilerin ödeyebileceğinden fazla harcamasına ve dolayısıyla borçlanmasına neden olabilmektedir.

Diğer yandan kredi kartı borçlanma aracı olma yönüyle, sermaye piyasalarının yapısından kaynaklanan bilgi aksaklıklarını bünyesinde barındırmaktadır. Bilgi aksaklıklarını bir tarafta piyasada bilgi aktarım mekanizmalarının (özellikle fiyatların) doğru çalışmaması sonucu piyasadaki aktörlerin etkin karar vermelerini sağlayacak bilgilerden mahrum kalması olarak, diğer tarafta ise tüketicilerin yanlış algılamaları ve değerlendirmeleri sonucu etkin karar vermelerini sağlayacak bilgi setine ve yetisine sahip olamamaları şeklinde iki grupta inceleyebiliriz. Bu çerçevede takas komisyonu ve işyeri komisyonu vasıtasıyla, tüketicilere fiyatlara gömülü ve örtülü olarak yansıtılan kart maliyetleri ve kart hamilleri tarafına aktarılan fonların maliyetleri şeffaf bir şekilde görülemediğinden, gerek kart hamilleri gerekse diğer ödeme yöntemlerini kullanan tüketicilerin, hatta işyerlerinin etkin karar verebilmeleri için gerekli olan bilgilerden mahrum kaldıkları söylenebilir. Bu doğrultuda kart hamillerinin kredi kartı kullanımının aşırı desteklenmesine yol açan piyasadaki fiyatlama yapısı, kart harcamalarına paralel olarak kart borçlanmalarını ve tüketici iflaslarını da artırabilmektedir.

Diğer taraftan davranışsal ekonomi (behavioral economics) çerçevesinde tüketici davranışları değerlendirildiğinde, tüketicilerin karar alırken her zaman rasyonel davranmadığı ve *homo economicus* kavramının geçerli olmadığı görülmektedir. Örneğin çeşitli yazarlar tarafından tüketicilerin faiz oranlarındaki değişimlere yeterince duyarlı olmaması, bir ürünün faydasını olduğundan fazla veya riskini/zararını olduğundan düşük değerlendirmesi gibi tüketici yanlış algılamalarını rasyonel seçimler modelinin açıklayamadığı ileri sürülmektedir (Bar-Gill, 2004, s.1410). Tüketicilerin yanlış algılamaları ve değerlendirmeleri, bilgi aksaklıklarından ve eksik/sınırlı rasyonaliteden kaynaklanabilmektedir. Bu bağlamda kredi kartı piyasalarındaki sınırlı rasyonalite olgusunun (bounded rationality) tüketicilerin aşırı borçlanmalarına neden olabileceği söylenebilir. Söz konusu sınırlı rasyonalite çeşitleri arasında başlıcaları, *miyopluk* (myopia)⁵¹, *kontrol problemi* (self-control problem), *erteleme ve harekete geçmekte zorlanma* (procrastination and inertia), *gerçekçi olmayan iyimserlik* (optimism bias), *yanlış istekler* (miswanting) ve *toplu maliyetin görülmemesi* (cumulative cost neglect) şeklinde sayılabilir (Sunstein, 2006; Ausubel, 1997). Öte yandan tüketiciler tarafındaki kredi kartı alma kararı zamanı ile kredi kartı ile borçlanma kararı zamanı arasındaki farklılık tüketicinin yanlış algılamalarına neden olabilen ve harcama ve borçlanmasını artıran bir unsur olarak öne çıkabilmektedir (Bar-Gill, 2004, s.1399). Tüketici kredi kartı kabul ederken borçlanmayacağını düşünerek bu fonksiyona ilişkin hiçbir değerlendirme yapmadan kabul kararı verebilmekte ve sonrasında elinde bulunan kartla borçlanmaya karar vermesi daha kolay olmaktadır.

⁵¹ Akalın (2002, s.130-131) bu durumu dinamik bir piyasa başarısızlığı olarak ele almakta ve “insanların teleskopik fükültelerinin bozuk olması” şeklinde ifade etmektedir. Yani bireyler geleceği optimalın üstünde bir oranla iskonto etmektedir.

Bar-Gill (2006), kredi kartının çeşitli ürün ve hizmetlerin birbirine bağlanmış hali olarak görülebileceğini belirterek, kredi kartının bu özelliği nedeniyle, bir ödeme aracı olarak banka kartlarının kredi kartları ile rekabet edebilmesinin çok zor olduğunu söylemektedir. Bu kapsamda kredi kartı ihraççısının kart hamillerinin borçlanmaya karşı sınırlı rasyonelitelere faydalanarak, alışveriş işlemlerine ilişkin fiyatlamayı düşük tutacağını (hatta negatif fiyatlayacağı), diğer taraftan borçlanma durumundaki fiyatları (faiz, gecikme ücreti vs.) yüksek tutmayı tercih edeceğini söylemektedir⁵². Bu durumda tüketiciler borçlanma risklerini düşük tahmin ettiklerinden, sadece ödeme aracı fonksiyonu bulunan banka kartına göre daha fazla fonksiyonu bulunan kredi kartını tercih edeceklerdir. Çünkü tüketiciler harcamalar üzerinden kendilerine gelen fayda ve maliyetleri doğru değerlendirirken, borçlanma fonksiyonu üzerindeki maliyet ve riskleri olduğundan düşük değerlendirmekte ve öyle karar vermektedir. Aynı zamanda banka kartı ihraççısı, aynı kart üzerinden borçlanarak yüksek ücretler ödeyen bir müşteri grubu bulunmadığı için, banka kartı kullanıcılarına benzer düşük ödeme aracı fiyatları sunmakta zorlanacaktır (Bar-Gill, 2006, s.49-50)⁵³. Dolayısıyla söz konusu ürün bağlama özelliği nedeniyle, kredi kartı fiyatlama yapısının kart hamili tarafının aşırı desteklenmesine, kredi kartı harcamalarının teşvikine ve tüketici borçlanmalarının artmasına katkıda bulunmakta olduğu söylenebilir.

Tüketicilerin bu tür sınırlı rasyonellikleri doğrudan kredi kartları piyasasında faaliyet gösteren firmaların davranışlarından kaynaklanmamakla birlikte, genel olarak kart kuruluşlarının tüketicilerin bu zayıf yönünü kullandıkları söylenebilir. Örneğin ihraççı firmaların pazarlama ve tanıtım stratejileriyle tüketicilerin kredi kartının daha çok faydalarına ve olumlu yönlerine odaklanması için çalıştıkları veya sözleşme ve pazarlama tekniklerini kullanarak tüketici miyopisinden faydalandıkları görülmektedir (Mann, 2006, s.5). Bu çerçevede kredi kartları piyasasında var olan aksaklıkların ve fiyatlama mekanizmalarının tüketici borçlanma ve iflasları sorununa katkı yaptığı görülmektedir. Öte yandan kredi kartları piyasasındaki mekanizma kendi içinde, kamu müdahalesi olmadıkça, tüketicilere bilgi aksaklıklarına ve sınırlı rasyonellik davranışlarına karşı bir koruma sağlamamaktadır. Bu bağlamda kredi kartları piyasasında borçlanmayla ortaya çıkabilecek bireysel mali sıkıntılar ve toplumsal sorunların önüne geçebilmek adına, faiz oranı ile ilgili düzenlemeler, kart verilecek kişilerle ilgili güvenilirlik kriterlerine ilişkin yükümlülükler ve zorunlu asgari ödeme oranı gibi kamu düzenlemeleri gerekebilir. Ancak kredi kartları piyasasındaki fiyatlama mekanizmaları vasıtasıyla, aşırı kart harcamalarının gerçekleştiği ve bu

⁵² Ausubel (1991, s.70) bu durumun kredi kartının ödeme aracı olma fonksiyonundan kredi aracı olma fonksiyonuna çapraz sübvansiyonun açık göstergesi olduğunu söylemektedir.

⁵³ Chakravorti ve Shah (2001) kredi kartı ihraççısı tarafından uygulanan çoğu kart hamili faydasını artıracak programın, banka kartları tarafından uygulanmadığını göstermektedir. Diğer yandan banka kartlarının elde ettiği başarısı ise kısmen ürün farklılaştırma stratejilerine ve diğer banka hizmetleri ile bağlanmasına dayandırılabilir (Brown ve Plache, 2006, s.70).

çerçevede tüketicilerin yanlış algılamalarının sömürücü bir şekilde kullanıldığı belirtilerek, kredi kartının ödeme aracı olma yönüne ve fiyatlama yapısına müdahalenin de benzer gerekçelerle savunulduğu görülmektedir (Bar-Gill, 2004). Dolayısıyla yukarıda yer verilen açıklamalar ve literatür sonuçlarından, kredi kartının ödeme aracı olma yönüyle aşırı kullanımına yol açan fiyatlama mekanizmalarından kaynaklanan bazı aksaklıklara müdahale konusunda tüketici borçlanma ve iflaslarının önemli gerekçeler arasında yer aldığı görülmektedir.

2.2.3. Kredi Kartı Borçlarına Uygulanan Yüksek Faiz ve Fiyat Rekabeti İlişkisi

Bir önceki kısımla yakından alakalı olarak, kredi kartlarına uygulanan yüksek faiz oranları da bu piyasanın sorunlarından biri olarak ele alınabilir. Genel olarak kredi kartına, diğer kredi araçlarına nispeten yüksek faizlerin uygulandığı ve kredi kartı faizlerinin finansman maliyetlerinin artışına kısa sürede tepki vererek artarken, düşüslere tepki vermekte geç kaldığı görülmektedir⁵⁴. Kredi kartı faiz oranlarının yüksekliği borçlanan tüketicilerin geri ödemelerini zorlaştıran ve borç miktarını artıran bir unsur olarak, bireysel mali sıkıntı ve iflaslara neden olurken aynı zamanda sosyal maliyetlere de yol açabilmektedir.

Öte yandan tüketicilerin faiz oranlarına daha az duyarlı, yıllık kart ücretlerine daha duyarlı olması ve tüketicilerin borçlanma ihtimalini düşük tahmin etmelerinden dolayı, tüketiciler kart alma ve kullanım kararlarını borç faiz oranına değil yıllık kart ücretine göre almaktadır. Aynı zamanda tüketicilerin faiz oranlarına olan duyarsızlığı ihraççı bankaların faiz oranlarında fiyat rekabeti yapmak yerine, fiyat dışı unsurlarda rekabet ederek, dolaylı olarak kredi kartı harcamalarını ve borçlanmalarını artırmalarına yol açmaktadır. Bu doğrultuda literatürde yüksek ve yapışkan faizlerin bir rekabet eksikliği ve piyasa başarısızlığı olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ausubel (1991) yapmış olduğu ampirik çalışmada 1980'li yıllarda ABD kredi kartı ihraççı pazarının, çok sayıda sağlayıcı ve düşük giriş engelleri ile rekabetçi bir pazar görünümü sergilemesine rağmen, kredi kartı faiz oranlarının yüksek ve aşağıya doğru yapışkan olduğu, piyasada aşırı kârların söz konusu olduğu ve bu doğrultuda fiyatlama yönünden rekabetçi bir piyasaya benzemediği sonucuna ulaşmaktadır. Diğer taraftan ilgili piyasada açık bir rekabeti bozucu fiyat veya miktar anlaşması bulunmadığını da belirterek, ilgili piyasadaki bu çelişkili görünümün arkasında yatan nedenleri irdelemektedir. Bu kapsamda *arama ve geçiş maliyetlerini*, *asimetrik bilgi dağılımını* ve *rasyonel olmayan tüketici davranışlarını* bu piyasadaki fiyat rekabeti aksaklığının arkasındaki nedenler arasında saydığı görülmektedir.

⁵⁴ Faizlerin bu tür değişikliklere tepki vermekte geç kalması veya direnç göstermesi durumu, faizlerin yapışkanlığı (stickiness) veya katılığı (rigidity) şeklinde isimlendirilmektedir.

Ayrıca Ausubel (1991, s.70-71) bankaların faiz oranlarında rekabet etmek istememe nedenlerini yeni bir ters seçim teorisini (a new adverse-selection theory) ortaya koyarak açıklamaktadır. Buna göre kredi kartı kullanan üç müşteri grubu vardır. Birinci grup müşteri kredi kartını sadece ödeme aracı amaçlı kullanan ve borçlanmayan kullanıcılarıdır. Bu grup borçlanma faiz oranlarına duyarlıdır ve bu oranlar üzerinde bir etkisi de yoktur. İkinci grup ise kredi kartı alırken borçlanma niyeti olmamasına rağmen kendilerini kart ile borçlanmış bulan gruptur. Bu grup borçlanır ve borçlarını öderler. Bunlar ihraççı açısından kârlı müşterilerdir, borç faizi öderler, ancak faize duyarlıdırlar. Üçüncü grup müşteriler ise borçlanma niyeti ile kredi kartı alan ve borçlanan tüketicilerdir. Bunlar genelde diğer daha ucuz kredi araçları ile borçlanamayan geri ödememe riski yüksek müşterilerdir. Bu gruptakilerin kredi kartı seçiminde faiz oranlarını dikkate alması daha muhtemeldir. Bankalar faiz oranlarında rekabet ettiklerinde bu üçüncü grup riski yüksek müşterileri çekecektir. Dolayısıyla bankalar istemedikleri bir müşteri grubunu seçmek (ters seçim) istemediklerinden, fiyat rekabetine girmekte ve finans maliyetleri düştüğünde faiz oranlarını azaltmakta isteksiz davranacaklardır. Bu doğrultuda bankaların faiz oranlarında fiyat rekabeti yerine, kredi kartını sadece ödeme aracı olarak kullanmayı düşünen müşterileri çekmeye yönelik ödül para/puan, daha uzun faizsiz dönem, yıllık kart ücretlerinin azaltılması veya kaldırılması gibi unsurlarda rekabet etmeyi tercih edeceği belirtilmektedir. Böylece bu tür bir rekabet ile borçlanmayı düşünmediği halde kendisini borçlanmış bulan, kârlı ikinci grup müşteriler çekilebilecektir.

Ausubel (1991, s.75) faiz dışı unsurlarda rekabetin ihraççıların aşırı kârlarını engellemediğini belirterek, bu tür rekabetin (özellikle reklamların) dara kaybına ve sosyal refah kayıplarına yol açabileceğini söylemektedir. Ayrıca kamu müdahalesi konusunu değerlendirirken, düzenlemelerin çok sınırlı olumlu etki potansiyeli olduğunu ve yüksek faiz oranlarının etkinlik bakışıyla nötr kabul edilebileceğini⁵⁵ belirtmekle birlikte, yüksek faizlerin fakirlerden (kredi kartı ile borçlananlar), görece zenginlere doğru (banka hissedarları) gelir aktarımına yol açarak gelir dağılımı üzerinde istenilmeyen etkiler doğurabileceğini söyleyerek, bu kapsamda kamu vicdanı açısından kamu müdahalesinin gerekebileceğine işaret etmektedir. Bu çerçevede bu konudaki bir kamu müdahalesinde kredi kartının fiyatlandırma mekanizmaları ile bir ödeme aracı olarak aşırı teşvikinin, kredi kartı borçlanmalarına ve bireysel iflaslara katkısı göz ardı edilmemelidir.

⁵⁵ Faizlerin nötr kabul edilmesi, faizlerin üçüncü taraflar ve sosyal refah üzerinde etkisinin olmadığını kabul edilmesi veya diğer bir deyişle bir tarafın zararının diğer tarafın geliri olması ve faiz değişikliğinin etkisinin toplamda sıfır olduğunun kabul edilmesi şeklinde açıklanabilir.

2.2.4. Çapraz Sübvansiyon Sorunu, Kart Ödülleri ve Gelir Dağılımı

Çapraz sübvansiyon birbirinden çeşitli yönleriyle farklılaştırılabilen iki veya daha fazla sayıda müşteri gruplarının olması durumunda, çeşitli fiyatlama uygulamalarıyla bir gruptan diğer bir gruba yapılan parasal aktarım olarak tanımlanabilir. Bu anlamda çapraz sübvansiyonun farklı gruplar arasındaki gelir transferi olarak adlandırılabilmesi yanında, dışsallık olarak da nitelenebilmesi mümkündür. Örneğin kredi kartları piyasası ile ilgili olarak sıklıkla dile getirilen kredi kartı kullananlar ile kullanmayanlar arasındaki çapraz sübvansiyon durumunda, kredi kartı kullanmayanların kredi kartı kullanımından olumsuz etkilendiği ve parasal kayba uğradığı görülmektedir. Bu durumda kredi kartı kullanımı, kredi kartı işlemine taraf olmayan üçüncü kişi durumundaki kredi kartı kullanmayanları olumsuz etkilemektedir. Bu çerçevede kredi kartı kullananlar kullanmayanlara negatif dışsallık oluştururken, kredi kartı kullanmayanlar ise kart kullananlara pozitif bir dışsallık sağlamaktadır.

Çapraz sübvansiyon kredi kartları piyasası ile ilgili olarak çok çeşitli şekillerde ve düzeylerde karşımıza çıkabilmektedir. Kredi kartları piyasasındaki ve özellikle takas komisyonunun neden olduğu çapraz sübvansiyon konusunun son yıllarda çeşitli çalışmalara konu olduğu görülmektedir. Frankel ve Shampine (2006), Levitin (2008a, b), Semeraro (2009), Schuh ve diğerleri (2010), Leinonen (2010, 2011) bu tür çalışmalara örnek olarak gösterilebilir. Diğer yandan çapraz sübvansiyon sorununun sadece takas komisyonu kaynaklı değil işyeri komisyonu kaynaklı da olabileceği dikkate alınmalıdır⁵⁶.

Çapraz sübvansiyon sorunu ilk olarak piyasanın iki tarafı arasındaki fiyat dengesizliği çerçevesinde ele alınabilir. İkinci olarak kredi kartı kullanıcıları ile diğer ödeme aracı kullananlar arasındaki gelir transferinden bahsedilebilir. Üçüncü olarak kredi kartı kullanımı sonucunda bir şekilde faiz ve ceza ücretleri ödeyenlerden (özellikle kredi kartı ile borçlananlardan), diğer kredi kartı kullanıcılarına (borçlanmayan kullanıcılar) yapılan transferlerden bahsedilebilir⁵⁷. Ayrıca çapraz sübvansiyon konusunda önemli rol oynayan kart ödülleri bu bağlamda değinilmesi gerekmektedir.

2.2.4.1. Piyasanın İki Tarafı Arasındaki Gelir Transferi

İki taraflı bir piyasa olarak kredi kartları piyasasında, iki taraf arasındaki fiyat düzeylerinin farklı olabileceğinin literatürde genelde kabul edildiği

⁵⁶ Bu kapsamda Prager ve diğerleri (2009) bazı durumlarda üç taraflı sistemlerin de dikkate alınarak, takas komisyonları yerine işyeri komisyonlarının kamu düzenlemesine tabi tutulmasının daha uygun bir tercih olacağını belirtmektedir

⁵⁷ Ödeme yöntemlerine ilişkin daha başka çapraz sübvansiyon tartışmalarına da rastlanabilmektedir. Örneğin Bento (2008) bankalar tarafından nakit paranın maliyetinin altında (genelde bedava) fiyatlandığını ve diğer bankacılık hizmetlerinden fazla ücret alınarak çapraz sübvansiyon gerçekleştirildiğini savunmaktadır. Leinonen (2011) benzer şekilde ihraççı tarafındaki nakit ve kart arasındaki çapraz sübvansiyona dikkat çekmektedir.

söylenbilir. Ancak literatürde iki taraf arasındaki gelir transferini sağlama mekanizmaları üzerinde anlaşmazlıkların olduğu görülmektedir. Özellikle bu gelir transferinin şeffaf olmayan bir şekilde, takas komisyonu vasıtasıyla işyeri komisyonları ve fiyatların içinde örtülü olarak gerçekleştirilmesinin çeşitli sorunlara yol açtığı ve kamu müdahalesini gerektirdiği savlarının son zamanlarda yoğunluk kazandığı görülmektedir. Aynı zamanda kredi kartı piyasasının olgunlaşmış bir piyasa olması, bu tür fiyatlama mekanizmalarının iki taraflı piyasa argümanı ile savunulabilmesini engellemektedir. Bu konudaki kamu düzenlemesi önerisi olarak, işyerlerinin kart kullanıcılarına kart maliyetlerini yansıtmasının sağlanması, takas komisyonunun kaldırılması ve iki taraf arasındaki gelir aktarımının açık bir şekilde işyerleri tarafından kart kullanıcılarına fiyat indirimi uygulanarak yapılması gerektiği dile getirilmektedir (Heimler, 2011). Ayrıca iki taraf arasındaki fiyat dengesizliğinin hangi düzeyde olması gerektiği de muğlâklığını korumaktadır. Söz konusu dengesizliğin gerektiğinden fazla olmasının tüm ödeme sistemleri üzerinde ve dolayısıyla tüm toplum üzerinde olumsuzluklar doğurabileceği açıktır. Bu çerçevede kart kullanıcıları piyasanın diğer tarafından destek alsada bu desteğin etkin olmayan bir düzeyde olmaması gerektiği söylenebilir (Hayashi, 2009).

2.2.4.2. Kredi Kartı Kullananlar ile Başka Ödeme Aracı Kullananlar Arasındaki Gelir Transferi

İşyerleri mümkün olduğunca üzerlerine yüklenen ödeme aracından kaynaklanan maliyeti dolaylı olarak fiyatların içinde tüketicilere yansıtma eğilimindedir (Katz, 2001, s.41). İşyeri ücretleri dolaylı vergiler gibi değerlendirilebilir, yani yansımaya kimin ödediğine bağlı değildir ve vergiyi veya komisyonu ödeyen ile asıl yüklenici farklı olabilecektir (Rysman, 2007, s.6). İşyerinin içinde bulunduğu pazardaki arz ve talep koşullarına göre söz konusu maliyetler tüketici fiyatlarına yansıtılacaktır. Özellikle rekabetin olmadığı, arz esnekliğinin yüksek, talep esnekliğinin düşük olduğu piyasalarda bu maliyetlerin önemli kısmı, fiyatlara yansıtılacak ve işyerlerinin kart kullanıcılarına farklı fiyatlandırma yapmalarını durumunda, kart kullanan ve kullanmayan tüm tüketiciler üzerinde kalacaktır⁵⁸. Rekabetçi bir pazar durumunda dahi söz konusu maliyetler tüketici fiyatlarına yansıtılabilecektir (Leinonen, 2011, s.19)⁵⁹. Aynen dolaylı vergilerde olduğu gibi bu durumda da

⁵⁸ Kredi kartı ile ve diğer ödeme araçlarına farklı fiyat uygulanıyorsa yansımaya sadece kredi kartı kullanıcılarına doğru gerçekleşebilir.

⁵⁹ Bilindiği üzere rekabetçi bir pazarda yansımaya talep ve arzın esnekliğine bağlıdır. Örneğin talep tam esnek ise vergi veya maliyet tüketici tarafına yansıtılamazken, arz eğrisi tam esnek ise sağlayıcı tarafından tümü tüketicilere yansıtılacaktır. Monopol veya eksik rekabet durumunda ise yansımaya yine arz ve talep eğrilerinin şekline bağlıdır. Bu durumda sabit marjinal maliyet ve sabit esnekliğe sahip talep eğrisi bulunması halinde yansımaya %100'ün dahi üzerinde olabilecektir. Monopol durumunda doğrusal talep ve yatay maliyet eğrisi olması halinde ise tüketici fiyatı verginin yarısı kadar artar, yani yansımaya oranı %50 olur. Diğer yandan kısa dönem ve uzun dönem, açık veya kapalı ekonomi gibi unsurlar da

kart kullanıcısı ve diğer tüketiciler karttan kaynaklanan bu fiyat artışlarını açıkça görememekte ve bir tür *mali anesteziyle* karşı karşıya kalmaktadırlar. Tüketiciler açısından bu durumun yol açtığı bir bilgi asimetrisinden de bahsedilebilir; kart kullanmanın faydalarını görebilirken, maliyetlerini ise net bir şekilde görebilmeleri mümkün olmamakta ve eksik bilgi ile karar vermek durumunda kalmaktadırlar. Dolayısıyla ilgili piyasada söz konusu olan *bilgi sorunları* piyasa aksaklığına yol açmakta ve kart kullanıcıları kart kullanımı konusunda eksik bilgi ile karar vermek durumunda kalırken, kart kullanmayan tüketiciler ise kendileri aleyhine gerçekleşen negatif dışsallıkları göremediklerinden bu konuda tepki vermekte yetersiz kalmakta ve bu dışsallığın engellenebilmesi için gerekli politikaların oluşumu sağlanamamaktadır.

Ayrıca kredi kartı kullananlar kart ödül programları ile kart sisteminin söz konusu gelirlerinden pay alırken, diğer ödeme yöntemlerini kullananlar için bir ödül söz konusu değildir. Bu iki grup arasındaki örtülü parasal aktarım ile bir kesim taraf olmadığı halde maliyete katlanırken, maliyetin tümüne katlanması gereken kesimin geri ödeme aldığı görülmektedir (Schuh ve diğerleri, 2010, s.2). Bu durum kredi kartı dışı ödeme araçlarına uygulanan bir vergi gibi etkide bulunur ve diğer ödeme araçlarını kullanmayı cezalandırarak, ödeme araçları arasındaki dengeyi bozucu bir rol oynayabilir (Carlton ve Frankel, 1995a, s.661). Takas komisyonunun, tüm tüketiciler için bir dolaylı vergi gibi işlev görmekle birlikte devlet tarafından değil, özel teşebbüsler tarafından ve hatta rakip firmalar tarafından birlikte belirlenerek tüketicilere yüklenmesi bir diğer eleştiri konusudur (Frankel ve Shampine, 2006, s.671).

Bu kapsamdaki çapraz sübvansiyona yol açan unsurlar arasında ilk olarak, işyerlerinin kredi kartı kullananlara *fiyat farklılaştırması yapamaması* veya kendi tercihi ile yapmaması sayılabilir. Diğer taraftan işyerlerinin *rekabetçi güdüler ile kart kabulü*, söz konusu çapraz sübvansiyonu artırıcı bir etkiye sahiptir (Katz, 2001, s.10). Kart kullananlar, daha fazla kart ile harcamaya yöneldikçe işyerleri açısından daha değerli hale gelmektedir. Bu durumda işyerleri de bu değerli kesimi çekmek için daha yüksek kart maliyetlerine razı olarak, yansıtabildiği kadar kısmını tüm tüketicilere yansıtmayı tercih edecektir. Levitin (2008a, s.25) ABD’de ödül kazandıran kartların kullanım ağırlığının zaman içinde önemli oranda artmasının, bu durumun bir göstergesi olduğunu belirtmektedir. Diğer taraftan kredi kartlarındaki fiyat dışı rekabet aracı olarak kullanılan *ürün farklılaşmalarının* da benzer şekilde çapraz sübvansiyona yol açtığı söylenebilir⁶⁰. Zira daha maliyetli kredi kartları kullanan tüketicilerin söz

yansımayı etkileyecektir. Bu konuda bakınız: Stiglitz (1999, s.493- 517).

⁶⁰ Bazı kredi kartlarına, diğerlerine göre ekstra taksit sağlama, fazladan ödül para/puan kazandırma, millerden, kampanyalardan, özel ürünlerden ve bazı üyelik avantajlarından (havaalanlarında özel ağırlama mekanları, indirimler, ek kart avantajları, alınan ürünlerin hırsızlığa karşı sigortalınması vs.) faydalandırma gibi özelliklerin eklenmesi bu piyasadaki ürün farklılaştırmasına örnek olarak gösterilebilir. Ürün farklılaştırması sonucu kazanılan

konusu kartların ekstra maliyetlerine katlanmaması ve bu maliyetlerin başka kesimlerin üstüne yüklenmesi durumunda, kart kullananlar arasında da bir çapraz sübvansiyondan bahsedilebilir.

Ayrıca düşük gelirli kesimin genelde kredi kartı alabilmesinin daha zor olduğu, daha az kart kullanma eğiliminde olduğu, nominal tutar olarak daha az harcamaya sahip olduğu, diğer taraftan yüksek gelir grubundakilerin ise kolayca kart alabildiği, kart kullanma eğiliminin daha yüksek olduğu, nominal tutar olarak daha çok harcamaya sahip olduğu gibi hususlar dikkate alındığında, yüksek gelir grubundaki tüketicilerin daha maliyetli kartlara sahip olmasının ve daha fazla kart imkanından faydalanmasının, düşük gelirden yüksek geliriye doğru bir gelir transferine de yol açtığı söylenebilir (Schuh ve diğerleri, 2010; Levitin, 2008b). Bu durumda sadece nakit kullandıktan kredi kartı kullananlara değil, aynı zamanda düşük harcama kalıplarına sahip veya düşük gelirli kredi kartı kullanan gruptan yüksek gelirli kredi kartı kullanan gruba doğru gelir dağılımını bozucu bir transfer söz konusu olmaktadır⁶¹.

Yukarıda bahsedildiği şekilde kart kullanımının fiyatlama mekanizmaları ile etkin olmayan bir şekilde teşvik edilmesi durumunda, kredi kartı kullanmayan tüketicilerin veya düşük maliyetli kart kullanan tüketicilerin, kredi kartı kullanımından olumsuz etkilenme riski bulunmaktadır. Bu bağlamda verilen hizmetlerden faydalanmamasına rağmen bu sistemden zarar gören üçüncü kişilerin bulunması, özellikle bunların kredi kartı alamayan alt gelir grubuna ait kişiler olduğu belirtilerek, takas komisyonlarına kamu müdahalesinin gerekçelendirilmesinde bir unsur olarak kullanılmaktadır. Diğer taraftan yer verilen farklı görüşlerden anlaşılacağı üzere, kamu müdahalesi konusundaki kararda politika yapıcıların bakış açıları ve öncelikleri belirleyici olacaktır.

2.2.4.3. Faiz Ödeyenler ile Diğer Kredi Kartı Kullanıcıları Arasındaki Gelir Transferi

Bir diğer çapraz sübvansiyon türü olarak kredi kartı kullanımı nedeniyle bir şekilde faiz ve ceza ücretleri ödeyenlerden, diğer kredi kartı kullanıcılarına yapılan transferlerden bahsedilebilir. İhraççı bankaların kredi kartı gelirlerinin önemli bölümünü faiz gelirleri oluşturmaktadır. Bu çerçevede kart ile borçlanan kesimin kredi kartı kuruluşları için önemli bir gelir kaynağı olduğu, tüm kredi kartı kullanıcıların teşvik edilmesinin ardındaki nedenlerden birinin borçlanan

özellikler beraberinde ek maliyetler getirmekte ve sonuçta farklı maliyetlere sahip kartlar ortaya çıkmaktadır.

⁶¹ Söz konusu gelir ile ters orantılı transferlerin akademik çalışmalar yanında, ABD’de günlük gazete makalelerine de konu olduğu görülmektedir. New York Times’da yayınlanan Floyd Norris’in “Rich and Poor Should Pay Same Price” başlıklı, 1 Ekim 2009 tarihli makalesi; Andrew Martin’in “How Visa, Using Card Fees” başlıklı, 4 Ocak 2010 tarihli makalesi ile Ron Lieber’in “The Damage of Card Rewards,” başlıklı, 08 Ocak 2010 tarihli makaleleri bunlara örnek olarak gösterilebilir (Norris, 2009; Martin, 2010; Lieber, 2010).

kârlı kesimin portföye alınması olduğu ve diğer kart kullanıcıları için katlanılan maliyetlerin, faizlerden elde edilen gelirlerle finanse edildiği söylenebilecektir. Bu durum likidite sorunu olmayan kart kullanıcılarının, yüksek faizler yoluyla, likidite sorunu olanlarca fonlanmakta olduğu şeklinde de ifade edilebilecektir (Chakravorti ve Emmons, 2001; Schuh ve diğerleri, 2010). Diğer yandan kredi kartı ile borçlananlar ile sosyoekonomik açıdan düşük konumda bulunanlar arasında pozitif korelasyonun bulunması durumunda⁶² (diğer bir deyişle eğer kredi kartı ile borçlananların büyük kesimi düşük gelirli ve azınlıklardan oluşuyorsa) gelir dağılımını bozucu bir gelir transferinden bahsetmek de mümkün olmaktadır⁶³. Bu durum düşük gelirli kimselerin kısa dönem borçlanmalarını yüksek faizli uzun dönem borçlanmalara dönüştürmesi ile daha da katlanmaktadır (Bar-Gill, 2006, s.50).

2.2.4.4. Kredi Kartı Ödülleri

Bu noktada kredi kartları piyasasındaki bazı sorunların ve özellikle çeşitli çapraz sübvansiyonların nedenleri arasında gösterilen, kart ödülleri değerlendirilmekte yarar vardır. Söz konusu kredi kartı ödül çeşitlerine örnek olarak; para iadesi (puan, bonus, chip para vb.), uçuş milleri, taksitlendirme ve taksit erteleme, ücretsiz telefonla görüşme süreleri, satın alınan mallarla ilgili ilave garantiler, araç kiralama sigortası, seyahat sigortaları, kartın çalınma ve kaybolmaya karşı sigortalanması gibi kart hamiline sağlanan avantajlar sayılabilir (Tokgöz Gür ve Küçükbüçükcü, 2011, s.188).

Hayashi (2009), Dove Consulting ve American Bankers Association (2005) ile Visa USA (2006) tarafından gerçekleştirilen araştırmaların tüketicilerin yakın zamanda kredi kartı ödülleriyle daha çok faydalanmaya başladığını gösterdiğini söylemektedir. Bunun yanında Ching ve Hayashi (2006, s.4), ödül kazandıran kredi kartları hamillerinin, harcamalarında bu kartlarını daha sık ve daha yoğun olarak kullandıklarını göstermektedir⁶⁴. İhraççı bankanın kart ödülleriyle ilgili maliyetleri çeşitli gelir kaynaklarından (kredi kartına ilişkin faiz gelirleri, kart hamili ücretlerinden elde edilen gelirler, işyerlerinden elde edilen gelirler gibi) karşılayabilmesi mümkündür. Ancak uzmanlar ihraççı bankaların bu konuda temel olarak işyeri komisyonlarına dayandıklarını söylemektedir (Hayashi, 2009, s.40; Bruno-Britz, 2006). Nitekim kart ödüllerinin genel olarak takas komisyonları ile birlikte hareket ettiği ve takas

⁶² Bu tür ilişkilerin bulunduğu yönünde çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Chien ve Devaney (2001) yaptıkları çalışmada kart hamili geliri ile kredi kartı borçlanması arasında negatif bir ilişki bulmaktadır.

⁶³ Diğer taraftan kredi kartı ile borçlananlar tarafından ödenen faizlerin ihraççı bankaların kârlarını artırmasının, borçlanmak durumunda kalan düşük gelirli kesimden banka hissedarı yüksek gelirli kesime doğru gelir dağılımını bozucu bir çapraz sübvansiyon oluşturduğunun ifade edildiği de görülmektedir (Ausubel, 1991).

⁶⁴ Bu anlamda ödül kazandıran kredi kartlarının, tüketicileri tekli erişime yönlendirdiği söylenebilir.

komisyonu arttıkça kart ödüllerinin arttığı görülmektedir (Rochet ve Wang, 2010, s.2)⁶⁵. Carlton ve Frankel (1995a, s.658) ise ödül programlarının kullanılmasının kart ihraççıları arasındaki rekabetin ve yüksek takas komisyonlarının doğrudan fonksiyonu olduğuna inandıklarını söylemektedir. Bu anlamda rekabet, bir taraftan ihraççıları kart hamillerine daha fazla gelir aktarmayı teşvik ederken, yüksek takas komisyonları da ihraççılara bu imkânı sağlamaktadır.

Levitin (2008a, s.27) son zamanlarda bonus kazanma, ödül uçuş mili biriktirme⁶⁶, gibi kart ödül programlarının, tüketici tercihlerini etkilemede çok başarılı olduğu ve bu şekilde kredi kartı kullanımının artırıldığı görüşündedir. Hayashi (2008b) ise ABD'deki kredi kartı ödül programların yaygınlığını açıklayabilecek 3 temel faktör tanımlamaktadır: (i) oligopolistik işyerleri (kart kabul eden işyerlerinin yer aldığı sektörlerdeki oligopolistik yapı)⁶⁷, (ii) çıktıyı ençoklamaya çalışan kart kuruluşları ve (iii) işyerlerinin farklı ödeme yöntemleri kullanan müşterilere fiyat farklılaştırması uygulayamamaları. Hayashi (2008b) ayrıca kart şebekeleri arasındaki rekabetin kart ödüllerinde aşırı bir artışa neden olabileceği, böylece sosyal refahın ve kaynak dağılımının bozulacağı ve kamu müdahalesinin gerekli olabileceğine işaret etmektedir (2008b, s.17). Kart kuruluşları arasındaki bu tür bir rekabet artışı etkinliği artırmayıp tam tersine etkinliği bozma potansiyeli taşıyabilmektedir.

Yüksek ödüllü kart türlerinin, toplam kart sayısı içindeki sayısı az olmakla birlikte işlem hacmi olarak önemli yer tuttuğu söylenebilir⁶⁸. Literatürde kredi kartı kullanıcılarına doğrudan mali faydalar sağlayan kart ödüllerinin, tüketicilere yanlış (distorted) fiyat sinyalleri göndererek kredi kartı kullanımını aşırı teşvik ettiği, ödeme yöntemleri pazarında çarpıklıklara neden olduğu ve kart piyasasındaki olumsuz bazı dışsallıklar ve çapraz sübvansiyonlarda rol oynayabildiği dile getirilmektedir (Schuh ve diğerleri, 2010, s.36). Öte yandan kart kuruluşlarının kart ödüllerinin işyeri ve kart hamilleri arasındaki dengeyi koruyabilmek için gerekli olduğunu ve ödüllerin tüketicileri daha maliyetli ödeme yöntemlerinden (çek gibi) daha az maliyetli ödeme kartlarına

⁶⁵ Rochet ve Wang (2010, s.2), ihraççı pazarındaki yoğunlaşmanın artması ile konsolidasyonları, artan kart ödüllerinin ve takas komisyonu oranlarının arkasındaki temel neden olarak görmekte ve sonuç olarak büyük ihraççıların kârı artarken, işyeri kârlarının ve tüketici refahının azaldığını söylemektedir.

⁶⁶ Kredi kartı ile ödül uçuş mili kazanmanın tüketici harcamalarına ve ödeme yöntemi tercihlerine etkisi yakın tarihli bir Hollywood filmine de konu olmuştur: Türkiye'de 2010 yılında gösterime giren "Akli Havada" (Up in the Air) filmi (Dubiecki ve diğerleri, 2009).

⁶⁷ Oligopol piyasasında işyerlerinin kart kabulünde (işyeri ücretinin işlem faydalarını aşması durumunda dahi) stratejik rekabetçi güdüler daha etkindir. Bu sayede kart kuruluşları daha yüksek işyeri komisyonları uygulayabilerken, zarara katlanmaksızın daha fazla ödül dağıtabilme imkânı elde edecektir (Hayashi, 2008c, s.7).

⁶⁸ Bu konuda Levitin (2008a, s.29) yüksek ödül para/puan kazandıran Visa Signature kartlarının Visa kartlarının sayısının %3,5'ini oluştururken, toplam harcamaların yaklaşık %22'sini teşkil etmesini örnek vermektedir.

yönlendirmesi nedeniyle, sosyal refaha katkıda bulunduğunu savunmaktadır. Diğer tarafta ise ödüllerin maliyetlerinin işyerlerine yüklendiği ve işyerlerinin kart kabul maliyetleri faydalarını aşsa dahi rekabet baskısı ve tüketici beklentileri nedeniyle kart kabulünden vazgeçemedikleri ve yüksek işyeri maliyetlerinin daha yüksek ürün fiyatları şeklinde tüketicilere yansiyarak topluma zarar verdiği ileri sürülmektedir (Hayashi, 2009, s.37).

Hayashi (2008b, s.2) ayrıca kart ödülleri tüketici ve topluma zararlı olabileceğini belirterek, teorik literatürde sosyal olarak en etkin kart hamili ücretinin kart kuruluşunun maliyetleri ile işyerinin işlemsel faydaları arasındaki fark olması gerektiğinin, Rochet ve Tirole (2002) ve Hayashi (2008a) tarafından geliştirilen modellerde gösterildiğini belirtmektedir⁶⁹. Dolayısıyla tüketicinin kart ödülleri ile negatif ücretlendirilebilmesi için; işyerinin kart kullanılmasından kaynaklanan işlemsel yararlarının, kart şebekesinin maliyetinin üzerinde olması gerektiğini söylemektedir⁷⁰. Diğer yandan Hayashi (2008b, s.2) ABD’de yer alan mevcut ampirik delillerin, ödüllerin optimal olmadığını gösterdiğini belirtmektedir. Hayashi benzer şekilde 2009 yılındaki çalışmasında yer verdiği hesaplamalar çerçevesinde, mevcut ampirik delillerin ve teorik modellerin ABD kart ödül programlarının etkin olmadığını işaret ettiğini, dolayısıyla sosyal refahın kart ödülleri yüzünden azalma ihtimalinin yüksek olduğunu söylemektedir. Ayrıca yazar kart kuruluşları veya işyerleri kendi kârlarından vazgeçerek ödül programlarının maliyetlerini üstlenmedikçe, etkin olmayan kart ödülleri tüketici refahını da azaltacağını söylemektedir (Hayashi, 2009, s.57).

Diğer yandan kredi kartı ödülleri, ödeme yöntemleri piyasasındaki dengeleri değiştirebileceği ve kredi kartı kullanımını diğer ödeme yöntemleri aleyhine artırabileceği ampirik çalışmalar tarafından gösterilmektedir. Örneğin Ching ve Hayashi (2010, s.1786) ödeme kartları ödülleri tüketiciye ödeme yöntemi seçimine etkisinin istatistikî olarak anlamlı olduğunu bulmakta ve ödüllerin kaldırılmasının kart dışı ödeme yöntemlerinin payını artırabileceğini belirtmektedir. Öte yandan kredi kartı ödülleri, tüketicilerin diğer ödeme yöntemleri yerine kredi kartını daha fazla kullanmasını sağlayabildiği gibi, aynı zamanda kart hamillerinin toplam harcamalarını ve borçlanmalarını da artırabilmektedir⁷¹. Agarwal ve diğerleri (2010) kredi kartı ile ödül para

⁶⁹ Söz konusu modellerde etkin kart hamili ücreti kredi kartının sadece ödeme aracı olarak ücretini dikkate almakta olup, kredi aracı fonksiyonunu dikkate almamaktadır. Diğer taraftan kredi aracı olma fonksiyonunu değerlendirmeye dâhil eden bazı çalışmalar da banka kartı ile karşılaştırıldığında en etkin kredi kartı kart hamili ücretinin daha yüksek olacağına işaret etmektedir (Hayashi, 2009, s.61; Bolt ve Chakravorti, 2008, s.25).

⁷⁰ Hayashi (2009, s.47) ayrıca ABD ödeme kartları sektörünün artık olgunlaştığı ve kritik hacim eşiğine ulaştığı, dolayısıyla artık tavuk-yumurta probleminin olmadığı ve kart ödülleri sorgulanabileceği görüşündedir.

⁷¹ Burada bahsedilen iki etki, mikroekonomi teorisinde yer bulan, bir ürünün fiyatının ucuzlaması durumunda ikame ve gelir etkilerinin iki farklı biçimde çalışarak fiyatı düşen

şeklindeki kart hamiline yapılan geri ödemelerin, kredi kartı harcamaları ve borçları üzerine etkisini inceledikleri çalışmalarında, %1 oranında ödül para uygulanan bir programda, programın ilk üç ayında bireylerin aylık toplam harcamalarının 68 ABD doları arttığını, diğer yandan ödül kazandıran kartlar ile gerçekleştirilen borçlanmalarda da artış olduğunu tespit etmişlerdir. Mann (2006, s.168-173) kredi kartı politikalarına ilişkin çalışmasında, ABD’de ödül kazandıran kredi kartları ile yapılan aylık ortalama harcamanın 943 ABD doları olmasına karşılık, ödül içermeyen kartlarla 360 ABD doları tutarında olmasının, kart ödüllerinin kredi kartı harcamalarını artırdığını gösterebileceği gibi, ödül sağlayan kredi kartı kullananların daha yüksek harcama potansiyeline sahip yüksek gelirli kesim olduğu yönünde bir gösterge olarak da kullanılabileceğini belirtmektedir.

Kredi kartı ödüllerinden kaynaklanan ve potansiyel sorunlara karşı uygulanabilecek politika önerileri arasında sıklıkla, kamu müdahaleleri ile bu ödüllerin kaldırılması veya sınırlandırılmasının teklif edildiği görülmektedir. Mann (2006, s.168) ödül programlarının *yasaklanması* yönünde bir politik tercihin kredi kartı kullanan tüketicilerin maliyetlerini doğrudan artıracak⁷² ve çapraz sübvansiyon sorununu azaltıcı etki göstereceğini belirterek böyle bir kamu müdahalesini savunmaktadır. Mann (2006, s.168) böylece kredi kartı kullananlar tarafından kredi kartının taşıdığı risklerin ve maliyetlerin daha iyi görülebileceğini ve daha az sosyal maliyete sahip banka kartının bir ödeme aracı olarak tercih edilirliliğinin artacağını belirtmektedir. Söz konusu sorunlara çözüm önerisi olarak ödüllerin yasaklanmasının başka yazarlar tarafından da dile getirildiği görülmektedir (Hayashi, 2008c, 2009; Leinonen, 2010)⁷³.

Diğer taraftan mevcut durumda kart kullanım maliyetleri ve negatif dışsallıkları örtülü ve şeffaf olmayan bir şekilde tüm tüketicilere aktarılırken, kart ödüllerinin kart hamillerine sağladığı faydaların net ve görülür olması nedeniyle, böyle bir politikanın tüketici kesiminden büyük tepki alması söz konusu olabilecektir. Mann (2006, s.170) özellikle kredi kartı ile çok kolay kredi verilmesi nedeniyle aşırı harcama konusunda tüketicilerin savunmasız olduğu ve bireylerin ödeme güçlüğüne düşmesinin sosyal maliyetlere yol açabileceği hususları dikkate alındığında, bireyler tarafından faydaları tam olarak bilinmese de böyle bir politikanın (kamu düzenlemelerinin zaten çoğunlukla paternalistik olduğunu belirterek) tercih edilebilir olduğunu savunmaktadır. Bu noktada belirleyici olan politika tercihi yapanın bakış açısı olacaktır. Savurganlığı ciddiye alan, çapraz sübvansiyon sorununu önemseyen bir politika yapıcı için kart ödüllerini yasaklamak tercih edilebilir bir politika olabilecektir.

ürünün talebini artırmasına benzetilebilir.

⁷² Mann (2006, s. 169) mevcut verilerin tüketicilerin bu tür işlem başı maliyetlere (maliyet küçük de olsa) oldukça duyarlı olduğunu gösterdiğini belirtmektedir.

⁷³ Ayrıca bazı yazarlar tarafından kazanılan ödüllerin gelir vergisine tabi tutulması önerisi getirilmektedir (Levitin, 2008b, s.44; Semeraro, 2009, s.450).

2.2.5. Üye İşyerlerine Getirilen Kısıtlamalar

Kart kuruluşlarının, gelirlerini ve marka değerlerini artırmak için çeşitli düzenlemeler ve sözleşmeler yoluyla üye ihraççı ve kabulcü kuruluşlar ile üye işyerlerine yönelik bazı kurallar getirdiği görülmektedir. Her kart kuruluşunun kendi kurallar seti olmakla birlikte, genel olarak temelde benzer kurallar uygulandığı söylenebilir. Üye kart ihraççısı ve kabulcüsü kuruluşlara getirilen kısıtlamalara, münhasırlık ve şebekeye erişim kuralları örnek gösterilebilir⁷⁴. Diğer taraftan kart kuruluşları, kabulcü kuruluşlar aracılığıyla kart kabul eden işyerlerine yönelik düzenlemeler de yapmaktadır.

Kart kuruluşlarının üye işyerleri üzerine getirdiği bazı sınırlamaların, kart kullanımını diğer ödeme yöntemlerinin aleyhine olarak artırmak ve kredi kartı sektöründeki fiyat rekabetini sınırlamak (böylece daha yüksek takas komisyonu uygulayabilmek) için kullanılabilmesi ve sosyal refaha zarar vereceği için kamu düzenlemelerine tabi tutulması gerektiği literatürde çeşitli yazarlar tarafından belirtilmektedir (Levitin, 2008a,b). Levitin (2008b, s.22) kredi kartı kuruluşlarının işyerlerine getirdikleri kısıtlamaların net etkisini 3 ana başlıkta ele almaktadır: i) İşyerleri, ödeme sistemlerinin maliyetlerine bakmaksızın, tüm tüketicilere aynı fiyatı uygulamaya zorlanmaktadır. ii) İşyerlerinin tüketicileri daha az maliyetli ödeme seçeneklerine yönlendirmeleri engellenmektedir. iii) Kredi kartı işlem sayıları artırılarak, takas komisyonu yoluyla ihraççıların gelirleri artırılmaktadır.

Levitin (2008a, s.16-19) kredi kartı kuruluşlarının işyerleri üzerine getirdikleri sınırlayıcı kuralların temel olarak iki kategoride incelenebileceğini söylemektedir:

(i) İşyerlerinin kredi kartlarını fiyatlama biçimini sınırlayıcı kurallar: İlave ödeme yasağı (no-surcharge rule)⁷⁵, indirim yasağı (no-discount rule)⁷⁶, farklılaştırmama kuralı (no-differentiation rule)⁷⁷ ve ayrımcılık yasağı (no-

⁷⁴ Bu çalışmada bir ödeme aracı olarak kredi kartının fiyatlama mekanizmaları ile doğrudan ilgili olan üye işyerlerine getirilen sınırlamalar daha detaylı olarak aşağıda incelenecektir. Diğer yandan münhasırlık, lisanslama prensipleri gibi kart kuruluşlarının üye kuruluşlara getirdiği erişime ilişkin düzenlemeler hakkında detaylı bilgi ve ülke uygulamaları için bakınız: Akkaya Karayol (2007).

⁷⁵ İlave ödeme yasağı kuralı; üye işyerleri tarafından ilgili kart kuruluşunun markasını taşıyan kartlar ile yapılan alışverişlerde, diğer ödeme yöntemlerinden daha yüksek fiyatlar uygulanmasının, yani ilave ödeme alınmasının yasaklanması şeklinde açıklanabilir. Bu yükümlülük bazen nakit alışverişlerde nakit ödeme yapıldığı için ekstra bir indirim yapılamaması yükümlülüğü şeklinde de kendini gösterebilmektedir.

⁷⁶ İşyerlerinin diğer ödeme araçları ile yapılan alışverişlere indirim yapmasının yasaklanmasıdır. OECD'de (2006, s.9) ise ilave ödeme yasağı ve indirim yasağı, yönlendirmeme kuralı (no-steering rule) başlığı altında değerlendirilmektedir. Yönlendirmeme kuralı işyerinin tüketiciyi herhangi bir ödeme yöntemine yönlendirmesinin yasaklanması olarak tanımlanabilir.

⁷⁷ İşyeri tarafından, bir kart kuruluşunun markası altındaki kartların, işyerine maliyetleri ne

discrimination rule)⁷⁸. Bu tür sınırlamalar ile tüketicinin ödeme yöntemi seçiminden kaynaklanan marjinal maliyetlerin işyeri tarafından ilgili tüketiciye aktarılması engellenmektedir. Böylece tüketici verdiği kararın tüm maliyetini içselleştirmeye zorlanamamakta ve ödeme yöntemlerinin sosyal maliyetlerinden bağımsız olarak karar vermek durumunda kalmaktadır.

(ii) İşyerlerinin seçici kart kabulünü engelleyen sınırlamalar: Bu kurallar işyerlerinin bir kart kuruluşunun sadece belirli kartlarını seçici olarak kabul etmelerini veya belirli işlemlerde kart kabulünü reddetmesini yasaklamaktadır. Tüm kartları kabul kuralı (TKK kuralı) (honor-all-cards rule)⁷⁹, asgari veya azami işlem miktarı belirlememe kuralı (no-minimum and no-maximum amount rule)⁸⁰, tüm mağazalarda geçerlilik kuralı (all outlets rule)⁸¹ bu sınırlamalar arasında sayılabilir. Bu sınırlamalar işyerlerinin kart türü bazında ve işlem bazında kart maliyetlerini dikkate almasını engellemektedir.

Bu çerçevede üye işyerlerine getirilen kısıtlamaların fiyatlama mekanizma aracı olarak kullanılmasının, çeşitli sorunlara yol açabildiği ve kamu müdahalesini gerektirebileceği söylenebilir. İşyerlerine getirilen söz konusu sınırlamalardan literatürde yoğunlukla tartışılan ilave ödeme yasağı ve TKK kuralı aşağıda detaylı bir şekilde incelenecektir.

2.2.5.1. Farklı Fiyatlandırmanın Sınırlanması ve İlave Ödeme Yasağı

Yukarıdaki 2.2.4. numaralı kısımda bahsedildiği üzere, kredi kartları piyasasındaki negatif dışsallıkların ve çapraz sübvansiyonların nedenlerinden biri olarak işyerlerinin kredi kartı kullanan tüketiciler ile kredi kartı kullanmayan tüketiciler arasında fiyat farklılaştırması yapamaması veya kendi isteği ile yapmaması gösterilebilir. Fiyat farklılaştırması yapılmadığında kart kullananlara ilişkin işyeri maliyetleri tüm tüketicilere yüklenmektedir. Bu bağlamda ödeme kartı kuruluşları ilave ödeme yasağı ile işyeri üzerine yoğunlaşarak oradan elde ettiği gelirlerden kart kullanıcılarını sübvansiyon ederek, kart kullanımını teşvik edebilmekte ve kendi gelirlerini artırabilmektedir (Katz, 2001, s.17)⁸². Chakravorti ve Emmons (2001, s.21-22) ilave ödeme getirmenin

olursa olsun, tümüne aynı fiyat uygulanmasının zorunlu tutulmasıdır.

⁷⁸ İşyerlerinin, ilgili kuruluşun kartlarına ayrımcı davranmasının ve fiyat dışı yollarla da olsa bu kartların kullanımını zorlaştırmasının yasaklanmasıdır.

⁷⁹ Kart kuruluşları tarafından üye işyerlerine getirilen, kart kuruluşu tarafından çıkarılmış tüm kartları kartın çeşidine göre veya ihraççı bankaya göre ayırım yapmaksızın kabul etme yükümlülüğü olarak tanımlanabilir. Bu konudaki Türkiye uygulamasına ilişkin detaylı bilgi ve Rekabet Kurumunun yaklaşımını görmek için bakınız: Rekabet Kurumu (2009).

⁸⁰ İşyerlerinin kart kabulü için asgari veya azami işlem tutarı belirlemesinin yasaklanmasıdır. Bu kural sonucu işyeri tutarı ne olursa olsun tüm alışverişlerde kart kabul etmek zorunda kalmaktadır.

⁸¹ İşyerinin tüm şubelerinde, ilgili kart kuruluşu markalı kartları kabul etmesinin zorunlu olmasıdır.

⁸² Mann (2006, s.125,126), kart kuruluşları ve kart ihraç eden kurumların ilave ödeme yasağının korunması için gerek yasal düzlemde gerekse kurumsal düzenlemelerde çok sıkı

kredi kartı ile borçlanan kullanıcılardan, kartı sadece ödeme aracı olarak ve ödül kazanmak için kullanan kart hamillerine doğru söz konusu olan çapraz sübvansiyonun olumsuz etkilerini de azaltabileceğini savunmaktadır. Schwartz ve Vincent (2002, 2004) ise fiyat farklılaştırması olmadığı durumda çapraz sübvansiyon sorununu ve toplam tüketici refahının düşeceğini kabul etmekle birlikte, ilave ödeme getirmenin sosyal refaha net etkisinin belirsiz olduğunu ileri sürmektedir.

Fiyat farklılaştırması ilave ödeme uygulaması yerine, işyerleri tarafından daha düşük maliyetli olan ödeme yöntemlerine indirim sağlanması şeklinde de gerçekleştirilebilir. Bu uygulamanın “*nakit indirimi*” olarak isimlendirildiği görülmektedir. Nakit indirimi genelde kredi kartı kuruluşlarının kurallarını ihlal etmemektedir. Bu kapsamda ilave ödeme yasağını savunanlar tarafından, nakit indiriminin kredi kartına ilave ödeme uygulaması ile aynı ekonomik etkilere sahip olduğu ileri sürülmüştür (Evans ve Schmalensee, 1995, s.895; Gans ve King, 2000, s.32). Diğer taraftan Frankel (1998) işyerleri açısından kredi kartına ilave ödeme yapmanın nakit indirimi yapmaktan daha uygun olacağını savunmaktadır. Çünkü indirim perakendecinin kâr marjının yüksek olduğu izlenimini verebilecekken, ilave ödeme ise kredi kartı hizmetlerinin bedeli olarak tüketici ve işyerinin ödemesi gereken bedel olarak görülecektir. Levitin (2008a, s.31-37) ise özellikle ödül kazandıran kartların dışsallıklarından kaçınmak için, sadece nakit indiriminin kullanılmasının faydasının sınırlı olacağını söyleyerek, psikolojik sınırlar, duruma özgü koşullar ve yasal faktörler nedeniyle nakit indiriminin çok az sektörde uygulandığını belirtmektedir. Avustralya Merkez Bankası (RBA) (2001, s.75) tarafından da benzer şekilde tüketiciler açısından nakit indirimiyle, karta uygulanacak ilave ödemenin aynı etkiyi doğurmayacağını savunulduğu görülmektedir. Öte yandan ilave ödeme veya nakit indiriminin uygulanmaması, üye işyerinin kendi içsel tercihlerinden de kaynaklanabilmektedir. Bu bağlamda ise ilave ödeme uygulamasının yaygın olup olmamasının önemli olmaksızın, uygulanabilir olmasının işyerlerine pazarlık gücü vereceği ve daha düşük işyeri komisyonlarına yol açabileceği savunulmaktadır (Levitin, 2008a, s.37; Simon, 2005, s.377).

2.2.5.2. Tüm Kartları Kabul Kuralı (TKK)

TKK kuralı bir kart kuruluşu tarafından, kabulcü banka aracılığıyla, üye işyerine o kart kuruluşunun markası altındaki tüm kartları kabul etme yükümlülüğü getirilmesi olarak tanımlanabilir. TKK kuralı kart hamiline kartının dünyada o markayı kabul eden tüm işyerlerinde geçerli olacağı garantisini verirken, kart kuruluşlarına çeşitli biçimlerde ürün farklılaştırarak marka değerini ve gelirini artırabilme imkânı sağlamaktadır. Diğer yandan işyerine getirilen bu yükümlülük işyerlerinin kart kabul tercihlerini sınırlarken, rekabetçi fiyatların üstünde komisyonlara neden olabilmektedir (Constantine ve diğerleri,

mücadele göstermelerini, bu kuruluşların ilave ödeme yasaklarından önemli getirileri olduğunun bir göstergesi olarak kabul etmektedir.

2005, s.606). Constantine ve diğeri (2005, s.615), ABD'deki *In Re Visa Check/Mastermoney* davasında⁸³, TKK kuralının uygulamada piyasanın bir tarafındaki rekabetin sınırlanarak, piyasanın diğeri tarafındaki rekabetin bozulabileceğini gösterdiğini belirtmekte ve kart kuruluşlarının “iki taraflı piyasa” argümanı ile savunma yapmasını, mahkemenin dikkatini dağıtarak, önemli rekabet zararlarının görülmesini engelleme çabası olarak nitelemektedir⁸⁴.

Semeraro (2007, s.84-88) ise 20 yıl önce kart sistemlerinin gelişme aşamasında TKK kuralının gerekli olduğunun kabul edilebileceğini, ancak 2007 yılı itibarıyla kart kullanıcısının kartının bazı işyerlerince reddedilmesinin, kart hamilini kredi kartlarından uzaklaştırmayacağını, aksine rekabeti artırarak takas komisyonlarının düşmesini sağlayabileceğini belirterek, en azından büyük ihraççı bankaların kendi takas komisyonlarını ve işyeri kurallarını belirlemesinin sağlanması önerisini getirmektedir. Levitin (2008a) ise kredi kartlarının kendi içinde işyerine maliyetleri bazında önemli derecede farklılaşabileceğinden, işyerlerinin kart bazında fayda maliyet analizi yapabilmesine izin verilmesi gerektiğini ve dolayısıyla TKK kuralının tümünden kaldırılması gerektiğini savunmaktadır.

2.3. KREDİ KARTLARI PİYASASINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİNE İLİŞKİN TARTIŞMALAR

Kredi kartları piyasaları geliştikçe çeşitli ülkelerde bu piyasalardaki fiyatlandırma mekanizmalarına ilişkin olarak, mahkemeler, rekabet otoriteleri ve sektörel kamu düzenleyicileri gibi kamu otoritelerinin müdahalelerinin ve yasal düzenlemelerin yaygınlaştığı görülmektedir. Bu konuda, piyasadaki aksaklıkların etkin olmayan bir şekilde yüksek maliyetli ödeme yöntemlerinin aşırı kullanımına yol açabileceği ve piyasadaki kuruluşların pazar gücüne sahip olduğu iddiaları ile rakipler arasındaki ortak kararlar, münhasırlık ve kart kuruluşları arasındaki yaygın ortak üyeler gibi unsurların önemli rol oynadığı görülmektedir (OECD, 2006, s.19). Önceki kısımda bu alandaki temel sorunlara beş ana başlık altında değinilerek bu piyasadaki fiyatlandırma mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçeleri olabildiği gösterilmiştir. Bu kısımda ise bu piyasada belirlenen sorunlar ve piyasa başarısızlıkları kuramı çerçevesinde kamu müdahalesi alternatifleri değerlendirilerek, kamu müdahalesine ilişkin kararlarda ve uygulamalarda dikkate alınması gereken hususlara değinilmektedir.

⁸³ In Re Visa Check/Master Money Antitrust Litigation, No. 96-CV-5238 (JG).

⁸⁴ Constantine ve diğeri, (2005, s.616) söz konusu davada mahkemenin, Visa ve MasterCard'ın argümanlarını (iki taraflı piyasalarda rekabet zararlarının sadece pazarın bir tarafı referans gösterilerek ortaya konulamayacağı yönündeki) reddederek üye işyerlerince bu konuda duruşma yapılması için yeterli zarar ihtimalinin ortaya konulduğunu tespit ettiğini belirtmektedir.

Bu çerçevede kredi kartları piyasasındaki aksaklıklar ve sorunlar göz önünde bulundurulduğunda kamu müdahalesi alternatifleri değerlendirilirken aşağıdaki hususların açıklığa kavuşturulması gerekmektedir:

- (i) Ödeme yöntemleri piyasasındaki optimal dengenin nasıl olması gerektiği,
- (ii) Kredi kartları piyasasındaki söz konusu optimal düzeyden sapmalara neden olan piyasa başarısızlıklarının neler olduğu,
- (iii) Söz konusu piyasa başarısızlıklarının kamu müdahalesini gerektirip gerektirmediği,
- (iv) Kamu müdahalesi gerekiyorsa müdahale ve düzenlemelerin ne şekilde ve hangi araçlarla yapılacağı.

2.3.1. Ödeme Yöntemleri Piyasasındaki Optimal Denge

Ödeme yöntemleri arasındaki sosyal açıdan optimum kombinasyonun o ülkedeki sosyoekonomik yapıya, çevresel ve demografik faktörlere ve tüketici tercihlerine bağlı olduğu söylenebilir. Söz konusu tüketici tercihleri ülke bazında değişebileceği gibi, ülke içinde işlem türlerine göre de değişebilecektir (World Bank, 2008, s.xii). Farklı ödeme yöntemlerinin tüketiciler, işyerleri, aracı kurumlar ve toplam sosyal refaha etkileri belirlendikten sonra, optimal dengenin nasıl olması gerektiğine karar vermek politika yapıcılara kalmaktadır. Politika yapıcılar, optimal denge konusunda sosyal refahın en çoklandığı durumu seçebilecekleri gibi bir grubun (örneğin tüketicilerin) faydasını en çoklayan noktayı da hedef nokta olarak alabilecektir. Bu bağlamda toplumsal uzlaşa açısından önemli olan politika yapıcının tercih kriterlerini belirlerken ve uygularken, bu süreçlerin şeffaf bir şekilde işlenmesini ve tüm toplumun süreç hakkında bilgilendirilmesini sağlamasıdır⁸⁵.

Diğer yandan piyasanın kompleks yapısı nedeniyle politika yapıcıların her zaman fayda ve maliyetler konusunda tam bilgiye ulaşmaları mümkün olmayabilir veya birbiri ile çelişen ampirik çalışmalar ortaya çıkabilir. Bu durumda yine politika yapıcıların toplumun önceliklerini dikkate alarak bir seçim yapması gerekebilecektir. Örneğin kredi kartı kullanımındaki artışın, sosyal refahta meydana getirdiği etki konusunda çelişkili sonuçlara ulaşan çalışmaların bulunması durumunda, bu artışın gelir dağılımını olumsuz etkilediği ortaya konulabiliyorsa ve eğer toplum gelir dağılımı eşitsizliklerine karşı çok duyarlı ve tepkili ise⁸⁶, politika yapıcı tarafından kamu müdahalesi tercih edilebilecektir (Mann; 2006, s.171).

⁸⁵ Kamu müdahalesinin toplumdaki bir grubun faydasını artırırken diğer bazı grupların faydasını azalttığı dikkate alındığında, siyasi mekanizmayı ikna edebilen kesimin kamu müdahalesini kendi lehine işletebileceği de söylenebilir (Viscusi ve diğerleri, 2000, s.319). Dolayısıyla kamu müdahalesine ilişkin süreçlerin şeffaf bir şekilde yürütülmesi en azından tüm kesimlerin bu yarışa katılabilmesini sağlayacaktır.

⁸⁶ Schuh ve diğerleri (2010, s. 4), toplumun bu tür duyarlılıklarının kamu düzenlemesinin tüketici refahı üzerindeki etkisini değiştirebileceğini göstermektedir. Söz konusu çalışmada ABD’de işyeri komisyonu ve kredi kartları ödülleri birlikte kaldırmanın, gelir eşitsizliğine karşı toplumdaki duyarlılığın ve tepkinin derecesine bağlı olarak değişerek, tüketici refahını %0.15 ile %0.26 arasında bir oranda artıracığı belirtilmektedir.

2.3.2. Kredi Kartları Piyasası ve Piyasa Başarısızlıkları

Çalışmanın 2.2. numaralı kısmında kredi kartı piyasasında fiyatlama mekanizmaları ile ilişkili olarak ortaya çıkan ve tartışılan sorunlara değinilmiştir. Söz konusu sorunların kaynağı olarak da görülebilecek olan, bu piyasanın yapısından kaynaklanan piyasa başarısızlıkları dikkate alınarak, bu piyasadaki sorunların nedenlerinin ve kamu müdahalesi alternatiflerinin değerlendirilmesi daha sağlıklı sonuçlar verecektir. Çalışmanın bu kısmında piyasa başarısızlıklarının kredi kartları piyasası açısından geçerlilikleri irdelenerek, ilgili piyasadaki kamu müdahaleleri bu çerçevede değerlendirilecektir. Aşağıda kredi kartları piyasası temel olarak belirlenen altı piyasa başarısızlığı bazında ayrı ayrı değerlendirilmektedir.

2.3.2.1. Rekabet Aksaklıkları

Kredi kartları piyasalarında rekabet aksaklıklarının bulunduğu ve bu nedenle rekabet otoriteleri tarafından, bu piyasanın fiyatlama mekanizmaları yönüyle de düzenlenmesi gerektiği sıklıkla dile getirilmektedir. Diğer taraftan ise kredi kartları piyasasındaki çeşitli düzeylerdeki rekabetin artırılmasının her zaman tüketici ve toplumun çıkarına olmayabileceğinin savunulduğu da görülmektedir (Evans ve Schmalensee, 1999). Kredi kartları piyasasında rekabet aksaklıkları bulunduğu yönünde gösterge olarak kullanılabilir unsurların başlıcaları aşağıda sayılmaktadır:

- Kart kuruluşu düzeyinde yoğunlaşmaların yüksek olması ve bu çerçevede kart şebekeleri ve markaları arasında yeterli rekabetin bulunmaması. Ülkeden ülkeye değişmekle birlikte genel olarak kredi kartları piyasasında dört taraflı sistemlerin pazara hâkim olduğu söylenebilecektir. Ayrıca dört taraflı sistemler arasında da sadece iki kart kuruluşunun (Visa ve MasterCard) pazarın önemli bir bölümünü elinde bulundurduğu görülmektedir.
- İhraççı ve kabulcü pazarındaki yoğunlaşma oranlarının yüksekliği. Literatürde gerçekleştirilen çalışmalarda genel olarak kabulcü tarafındaki yoğunlaşma oranının yüksek olmasına rağmen rekabetçi bir görünüm sergilediği belirtilmekle birlikte, ihraççı tarafı için aynı değerlendirmenin yapılmadığı görülmektedir (Ausubel, 1991).
- Kart ihraççıların yüksek kârlılıkları, gerek ödeme aracı olarak, gerekse borçlanma aracı olarak kredi kartları piyasasında yüksek kâr marjları uygulayabildiklerinin ve pazar gücüne sahip olduklarının göstergesi olarak alınabilmektedir (Börestam ve Schmiedel, 2011, s.14). Ayrıca kredi kartı ile borçlanan tüketicilere uygulanan faiz oranlarının ve işyerlerine uygulanan komisyonların yüksekliği, sıklıkla bu piyasanın rekabetçi bir fiyatlama yapısına sahip olmadığının göstergesi olarak kullanılabilir. Benzer şekilde

işyerleri de pazar gücü nedeniyle belirli kartları reddedemediklerini iddia edebilmektedir (OECD, 2006, s.19).

- Takas komisyonunun çok taraflı belirlenmesi, piyasada aynı düzeyde bulunan rakiplerin rekabeti kısıtlamaları olarak değerlendirilebilmektedir.
- İşyerlerine getirilen fiyatlamaya ilişkin sınırlamalar ve diğer dikey sınırlamalar, kullanılma yaygınlığına da bağlı olarak, piyasayı kapayarak yeni girişleri engelleme ve piyasadaki rekabete zarar verme riski taşıyabilmektedir.
- Bu piyasadaki ürün bağlama uygulamalarının, piyasaya yeni girişlerin engellenmesi anlamında rekabet aksaklığı olarak görülebilmektedir.
- Yüksek giriş engelleri. Bu piyasalardaki yüksek yatırım maliyetleri, genişleme sürecinin uzun zaman alması, yeni başarılı girişlerin bulunmaması ve uzun zamandır piyasadaki aktörlerde ve pazar paylarında önemli değişikliklerin olmaması, yapısal bazı özelliklerinin bu piyasayı rekabet aksaklıklarına açık hale getirdiğinin göstergesi olarak alınabilmektedir.

2.3.2.2. Kamu Malı

Düzenli bir şekilde işleyen ve belirli standartlar getirilmiş bir ödeme sistemleri piyasasının varlığının, finansal sistemin istikrarına ve etkinliğine ve genel olarak tüm piyasalardaki ticaretin işleyişine önemli katkıları bulunduğu, dolayısıyla tüm toplum için faydalı olacağı söylenebilir (World Bank, 2008, s.xi). Bu çerçevede ödeme sistemlerinin standartlaştırılmasının ve toplum faydası açısından güvenilirliğinin ve etkinliğinin oluşturulması için düzenlenmesinin bir kamu malı olduğu yönündeki savlara rastlanılmaktadır (Levitin, 2008c, s.35). Ayrıca böyle bir sistem oluşturulduktan sonra ilave bir kullanıcı için ilave bir maliyetin gerekmemesi, bu ürünün tüketiminde rekabetin söz konusu olmaması ve bu sistemden faydalanma konusunda bireylerin dışlanamaması hususları bu yönde gösterge olarak kullanılabilir. Tarihi süreçte paranın devlet tarafından basılması, para ve para ikamelerinin kamu tarafından kontrol edilmesi de diğer bir gösterge olarak sayılabilir. Para dışındaki ödeme yöntemlerinin, özel sektöre devredilerek bu piyasaların kısmen özelleştirildiği söylenebilir. Ancak bu sistemlerin ne şekilde işleyeceğine ilişkin düzenlemelerin kamu yararı açısından özel sektöre bırakılmaması gerektiği ve bu yönüyle sisteme ilişkin düzenlemelerin erdemli mal olarak da görülebileceği ileri sürülebilir.

Öte yandan kredi kartı sisteminin gelir dağılımını bozucu etkileri olduğunun saptanması halinde, gelir dağılımının kamu malı olma özelliği çerçevesinde bir kamu müdahalesi söz konusu olabilecektir. Bu doğrultuda

toplumdaki diğerkâmlık (altruistic feelings) derecesine göre etkinlikten taviz verme pahasına da olsa gelir dağılımını düzenlemek amacıyla kredi kartları piyasasındaki fiyatlama mekanizmalarına müdahalenin tercih edilebilmesi mümkündür (Fouarge, 2003, s.13; Bar-Gill, 2004, s.1415). Ayrıca kredi kartı kullanımının, bireysel mali sıkıntılara yol açma ve tüm topluma olumsuz etkiler doğurabilme potansiyeli bulunmaktadır. Bu bağlamda kamu düzenlemesine tabi tutulmasının erdemli bir mal olacağı söylenebilir. Bu çerçevede kredi kartları, hem borçlanma aracı olarak hem de ödeme aracı olarak birçok ülkede paternalistik bir yaklaşımla bu kapsamda kamu müdahalesine tabi tutulmaktadır.

2.3.2.3. Dışsallıklar

Kredi kartları piyasasında önceki bölümlerde açıklandığı üzere, çok çeşitli şekillerde oluşan dışsallıkların yaygın olarak bulunduğu görülmektedir. Diğer taraftan bu dışsallıkların, piyasada bulunan bilgi aksaklıkları ve çıkar çatışmaları nedeniyle piyasanın kendi içinde içselleştirilebilmesi mümkün olamamaktadır. Kredi kartının, gerek kullanım kolaylığı yönüyle, gerekse hem borçlanma aracı hem de ödeme aracı fonksiyonlarını bir arada bulundurabilen bir enstrüman olması yönüyle, tüketicilerin aşırı kullanımını teşvik etmesi neticesinde oluşan olumsuz dışsallıkların sosyal refah açısından maliyetli olacağı söylenebilir (Mann, 2006. s.119). Ayrıca çeşitli seviyelerde kredi kartı kullanımı ile ortaya çıkan çapraz sübvansiyonlar da dışsallıkların bu piyasada yaygın olarak mevcut olduğunu göstermektedir. Ödül programları, kart kuruluşlarının işyerlerine getirdiği kısıtlamalar ve fiyatlama yapısının şeffaf olmaması gibi uygulamalar da bu dışsallıkların şiddetini artırabildiği gibi, taraflarca içselleştirilebilmesini de önlemektedir. Diğer yandan borçlanma ile kişisel mali sıkıntılara yol açma, enflasyon ve tasarruflar üzerindeki etkileri gibi makro ekonomik etkileri ile de topluma negatif dışsallık getirme potansiyeli taşımaktadır. Bu bağlamda özellikle üçüncü kişilerin karşılaştığı negatif dışsallıkların sosyal refahı olumsuz etkilemese dahi toplumdaki adalet anlayışını zedeleyeceğinden hareketle, negatif dışsallıklar bir kamu müdahalesi gereği olarak kullanılabilir.

2.3.2.4. Bilgi Aksaklıkları

Kredi kartı piyasasında bilgi sorunlarına sıklıkla rastlanılmaktadır. Borçlanma yönündeki bilgi aksaklıkları bireysel mali sıkıntılar konusunda önemli rol oynayabilmekte ve toplumu da olumsuz olarak etkilemektedir. Bilgi aksaklıkları ve tüketicilerin yanlış algılamalar sonucu davranışsal sapmaları, kamu müdahalesi olmaması durumunda, tüketicilerin sömürülmesine neden olabilmektedir. Hatta rekabetçi bir piyasa, kredi kartları piyasasında faaliyet gösteren teşebbüsleri bu tür zaafaları kötüye kullanmak zorunda bırakabilmektedir (Bar-Gill, 2004, s.1373, 1376)⁸⁷. Diğer yandan bir ödeme

⁸⁷ Bar-Gill (2004, s.1415) kredi kartı piyasasında yer alan bilgi sorunları ve özellikle kart hamillerinin geleceği değerlendirme konusundaki bozukluklarının bu piyasa için sözleşme

aracı olarak kredi kartları piyasasındaki şeffat olmayan ve örtülü fiyatlandırma yöntemleri, tüketicilerin sürekli olarak yanlış değerlendirmelerde bulunmalarına neden olabilmektedir. Ayrıca kart kuruluşu tarafından getirilen bazı düzenlemelerin de bilgi aksaklıklarına katkıda bulunduğu görülmektedir. Bu çerçevede tarafların yeterli bilgiye sahip olmadığı bir piyasada kamu müdahalesi olmaksızın etkin bir dengenin oluşma ihtimalinin düşük olduğu söylenebilir.

2.3.2.5. Eksik Piyasalar

Ödeme yöntemleri piyasasının bir eksik piyasa olarak nitelenebilmesi mümkündür. Kredi kartları piyasasının, kredi kartının borçlanma aracı olma yönünü kullanarak ve fiyatlandırma mekanizmaları ile kredi kartı aşırı kullanımını teşvik ederek, ödeme yöntemleri piyasasındaki dengeleri bozduğu, diğer ödeme yöntemlerinin (banka kartları gibi) etkin seviyede kullanımını engellediği söylenebilir. Diğer yandan kredi kartları borçlanma aracı olarak klasik bir eksik piyasa örneği olan sermaye piyasalarına girmektedir. Burada kredi kartı bir borç aracı olarak dikkate alındığında kamu müdahalesi olmaksızın kredi piyasasında, daha etkin araçların gelişmemesi nedeniyle bir eksik üretimden bahsedilebilir. Bu çerçevede borçlanma piyasasında kredi kartı kolaylığında borçlanma araçlarının ortaya konularak, bu araçların kredi kartlarının olumsuz yönlerinden arındırılması yönündeki öneri örneklerine rastlanmaktadır⁸⁸.

2.3.2.6. Kredi Kartı Kullanımının Makro Ekonomik Etkileri

Kredi kartı kullanımının enflasyon⁸⁹, gelir dağılımı ve tasarruflar konusunda olumsuz etkilerde bulunma potansiyeli taşıdığı, dolayısıyla bu durumda kamu müdahalesinin gerekçelerinden biri olarak kullanılabileceği görülmektedir (Levitin, 2008c).

Yukarıdaki bilgi ve değerlendirmeler çerçevesinde kredi kartına bir ödeme aracı olarak bakıldığında, ilgili piyasada ele alınan piyasa başarısızlıklarının tümünün az veya çok bulunduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca kredi kartı piyasasında, Kamu Yararı teorisi çerçevesinde öne sürülen ekonomik kamu müdahalesi nedenleri yanında, irrasyonellik ve dağıtımsal adalet gibi ekonomik

yapma hürriyeti argümanını çürüttüğünü savunmaktadır.

⁸⁸ Bu konuda özellikle kartların ödeme ve borç aracı olma fonksiyonlarının ayrıştırılması önerisi dikkat çekicidir. (Mann, 2006, s.165-166; Bar-Gill 2006; Sunstein, 2006; Schuh ve diğerleri, 2010; Leinonen, 2010).

⁸⁹ Kredi kartı kaydı para yaratarak, para talebinde azalış ve paranın dolaşım hızında artışa ve dolayısıyla enflasyonist etkiye yol açabilir. Aynı zamanda kredi kartının harcamalarda ve dolayısıyla talepte artışa neden olması da enflasyonist bir etki yaratabilir (Steindl, 2000, s.277; Yetim, 1997, s.23). Yardımcı (2006) Türkiye’de 1994 -2004 dönemi verileri ile kredi kartı ile enflasyon arasındaki ilişkiyi ölçmeye yönelik yaptığı ampirik çalışmada, kredi kartı ile yapılan harcamaların artmasının hem kısa dönemde, hem de uzun dönemde enflasyonu artırıcı etkisinin olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Benzer şekilde Uzgören ve diğerleri (2007) de kredi kartı harcamaları ile enflasyon arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmaktadır.

olmayan kamu müdahalesi nedenlerinin de bulunduğu görülmektedir⁹⁰. Bu noktada literatürde bu tür sorunların tartışılırken, kredi kartları piyasasının iki taraflı bir piyasa olduğu ve piyasadaki ilişkilerin ve kamu müdahalelerinin bu çerçevede değerlendirilmesi gerektiği genel kabul görünürken⁹¹, kamu müdahalesinin uygulanması konusunda farklı görüşlere ulaşıldığı söylenebilir. Bu bağlamda kamu müdahalesinin uygulanabileceği düzenlemelerin, müdahale alternatiflerinin ve araçlarının değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

2.3.3. Kamu Müdahalesi Kararı ve Düzenleme Araçları

Kredi kartları piyasasındaki piyasa başarısızlıklarının toplumun tercihleri yönünde tespit edilen optimal denge noktasından sapmalara yol açtığı belirlenmesi durumunda, bu piyasadaki sorunlara yönelik olarak politika çözümleri oluşturulması gerekmektedir. Bu noktada tüm sorunlara yönelik genel ve kapsayıcı bir politikalar bütünü uygulanabileceği gibi, toplumun tercihlerine göre bazı sorunlara öncelik verilirken, bazıları için müdahalenin ikinci plana alınması kararı da verilebilecektir⁹². Bu çerçevede çalışmamızın bu kısmında yukarıda yer verilen kredi kartları piyasasındaki aksaklık ve sorunlara yönelik izlenebilecek olan yaklaşımlar, politika alternatifleri ve literatürde yer alan öneriler incelenecektir.

2.3.3.1 Kamu Müdahalelerinin Değerlendirileceği Etkileşim Arayüzleri

Kamu müdahale politikaları değerlendirilirken, ilgili piyasadaki sorunların ve aksaklıkların söz konusu olduğu piyasadaki taraflar arasındaki ilişkilerin ve bu ilişkilerin gerçekleştiği ortamların dikkate alınması gerekmektedir. Kredi kartları piyasasında kamu müdahalesine tabi tutulabilecek, piyasadaki tarafların birbirleri ile etkileşimde buldukları, üç farklı arayüzden bahsedilebilir (Mann, 2006, s.119-120; Economides, 2008, s.14-15): (i) Kart kuruluşları, kabulcü bankalar ve işyerleri arasındaki etkileşimlerin gerçekleştiği arayüz, (ii) İşyerleri ve kart hamilleri arasındaki etkileşimlerin gerçekleştiği arayüz ve (iii) Kart kuruluşları, ihraççı bankalar ve kart hamilleri arasındaki etkileşimlerin gerçekleştiği arayüz.

⁹⁰ Kamu Yararı teorisi çerçevesinde öne sürülen regülasyon nedenleri için bakınız: Oğuz (2011, s.77-93).

⁹¹ Kredi kartları piyasasının olgunlaşmış kart şebekeleri için tam bir iki taraflı piyasa olarak nitelenemeyeceği veya en azından şüpheyle yaklaşılması gerektiği yönünde görüşler de bulunmaktadır (Katz, 2005, s.133; Rysman, 2007, s.8).

⁹² Örneğin Farrell (2006, s.29), bir ödeme yöntemi fiyatlamasının diğer ödeme araçlarının kullanımını etkilemesinin politika yapıcılar tarafından dikkate alınması gerektiğini ve rekabet otoriteleri tarafından sosyal refahın değil tüketici artığının dikkate alınması gerektiğini söylemektedir. Bu çerçevede Rochet ve Wright (2010) ise kamu düzenleyicisi açısından tüketici refahı daha önemli ise, muhafazakâr bir düzenleyici yaklaşımla takas komisyonuna yapılan bir müdahalenin her zaman düzenlenmemiş bir piyasaya göre daha iyi sonuçlar getireceği (daha yüksek tüketici artışı sağlayacağı için) sonucuna ulaşmaktadırlar.

Kart kuruluşları – işyeri arayüzünün kamu düzenlemesine tabi tutulması, temel olarak işyeri komisyonlarına ve takas komisyonlarına, kart sistemi kuralları ile işyerlerine getirilen sınırlamalara (TKK kuralı ve yönlendirme yasağı gibi) müdahale edilerek piyasadaki aksaklıkların giderilmeye çalışılması olarak görülebilir. Bu çerçevede kart kuruluşları – işyeri arayüzünde takas komisyonuna müdahale, kredi kartı aşırı kullanımı ve çapraz sübvansiyon sorunları için mücadelede kullanılabilir. Bu anlamda Economides (2008, s.15) takas komisyonu oranlarının veya azami oranlarının çok taraflı belirlenmesinin yasaklanarak ikili anlaşmalar ile belirlenmesinin sağlanmasının ilgili piyasada rekabeti ve etkinliği artıracaklarını savunmaktadır. Ancak kredi kartı kullanımı sonucu ortaya çıkan marjinal sosyal maliyetlerin, kullanıcıların katlandığı marjinal maliyetlerden farklılaşması durumu sorun olarak görülüyorsa, işyeri komisyonlarının düzenlenmesi daha anlamlı olabilecektir (Mann, 2006, s.122). Buna ilaveten takas komisyonu yerine işyeri komisyonlarının düzenlenmesi dört taraflı sistemler ile üç taraflı sistemler arasında bir eşitsizliğe yol açmayacaktır. Hayashi, (2008c, s.14-15) takas komisyonuna müdahaleyi tek başına uygun bir çözüm olarak görmemekle birlikte, ABD’deki işyeri ücretlerine sınırlama getirilmesinin sosyal refahı artıracaklarına işaret etmektedir. Aynı zamanda bu arayüzde takas komisyonuna ve işyeri komisyonuna ilişkin bilgilerde şeffaflık sağlanması, işyerlerinin daha etkin kart markasını ve ödeme yöntemini seçebilmesine imkân sağlayacaktır.

İşyeri – kart hamili arayüzünde ise işyerinin ödeme araçları arasındaki maliyet farklılıklarını tüketicilere yansıtılabilmesine ilişkin kamu düzenlemeleri, bu arayüz ile ilgili olarak en sık rastlanılan müdahale önerileri arasındadır. Bu çerçevede işyerlerinin ödeme yöntemleri arasında fiyatları farklılaştırabilmesinin önündeki engellerin kaldırılmasının ilgili piyasada rekabeti artırarak, işyeri üzerindeki ücretleri düşüreceği söylenilebilir (Economides, 2008, s.14). Bu doğrultuda işyeri-kart hamili arayüzüne yapılacak başarılı bir müdahale ile işyerlerinin ödeme yöntemlerinin maliyet farklılıklarını tüketicilere yansıtmasını sağlanabiliyorsa, tüketicilerin daha etkin ödeme yöntemini kullanması yönünde müşevvikler oluşturulacak⁹³ ve çapraz sübvansiyon sorunu konusunda da önemli bir adım atılmış olacaktır. Ayrıca bu durumda takas komisyonları da tarafsız (nötr)⁹⁴ olacağından, yani toplam

⁹³ Ödeme sistemleri arasındaki maliyet farklılıklarının, tüketicileri daha az maliyetli olan ödeme sistemine yönlendirdiği, diğer bir deyişle tüketicilerin ödeme sistemleri arasındaki fiyat farklılıklarına oldukça duyarlı olduğu yönünde uygulama örnekleri bulunmaktadır. Örneğin Norveç’te bankalar tüketicilere çek kullarımları için işlem başı ücret yüklediklerinde (debit karta böyle bir ücret yüklenmezken), genel olarak tüketicilerin ekstra ücret ödememek için ödeme sistemleri içinde debit kart kullanımına doğru kaydıkları görülmüştür. Bazı yazarlar tarafından Norveç’te debit kartın yaygın kullanımı nedenleri arasında, ödeme yöntemleri maliyetleri arasındaki farklılıkların kullanıcılara yansıtılması gösterilmektedir (Humphrey ve diğerleri, 2003, s.13; Mann, 2006, s.123).

⁹⁴ Takas komisyonunun tarafsız (nötr) olduğu hipotezi, takas komisyonundaki değişikliklerin kart hamili ücretleri ve işyeri ücretleri üzerinde etkisi olacağı, ancak tüketici ödeme araçları

sosyal refahı ve üçüncü kişileri olumsuz etkilemeyeceğinden, takas komisyonlarına kamu müdahalesi gerekmeyecektir.

Kart kuruluşları – kart hamili arayüzünde ise ihraççı banka ile kart hamili arasındaki ilişkilerin ve bu ilişkileri belirleyen sözleşme ve ürüne ilişkin koşulların düzenlemeye tabi tutulması söz konusu olmaktadır. Kredi kartının borçlanma aracı olması yönüyle ilgili doğrudan kamu müdahalelerinin genelde bu arayüzde gerçekleştirildiği görülmektedir⁹⁵. Kart kuruluşları – kart hamili arayüzünde kart hamili ile ihraççı banka arasındaki ilişkileri ilgilendiren kamu düzenlemelerine; kart hamilinin daha iyi bilgilendirilmesi, sözleşmelere standart getirilerek piyasa aksaklıklarını azaltacak şekilde dizayn edilmesi, kredi kartının olumlu yönlerini taşırken olumsuz yönlerini asgariye indirebilecek yeni ödeme aracı ve mekanizmaların oluşturulması yönünde sistem aktörlerinin teşviki, küçüklere veya kredi kartını sorumlu kullanamayacak olanlara kredi kartının pazarlanmasının sınırlanması ve ödül programlarının yasaklanması veya düzenlenmesi gibi müdahale şekilleri örnek gösterilebilir. Mann (2006, s.126) kredi kartı aşırı kullanımının, aşırı harcama, borçlanma ve bireysel iflaslara yol açarak sosyal refaha zarar vermesi ile ilgili problemlerin çözümünde, problemin kalbi olan kart kuruluşları–kart hamili arayüzündeki ilişkilere yoğunlaşmak gerektiğini savunmaktadır.

Diğer yandan kart kuruluşları–kart hamili arayüzünde kart hamilleri için uygulanan ödül programlarına müdahale, takas komisyonu ve işyeri komisyonuna doğrudan müdahalenin bir alternatifi olarak görülebilir. Bu çerçevede kart ödülleri, sıfırlanabilir veya sınırlanabilir. Ancak işyerinin karttan kaynaklanan işlemsel faydaları ile kart sisteminin işlem başı maliyetlerinin hesaplanmasında karşılaşılan zorluklar söz konusu müdahalenin dezavantajlı tarafını oluşturmaktadır (Hayashi, 2008c, s.18).

Kredi kartı fiyatlama mekanizmalarından kaynaklanan piyasa aksaklıklarının veya bu aksaklıklara neden olan veya katkıda bulunan unsurların söz konusu arayüzlerin her birinde bir parça yer aldığı, dolayısıyla tüm bu arayüzlerin topyekûn bir kamu müdahalesine tabi tutulabileceği söylenebilir. Diğer yandan bu arayüzler içinden sadece birine veya ikisine yapılacak bir müdahalenin daha az maliyetli ve etkin olma ihtimali de göz ardı edilmemelidir. Kamu müdahalesi ile piyasadaki aksaklıklar çözülmeye çalışılırken, ödeme sistemlerinin mevcut etkinliklerine zarar verilmemeye çalışılmalıdır. Bu kapsamda hangi arayüze müdahalenin nasıl sonuçlar verebileceği iyi değerlendirilmelidir.

tercihi ve kullanımı üzerinde etkisinin olmayacağı şeklinde açıklanabilir (Gans, 2007, s.2).

⁹⁵ Öte yandan kredi kartı borçlanmalarına, kredi kartının aynı zamanda ödeme aracı olma fonksiyonunun yaptığı katkılar dikkate alınır, bu konuda gerçekleştirilmek istenen bir düzenlemede diğer arayüzlerin de dikkate alınması gereği açıktır.

2.3.3.2. Kamu Müdahalesine İlişkin Alternatifler

Genel bir değerlendirme yapıldığında tüm kamu müdahale alternatiflerinin her birisinin avantaj ve dezavantajlarının bulunduğu görülmektedir. Bu çerçevede politika yapımcılar amaçlarına ulaşmak için, farklı arayüzlerde birlikte ve ayrı ayrı uygulanacak farklı politika alternatiflerini dikkate almak durumundadırlar. Bir taraftan Kamu Yararı teorisi çerçevesinde sosyal refaha olumlu etkide bulunacağı belirlenenen veya siyasi mekanizmayı etkileyebilen kesime olumlu katkısı olabilecek kamu müdahaleleri uygulanması söz konusu olabilecek iken; diğer tarafta ise kamu müdahalelerinin olumsuzlukları ve devlet başarısızlıkları ön planda tutuluyorsa sadece piyasa mekanizmasının daha etkin bir şekilde işleyebilmesini sağlamaya yönelik sınırlı kamu müdahaleleri de söz konusu olabilecektir⁹⁶.

Farklı arayüzlere birlikte uygulanabilecek çeşitli politika kombinasyonlarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede kamu müdahalesinin taşıdığı potansiyel olumsuzluklara karşı alternatif politika önerilerinin getirildiği görülmektedir. Örneğin kart ödüllünün sıfırlanması, rekabet politikaları ile piyasalardaki rekabetin artırılması ve işyerlerinin fiyat farklılaştırması önündeki engellerin kaldırılması şeklindeki düzenleme seçeneklerinin birlikte uygulanması halinde, sosyal refahın artma olasılığının yüksek olduğu ileri sürülmektedir (Hayashi, 2008c, s.19)⁹⁷. Söz konusu kamu müdahalesi alternatifi, bir taraftan yüksek oranda olumlu etki potansiyeli taşırken, diğer taraftan riskleri de çok düşüktür. Yani ödüllerin sıfır belirlendiği durumda, eğer etkin kart kullanıcı ücreti negatif ise söz konusu müdahalenin sorun oluşturacağı söylenebilir. Ancak piyasada yeterli rekabet varsa ve işyerlerinin fiyat farklılaştırması önünde engel yoksa kart kullanıcılarına etkin seviyedeki fon aktarımının başka yollarla da gerçekleşmesi mümkündür. Örneğin rekabetçi kart şebekeleri çıktıyı ençoklamak için işyeri ücretlerini düşürmek zorunda kalacaklar ve bu durumda işyerleri, kart ile yapılan alışverişlerden daha fazla kazanacağından, daha fazla müşterinin diğer ödeme araçları yerine kart kullanmasını isteyecek ve fiyat farklılaştırabilmeleri durumunda kart kullanıcıları için daha düşük ürün fiyatı uygulayabilecektir⁹⁸. Diğer yandan eğer etkin kart kullanıcı ücreti pozitif ise kart ödüllünün sıfır olarak belirlenmesinin sosyal refahı artıracacağı açıktır. Rekabet politikası ve fiyat farklılaştırması önündeki engellerin kaldırılması da sosyal refaha zarar vermeyecektir. Böyle bir politikanın olumsuz tarafı, kart kullanımından ödüller

⁹⁶ Bu tür kamu müdahalelerine bilgi aksaklıklarına karşı uygulanabilecek kamu düzenlemeleri ile piyasadaki fiyatlara bilgi taşıma özelliğinin kazandırılması örnek olarak verilebilir.

⁹⁷ Benzer şekilde Bolt ve Chakravorti (2011, s.23), ödeme piyasalarındaki kamu müdahalelerinin bu piyasalardaki giriş engellerinin kaldırılması ve daha etkin ödeme yöntemlerinin kullanımının teşvik edilmesine (uzun dönemde özel sektör yatırımlarının etkin ödeme teknolojilerine gitmesini engellemeksizin) yoğunlaşması gerektiğini ileri sürmektedir.

⁹⁸ İşyerinin kart kullanımı nedeniyle oluşan faydasının, etkin olarak ürün fiyatlarına yansıtılması için işyerlerinin içinde bulunduğu pazarların rekabetçi olması gerekmektedir.

yoluyla fayda sağlayan kart kullanıcıların refahının azalması olacaktır. Ayrıca bu politika tüm tüketicilerin refahını artırsa da, söz konusu refah kazanımlarının tüketiciler tarafından gözlemlenmesi görece daha zor olacaktır. Dolayısıyla bu düzenleme tüketici tarafında tepkiye yol açabilecektir.

Bu çerçevede çeşitli yazarlar tarafından ödeme aracı olma yönüyle⁹⁹ kredi kartı sektöründeki fiyatlama mekanizmalarındaki aksaklıklara yönelik olarak getirilen kamu müdahalesi alternatiflerini ve önerilerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- İşyerlerinin fiyat farklılaştırması önündeki yasal ve kart kuruluşu kurallarından kaynaklanan engellerin kaldırılması (Mann, 2006, s.207; Berkovich, 2009, s.26; Levitin, 2008a,b).
- Takas komisyon oranlarına müdahale; takas komisyonlarının sıfırlanması (Balto, 2000) veya maliyet bazlı sınırlama getirilmesi şeklinde uygulanabileceği gibi, Ramsey fiyatlama, turist testi benzeri kriterler¹⁰⁰ kullanılarak da sınırlanabilecektir (Berkovich, 2009, s.26). Diğer yandan takas komisyonunun tamamen kaldırılması durumunda piyasanın iki tarafı arasındaki gelir aktarımının, işyerlerinin kart hamillerine farklı fiyat uygulamasının önü açılarak (rekabet politikaları ve fiyat farklılaştırmasının teşviki gibi politikalar ile) sağlanması etkinlik açısından gerekecektir¹⁰¹.
- Özellikle büyük ihraççı bankaların, kart kuruluşlarından bağımsız olarak takas komisyonu belirleyebilmesini sağlayacak düzenlemeler¹⁰².
- İşyeri komisyonlarına müdahale ederek sınırlamalar getirilmesi (Schuh ve diğerleri, 2010, s.36).
- İşyeri komisyonu ve takas komisyon oranlarının kart ödüllerine göre farklılaşmayacak şekilde tekdüzeleştirilmesi (Berkovich, 2009, s.26).

⁹⁹ Kredi kartı temel olarak borçlanma aracı olarak değerlendirildiğinde, maksimum faiz oranı belirlenmesi gibi başla kamu müdahaleleri de söz konusu olabilecektir (OECD, 2006, s.59).

¹⁰⁰ Zenger (2010), işyerlerinin uygulama maliyetleri nedeniyle fiyat farklılaştırması yapmadığı durumda turist testinin ikinci en iyi mekanizması olarak kullanılabilceğini söylemektedir.

¹⁰¹ Heimler (2010, s.41) optimum takas komisyonu oranının hesaplanmasının zorluğunu belirterek, takas komisyonunun sıfırlanmasını ve işyerleri üzerine getirilen sınırlamaların kaldırılmasını önermektedir. Bu durumda takas komisyonlarının çok yüksek belirlenmesi riski olmayacağı gibi, ihraççılarda mevcut durumun aksine düşük maliyetli kart verme güdüsü oluşacağını belirtmektedir.

¹⁰² Semeraro (2007, s.84-88) ABD’de takas komisyonunun rekabetçi olmayan bir şekilde aşırı yüksek olduğu yönünde göstergelerin bulunduğunu belirterek, rekabetçi bir yaptırım olarak; 6 büyük ihraççının Visa ve MasterCard’dan bağımsız takas komisyonu belirlemesini ve markası ne olursa olsun işyerlerinin ihraççı bazında kartı reddedebilmesini önermiştir. Diğer küçük ihraççılar için takas komisyonu ortak belirlenmeye devam edebilecektir. Yazar böylece TKK kuralının geçersiz hale geleceğini savunmaktadır.

- Kredi kartının borçlanma aracı olma ve ödeme aracı olma fonksiyonlarının ayrıştırılarak, yeni araçlar oluşturulması yönünde ilgili piyasanın teşvik edilmesi (Mann, 2006, s.165, 166; Bar-Gill, 2006, s.53¹⁰³; Sunstein, 2006, s.270). Ancak bunun için öncelikle kredi kartları piyasasındaki aksaklıkların neden olduğu aşırı kart kullanımını teşvik eden unsurların düzeltilmesi gerekecektir.
- Ödeme araçları piyasasına yeni teknolojilerin ve etkin araçların girişlerinin teşvik edilmesi (OECD, 2006, s.20)¹⁰⁴. Yeni teknolojilerin girişleri taraflara kullanım kolaylığı, düşük maliyet gibi faydalar sağlayabilecektir. Ayrıca yeni teknolojilerin girişinin teşvik edilmesi, mevcut sistemler üzerinde fiyatlandırma yapılarını daha etkin bir biçime dönüştürmeleri yönünde baskı oluşturacaktır.
- Kredi kartına alternatif olarak daha az maliyetli bir ödeme aracı olan banka kartının teşvik edilmesi (Mann, 2006, s.189)¹⁰⁵.
- Kredi kartı ödül programlarının yasaklanması veya bunlara sınırlama getirilmesi (Mann, 2006, s.207; Schuh ve diğerleri, 2010, s.36). Ayrıca kredi kart ödülleri üzerine vergi getirilmesi de önerilmektedir (Semeraro, 2009, s.449-450).
- Gelirin yeniden dağılımına yönelik politikalar. Vergi politikaları ve diğer gelir dağılımına ilişkin politikalar ile kredi kartı kullanımından olumsuz etkilenen düşük gelirlilerin desteklenmesi (Schuh ve diğerleri, 2010, s.36).
- Banka dışı kurumların da kabulcü ve ihraççı olmalarına veya aracılık faaliyetlerinde bulunmalarına izin vererek, ilgili piyasadaki rekabetin artırılması (OECD, 2006, s. 61).
- Bankaların kredi kartlarından kaynaklanan kredi risklerini daha iyi değerlendirmelerini sağlayacak politikaların uygulanması. İhraççı bankalara kredi kartından kaynaklanan geri ödenmeyen borçlarla ilgili vergiler ve bu zararların diğer borçlanmalar üzerine yüklenmesinin

¹⁰³ Bar-Gill (2006) ilgili piyasadaki ürün bağlamaların oluşturduğu sorunlara yönelik olarak, keskin bir şekilde bu ürünlerin ayrıştırılmasına yönelik yaptırımlar uygulanması ve ayrı fiyatlamaların uygulanması yerine, arama ve geçiş maliyetlerini azaltmak, bilgi sorunlarını gidermek gibi yollarla piyasanın işleyişini kolaylaştırıcı tedbirler olarak, piyasa mekanizması içinde bu sorunların giderilmesinin sağlanmasını önermektedir.

¹⁰⁴ Finlandiya'da 1996'dan beri banka hizmetlerinin cep telefonu ile sağlanabiliyor olması (OECD, 2006, s.59) ve ülkemizde sinema bilet ücreti gibi bazı ödemelerin telefon faturasına eklenerek yapılabilmesi bu tür teknolojik yeniliklere örnek olarak gösterilebilir.

¹⁰⁵ Banka kartına ilişkin takas ve işyeri komisyonlarının genelde, kredi kartının altında kaldığı söylenebilir (OECD, 2006, s. 23-25). Ödeme yöntemleri maliyetlerine ilişkin, bu çalışmanın 2.1.4.2. numaralı kısmında da yer verildiği üzere, toplam ortalama maliyet dikkate alındığında, yapılan tüm çalışmalar banka kartının kredi kartına göre daha az maliyetli bir ödeme aracı olduğunu göstermektedir.

önlenmesi gibi bankalar açısından kredi kartı ile borç vermeyi maliyetli hale getirecek düzenlemeler uygulanabilir (Mann, 2006, s.207).

- Tüketicilerin ve işyerlerinin bilgi sorunlarına çözüm getirecek politikalar uygulanması (Mann, 2006, s.207). İşyerlerinin ve tüketicilerin tam bilgilendirilmesini sağlamaya yönelik olarak ödeme maliyetleri, işyeri komisyonları, fiyatların içindeki kâr oranları (mark-up), maliyetlerin perakende fiyatlar ve tüketici refahı üzerindeki etkisi konusunda bankalar, işyerleri ve kart kuruluşlarına bilgi açıklama yükümlülüğü getirilmesi, fiyatlamalardaki şeffaflığın artırılarak, fiyatlara bilgi taşıma işlevinin kazandırılması ve kamu tarafından gerekli çalışmaların yapılarak toplumdaki finansal bilinçlenmenin sağlanması bilgi sorunlarına karşı önemli katkı sağlayacaktır (Schuh ve diğerleri, 2010, s.35; Leinonen, 2011). Uygulamada işyerleri açısından farklı kart kuruluşlarının fiyatlarının birbirine karışmasını önlemeye yönelik, kart kuruluşlarının işyerlerine farklı fiyatlama yapmalarını ve daha açıklayıcı faturalama yapmalarını sağlayıcı düzenlemelerin de yaygınlaştığı görülmektedir (OECD, 2006, s.61).
- Kredi kartı kullanımını yaygınlaştırarak (daha geniş kesimlerin bu hizmetlerden yararlanmasının sağlanması ile) çapraz sübvansiyon sorununu azaltmaya yönelik düzenlemeler (Semeraro, 2009, s.449-450).
- İşyerleri üzerine getirilen TKK kuralının ve yönlendirme yasağının kaldırılması (Berkovich, 2009; Semeraro, 2007).
- İşyerlerinin kart kuruluşlarına karşı birlikte hareket etmelerine izin verilmesi (OECD, 2006, s. 58). İşyerleri birlikleri tarafından kurulan teşebbüslerin ödeme kuruluşu, kabulcü kuruluş gibi faaliyetler yapabilmelerine izin verilmesi konusu değerlendirilebilir, ancak bu durum rekabet hukuku açısından bazı sorunlar ortaya çıkarabilecektir.

2.3.3.3. Kullanılacak Olan Kamu Müdahale Politikaları ve Uygulayıcılar

Kredi kartları piyasasındaki aksaklıklara yönelik politikalar oluştururken dikkate alınması ve karar verilmesi gereken diğer bir husus hangi politika araçlarının kullanılacağı ve bu politikaların hangi kamu otoriteleri vasıtasıyla uygulanacağıdır. Bu konuda uygulamada temel olarak iki tür alternatif araç ve kamu otoritesinin kullanıldığı görülmektedir. Rekabet hukuku bağlamında rekabet otoriteleri tarafından gerçekleştirilen müdahaleler (rekabet hukuku politikaları) ve merkez bankaları gibi sektörel düzenleyici kurumlar tarafından uygulanan daha genel hususları kapsayan sektörel düzenleyici kurulların uygulandığı müdahaleler (sektörel düzenleyici politikalar). Söz konusu politika alternatifleri birbirlerini dışlayıcı olmayıp, birlikte uygulandığı durumlara da rastlanmaktadır.

Rekabet otoriteleri rekabet hukuku çerçevesinde piyasalardaki rekabet sorunları ile ilgilenirken, para otoritesi türü sektörel düzenleyicilerin, daha çok sistem riski üzerine yoğunlaştığı söylenebilir. Bu çerçevede uygulamada çoğunlukla para otoritelerinin kredi kartının borçlanma aracı olma yönüne yoğunlaşarak, borçlanma risklerini azaltmaya yönelik düzenlemelere ağırlık verdiği söylenebilir (Gans ve King, 2001, s.2). Bununla birlikte rekabet politikası ile sektörel düzenleyici politikalar yaklaşımı arasında önemli oranda bir örtüşmenin söz konusu olduğu söylenebilir. Rekabet politikası yaklaşımının avantajı, özel bir yasama yapısı ve kamu düzenleme süreci gerektirmemesidir. Mevcut rekabet hukuku enstrümanları ile rekabet otoritelerinin hızlı bir şekilde piyasaya müdahalesi mümkün olabilmektedir (Vickers, 2005).

Diğer yandan rekabet hukuku yaklaşımının katı ve dar geldiği durumlar söz konusu olabilmektedir. Nitekim söz konusu piyasadaki bazı aksaklıklara politik olarak kamu müdahalesi tercih edilmesine rağmen, bu aksaklıklar rekabet hukuku anlamında ihlal teşkil etmiyor olabilir. Bu durumda rekabet otoritelerinin müdahale yetkisi bulunmayacaktır. Ayrıca rekabet hukukuna göre sektörel düzenleyici yaklaşımın daha geniş bir bakış açısına sahip olma, esnek olma ve ileriye yönelik düzenleme yapabilme (forward looking) potansiyeli daha büyüktür (Simon, 2005, s.397). Ayrıca sektörel düzenleyici yaklaşımda, rekabet politikalarının aksine, kamu müdahalesi için herhangi bir yasanın ihlal edilmesinin gerekmemesi bu yaklaşıma esneklik kazandırmaktadır.

Heimler (2010, s.46) bu çerçevede, takas komisyonunu düzenleme konusunda, daha esnek olmaları, sektörün yapısını değiştirebilme kapasitesine sahip olmaları ve takas komisyonunu tamamen kaldırmak da dâhil olmak üzere çeşitli ince ayarlamalar yapabilme imkânına sahip olmaları nedeniyle sektörel düzenleyicilerin görev almasının daha uygun olacağını ileri sürmektedir. Böyle bir esneklik, düzenleyici otoriteler tarafından kötüye kullanılabilme riskini taşımakla birlikte, yasa dışı olmayan ancak toplum için zararlı olan bazı davranışlarla mücadelede kullanılabilir tek çıkar yol olabilmektedir. Diğer yandan uygulamada genellikle mevcut bir düzenleyici kurum olmadığında veya mevcut düzenleyicilerin çeşitli nedenlerle müdahale etmede yetersiz veya isteksiz olmaları durumunda rekabet otoriteleri piyasa aksaklıklarını gidermede en uygun yol olabilmektedir (OECD, 2006, s.60).

Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde uygulanacak politika araçları ve kurumlara ilişkin yaklaşımı belirleyici faktörlerin başlıcaları şu şekilde sayılabilir (OECD, 2006, s.60):

- Kredi kartları piyasasında tespit edilen sorunların doğası ve şiddeti,
- Sorunların kaynağı,
- Yasal standartlar,
- Düzenleyici güçler,
- Mevcut politika çözümlerinin geliştirilebilme imkânları,
- Gelecekteki yatırım ve yenilikler üzerine görece etkiler.

2.4. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE KREDİ KARTLARI PİYASASINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİ

Ülke uygulamalarına bakıldığında, kredi kartları piyasasının ödeme aracı olma yönüyle fiyatlama mekanizmalarının, özellikle çok taraflı takas komisyonu, işyeri sınırlamaları ve bilgi aksaklıkları hususunda birçok ülkede kamu müdahalesine tabi tutulduğu görülmektedir. Bu kapsamda bazı ülke uygulamalarına ilişkin örnekler aşağıda sunulmaktadır.

2.4.1. Amerika Birleşik Devletleri

ABD’de 1986 yılında NaBanco kararında¹⁰⁶ mahkemenin Visa’nın pazar gücüne sahip olmadığı ve takas komisyonunun pazardaki rekabete zarar verdiğinin ispat edilemediği yönünde verdiği karar sonrasında, şu ana kadar ABD’de ortak takas komisyonu belirlenmesinin kamu düzenlemesine tabi tutulması, bazı yasa tasarılarına konu olmaktan ve tartışma konusu olmaktan ileriye gitmemiştir. Ancak bu konuda işyerleri ve işyerlerinin üst birliklerince son yıllarda ellinin üstünde dava açıldığı görülmektedir (Prager ve diğerleri, 2009). Ayrıca kamuoyunda bu yöndeki baskıların her geçen gün arttığı söylenebilir. Örneğin *American Antitrust Institute* (AAI) Başkanı Foer (2010) tarafından bu konuda yapılan açıklama bu durumu açıkça ortaya koymaktadır¹⁰⁷. Ayrıca üç ayrı kanun tasarısının Kongre’de görüşülmesine devam edilmektedir. Bu tasarılar yasalarsa ABD’de takas komisyonunun kamu düzenlemesine tabi tutulma yolu açılmış olacaktır (Rochet ve Wang, 2010, s.2). Bu çalışmanın tamamlandığı tarihte, söz konusu tasarılar henüz yasalaşmamıştır.

Diğer yandan işyerlerine getirilen sınırlamalarla ilgili olarak ABD’de, Wall Mart önderliğinde çok sayıda kart kabul eden işyerleri, Visa ve MasterCard kuralları ile getirilen TKK kuralının yasalara aykırı olduğunu mahkeme önünde ileri sürmüştür¹⁰⁸. İşyerleri tarafından, farklı bir ürün olan banka kartlarının kabulünün yasalara aykırı bir şekilde kart kuruluşlarının kuralları ile kredi kartı kabulüne bağlandığı iddia edilmiş, ancak duruşma aşamasına gelinmeden

¹⁰⁶ National Bankcard Corp (NaBanco) v. Visa USA, 779 F.2d 592 (11th Cir. 1986).

¹⁰⁷ Foer (2010) Mastercard ve Visa ödeme sistemlerinin ödeme piyasalarındaki dengeleri bozduğunu söyleyerek sistemin dengesinin ve tüketici ile işyerlerinin korunmasını sağlamak için önemli değişimlere ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Foer takas komisyonları üzerine maliyet bazlı bir tavan getirilmesi gerektiğini ve Kongre’nin merkez bankasını veya başka bir kamu otoritesini bu konuda yetkilendirmesi gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca takas komisyonun iki taraflı pazarlarda talebi dengelemek için bir araç olmadığı, tersine işyeri ve işyeri müşterilerinin olabildiğince sömürülmesinin bir aracı olduğunu ifade etmektedir. Foer ilgili piyasanın iki taraflı bir pazar olmasının da rakiplerin ortak fiyat belirlemesine mazeret olamayacağını belirterek, çok sayıda iki taraflı pazarın rekabet hukuku anlamında böyle bir muafiyetinin olmadığını vurgulamaktadır. Ayrıca sistemden faydalanmayan veya çok az faydalanan insanlardan, kart ihraççılarına ve kartı fazla kullanan zengin kart hamillerine kaynak aktarımının olması nedeniyle sistemin adil bir şekilde işlemediğini savunmaktadır.

¹⁰⁸ In Re: Visa Check/Master Money Antitrust Litig., No. 96-CV-5238 (JG), 2003.

taraflar anlaşmışlardır. Anlaşmaya göre işyerlerine yaklaşık 3 milyar, avukat ücretleri ve maliyetler için de 300 milyon ABD doları ödenmesi, TKK kuralının iki tür kart için birlikte uygulanmasının kaldırılması, ihraççıların banka kartlarına açıkça “debit” yazması ve banka kartlarının komisyon oranlarının düşürülmesi kararlaştırılmıştır (OECD, 2006, s.257-258).

2.4.2. Avrupa Birliği

AB’de takas komisyonuna ilişkin olarak daha çok Avrupa Komisyonu kararlarında muafiyet incelemesi yolu ile düzenlemelere gidildiği görülmektedir. Avrupa Komisyonu tarafından, 2002 yılında *Visa*’nın çok taraflı takas komisyonu belirlemesine 2007 yılına kadar muafiyet tanınmıştır¹⁰⁹. *Visa* muafiyet almadan önce Komisyona önemli taahhütlerde bulunmuştur. Bu taahhütlerden başlıcaları; takas komisyonunun ağırlıklı ortalamasının 2007 yılsonuna kadar kademeli olarak %0,7’ye düşürülmesi, ücretlerde şeffaflığın sağlanması ve bankaların işyerlerine takas komisyonu ile ilgili bilgi açıklamalarına izin verilmesi şeklinde sayılabilir. Komisyon 2007 yılında *MasterCard* hakkında verdiği kararda ise¹¹⁰, *MasterCard*’ın banka kartı ve kredi kartlarına uyguladığı çok taraflı takas komisyonu uygulamasının AT Antlaşmasının 81. maddesini ihlal ettiğini ve *MasterCard*’ın, söz konusu uygulama ile kazanılan etkinliklerin, getirilen sınırlamaları telafi ettiğini ispatlayamadığını ve uygulamaya devam edilmesi halinde ceza uygulanacağını belirtmektedir. Komisyon üyesi Kroes 1 Nisan 2009 tarihli açıklamasında, Komisyonun 2007’de çok taraflı takas komisyonunu sınırlamasının ardından *MasterCard*’ın bazı taahhütlerde bulunduğunu belirtmiştir¹¹¹. Komisyon

¹⁰⁹ 24.07.2002 tarihli Komisyon Kararı: VISA International MIF, Case No: COMP/29373, OJ L 318/17, 22.11.2002

Avrupa Komisyonu *Visa* kararında üst pazar olan “sistem/şebeke pazarı” (system/network market) ile alt pazar olan “sistem içi pazar” (intra system market) arasında bir ayırım yaparak üst pazarda farklı kart kuruluşu şebekeler arasında, alt pazarda ise *Visa* üyelerinin diğer sistem üyeleri ile birlikte kendi aralarında rekabet ettiğini belirtmiştir (para. 34-43). Diğer yandan Komisyon *Visa* kararında kredi kartı sistemlerinin iki taraflı yapısını tanıyarak, tüketici ve işyerlerinin taleplerinin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini, aynı ilgili pazarda bulunacak bir ödeme yönteminin iki taraf açısından da ikame olması gerektiğini vurgulamaktadır (para. 46). Komisyon *Visa* kararında nakit ve çeki ödeme kartlarının alternatifi olarak görmemiştir (para. 48). Bu da takas komisyonunun, kart kuruluşlarınca işyerlerinin kart kabul etmekten vazgeçeceği korkusu olmadan artırılabilceği anlamına gelebilecektir

¹¹⁰ 19.12.2007 tarihli Komisyon Kararı: Case No COMP/34579 Europay (Eurocard-MasterCard).

¹¹¹ Diğer yandan benzer süreçlerin Komisyon’da *Visa* için de yaşanmakta olduğu görülmektedir. 08.12.2010 tarihli Komisyon kararında (Case COMP/39398 — VISA MIF), *Visa*’nın banka kartlarına ilişkin takas komisyon oranlarına, “işyeri farksızlık testi” (Merchant Indifference Test (MIT)) çerçevesinde sınırlama getiren, işyeri ücretlerine ve takas komisyon oranlarına şeffaflık getiren düzenlemelere devam edileceğini belirten taahhütlerinin uygun ve gerekli bulunduğu görülmektedir. Bu kararda *Visa*’nın kredi kartı işlemlerine ilişkin çok taraflı takas komisyonuna yönelik incelemelerin ise sürdüğü

tarafından kabul edilen söz konusu taahhütlerle çok taraflı takas komisyonu için getirilen yeni yöntem literatürde “turist testi” olarak bilinen bir yöntemdir.

İşyerlerine getirilen sınırlamalarla ilgili olarak ise Avrupa Komisyonu 2001 yılındaki kararında¹¹² Visa'nın TKK kuralının kart hamilleri açısından faydalı olduğunu ve işyerlerine aşırı bir sınırlama getirmediğini¹¹³ kabul ederek, bu kuralın kaldırılmasının belirgin bir rekabet artışı sağlamayacağını belirtmiş ve TKK kuralının 81(1). madde kapsamı dışında olduğu ve rekabeti sınırlamadığı sonucuna ulaşmıştır. Komisyon benzer şekilde Visa'nın ilave ödeme yasağı hakkında da rekabet üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı ve rekabeti sınırlamadığı sonucuna ulaşmıştır. Ancak sonrasında AB'de Komisyonun perakende bankacılık üzerine 2005 yılında başlattığı bir araştırma çerçevesinde hazırlanan Ara Raporda (Avrupa Komisyonu, 2006, s. 123-125) ve Nihai Raporda (Avrupa Komisyonu, 2007, para. 22) kart kuruluşları tarafından işyerlerine getirilen ilave ödeme yasağının, çapraz sübvansiyon yoluyla gerçek maliyetleri tüketicilerden gizleyerek, daha etkin ödeme araçlarının gelişmesini engelleyebileceği ve yüksek ihraççı kârlarına yol açabileceği tespitleri yapılmaktadır¹¹⁴. 2007 yılına gelindiğinde MasterCard kararı ile birlikte Komisyonun uygulamalarında da bu değişiklik görülmeye başlanmıştır. Komisyon üyesi Kroes 1 Nisan 2009 tarihli açıklamasında, MasterCard'ın zaten işyerlerine MasterCard ve Maestro kartlar için geçerli olarak ilave ödeme uygulaması için izin verdiğini, bu uygulamanın devam edeceğini ve MasterCard tüketici, MasterCard ticari ve/veya Maestro kart işlemlerine farklı fiyat uygulayabilmeleri için işyerlerine açıkça izin vereceğini belirtmektedir. Ayrıca TKK kuralı konusunda MasterCard'ın mevcut kurallarında (MasterCard mevcut uygulaması, Mastercard ve Maestro için ayrı TKK kuralı şeklinde idi) bir değişiklik olmamakla birlikte, MasterCard'a kabulcüler vasıtasıyla işyerlerini bu iki tip karttan sadece birisini veya ikisini birlikte ve rakip kartları kabul etmeyi seçebilecekleri konusunda bilgilendirmek yükümlülüğü getirilmiştir. Böylece şeffaflığın artarak işyerlerinin ve tüketicilerin en etkin olan ödeme yöntemini seçmelerinin sağlanabileceği belirtilmektedir. Diğer yandan MasterCard'ın yeni bir sistem kuralı getirerek, kabulcü bankaların işyerlerine, aksi işyeri tarafından istenmedikçe, MasterCard tüketici - ticari ve Maestro

belirtilmektedir. İşyeri farksızlık testine ilişkin açıklama için bakınız 08.12.2010 tarihli Komisyon basın açıklaması (Avrupa Komisyonu, 2010)

¹¹² 09.08.2001 tarihli Komisyon kararı: Case No COMP/29373 - Visa International, OJ L 293, 10.11.2001.

¹¹³ Söz konusu kararın gerekçesi olarak, bu kuralın işyerlerinin Visa kartlarından veya Visa elektron kartlarından sadece birini veya ikisini de kabul etmelerini engellememesi, işyerlerinin istedikleri an Visa kabul etmekten vazgeçebilmede özgür olmaları ve Visa kartın gelecekteki çeşitlerini kabul etmeye zorlanmaması sayılmaktadır (s.37, para. 66-69) .

¹¹⁴ Ara Raporda ayrıca bu noktada, Leinonen (2005, s.6) tarafından ilave ödeme yasağının cep telefonları ve elektronik para gibi nakit dışı ödeme yöntemleri için bir giriş engeli oluşturabileceği tespitine atıf yapılarak, bu yasağın muhtemel bir giriş engeli olabileceğine işaret edilmektedir.

kredi ve banka kartları için ayrı ayrı fiyatlandırma yapacağı, tüm bu kartlar için ve rakip kart kuruluşlarına ait kartlar için “ayrıştırılmış oranları” (unblended rates) önereceği ve ayrı ayrı faturaya yansıtılmasını sağlayacağı duyurulmaktadır. Böylece işyerlerinin en etkin kart seçiminde gerekli bilgilere sahip olmasının sağlanması yolunda düzenlemelerin yapıldığı görülmektedir (Avrupa Komisyonu, 2009).

2.4.3. Avustralya

Kredi kartları takas komisyonları ve işyeri sınırlamaları konusunda en radikal ve en çok tartışılan kamu müdahalesinin Avustralya Merkez Bankası'na (RBA) yapılan düzenleme olduğu söylenebilir (OECD, 2006). 1990'lı yılların sonunda bu konuda çalışmalara başlayan RBA, Avustralya Rekabet ve Tüketici Komisyonu (ACCC) ile birlikte ortak bir rapor (RBA ve ACCC, 2000) hazırlayarak, kredi kartı takas komisyonunun, tüketicilere maliyetin altında kredi kartı ihraç hizmeti sunmayı teşvik ettiği ve bu durumun kredi kartının daha az maliyetli ödeme yöntemleri aleyhine kullanımının artmasına neden olduğu sonucuna ulaşmıştır. RBA 2001'de yayınladığı “Consultation Document” ile ödeme sistemleri alanındaki regülasyon ihtiyacının temel gerekçelerini sıralamaktadır. Buna göre kredi kartı hizmetlerinin mevcut fiyatlandırma yapısı tüketicilere farklı ödeme araçlarının topluma maliyetleri konusunda yanlış sinyaller göndermektedir ve takas komisyonlarının, rakiplerce birlikte belirlenmesi ve yeterli rekabetçi güçlerin bulunmaması nedeniyle, bozucu etkileri bulunmaktadır. Bu nedenle “objektif, şeffaf ve maliyet temelli bir takas komisyonu” belirleyerek kredi kartı sisteminin düzenlenmesi önerilmiştir (RBA, 2001, s. 32, 39-40, 116).

Bu doğrultuda 2002 Ağustos ayında RBA, ödeme kartı sistemlerinden ilave ödeme yasağını kaldırmalarını istemiş, sonrasında da Ekim 2003 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere takas komisyonu azami oranını hesaplama formülünü ilan etmiştir. Kasım 2003'te takas komisyonu oranı ortalama %0,95'lerden %0,55 düzeylerine gerilemiştir (RBA, 2004). Dört taraflı kart sistemlerinin ilave ödeme yasağına ilişkin kuralları kaldırılırken, üç taraflı kart sistemleri olan American Express ve Diners Clubs da kendi sistemlerindeki ilave ödeme ve yönlendirme yasağı kurallarını kaldırmayı taahhüt etmişlerdir. RBA pazara girişi serbestleştirmeye yönelik düzenlemelerini de Şubat 2004'de yayınlamıştır. 2006 yılı sonunda da kart kuruluşlarının, banka kartlarının kabulünü ilgili kuruluşun kredi kartının kabulüne bağlayan TTK kuralları kaldırılmıştır.

RBA, 2009 yılında yaptığı değerlendirmede gerçekleştirilen müdahalenin daha fazla rekabet ve düşük işyeri komisyonları yoluyla tüketiciye faydalı olduğunu belirtmektedir (RBA, 2009). Ancak tüketiciler ve sosyal refah üzerindeki etkileri konusunda literatürde farklı görüşler mevcuttur (Chang ve diğerleri, 2005). RBA'nın açıklamalarında kart kullanmayan tüketicilerin faydasının arttığı yer alırken, kart kullananların maliyetlerinin arttığı, işyeri

komisyonlarının %1,45'lerden %0,97 seviyelerine gerilediği, aynı zamanda düzenlenmeyen üç taraflı sistemlerin işyeri komisyonlarının da düştüğü belirtilmektedir. RBA (2009) ayrıca yıllık tüketici kart ücretleri ve finans ücretlerinin arttığını, ödül programlarının büyüklüğünün önemli oranda düştüğünü belirtirken, bu durumun daha düşük fiyatlara neden olarak tüketicilere yansıyor yansımadağı konusunda ise, bu etkinin hızı ve yaygınlığını tespit etmenin mümkün olmadığını, ancak ayrıca ortaya konulup ölçülememesinin bu etkinin olmadığı anlamına gelmeyeceğini ifade etmiştir.

Ayrıca işyeri ücretlerindeki düşüşlerin toplamının kart hamillerinin ücret artışlarının toplamından yüksek olduğu, iki miktarın eşit olması durumunda dahi söz konusu müdahalenin eğer ödeme yöntemlerinin maliyetlerini ortaya çıkarabilirdi ve tüketicilerin ödeme yöntemi tercih güdülerini etkileyebilirdi ise başarılı sayılabileceğinin savunulduğu görülmektedir (OECD, 2006, s.51). Ayrıca Avustralya'da işyerlerinin ilave ödeme uygulamasının önündeki engellerin kaldırılması sonrasında, az fakat belirgin sayıda işyerinin ilave ödeme uygulamayı seçtiği söylenmektedir (OECD, 2006, s. 9). RBA (RBA, 2009) ise reformun temel amaçlarına ulaştığı değerlendirilmesinde bulunmaktadır. Şeffaflığın artması, girişlerin serbestleştirilmesi ve işyerleri üzerindeki kısıtlamaların kaldırılması yolu ile rekabetin geliştirilmesi, tüketicilere daha uygun fiyat sinyallerinin aktarılmasının teşvik edilmesi bu amaçlar arasında sayılmaktadır. Diğer yandan RBA takas komisyonları üzerindeki rekabetçi güçlerin göreceli olarak zayıf kaldığı ve yakından takip edilmesinin gerekli olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Ayrıca RBA kredi kartı sektörünün, kamu müdahalesi olmaması halinde takas komisyonlarının yükselmesi riskini azaltma anlamında adım atması durumunda, takas komisyonlarının düzenlenmesinde geri adım atabileceği önerisini sunmuştur (RBA, 2009). Ancak RBA 2009 yılı itibariyle bu yönde yeterli adımların atılmadığını ve takas komisyonu üzerindeki düzenlemelerin devam edeceğini duyurmuştur.

2.4.4. Diğer Bazı Ülke Uygulamaları

Diğer bazı ülkelerde de bu alanlarda kamu müdahalelerinin söz konusu olduğu görülmektedir. Yaklaşık 20 ülkede takas komisyonu veya işyeri komisyonu oranları sınırlanmış veya bu yönde çalışmalar başlamıştır (Bradford ve Hayashi, 2008). Bu düzenlemelerin çoğunluğu takas komisyonu oranlarını maliyet bazlı bir benchmark belirleyerek sınırlarken, kullanılan maliyet kalemleri ülke bazında değişiklik gösterebilmektedir. Uygulamada takas komisyonunun yasa dışı bulunduğu ve sıfır olarak belirlendiği bazı ülkelere de rastlanmaktadır¹¹⁵.

Örneğin İspanya'da 2005 yılında Sanayi, Turizm ve Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda kart sistemleri ile işyerleri arasında sağlanan bir anlaşma ile

¹¹⁵ Takas komisyonuna kamu müdahalesinin söz konusu olduğu ülkelerin ve kısaca müdahale biçiminin gösterildiği özet tablo için bakınız: Bradford ve Hayashi (2008).

takas komisyonlarının önemli oranda düşürüldüğü görülmektedir. Delgado (2011) İspanya’da 2011 yılı sonrasında tarafların ikili anlaşmalar ile takas komisyonu belirlemede özgür olduğunu, yeni çıkarılan kart kanunu ile ilave ödeme yasağının kaldırıldığını ve aynı zamanda işyeri komisyonlarına sınırlamalar geldiğini belirtmektedir. Benzer şekilde 2006 yılında İsrail’de rekabet otoritesi ile bankalar arasında takas komisyon oranlarının düşürülmesine yönelik bir anlaşma sağlanmıştır. Yine 2006 yılında Meksika Merkez Bankası ile Bankalar Birliği arasında takas komisyonu oranlarında indirimler konusunda anlaşılmıştır (RBA, 2007). Diğer yandan Güney Kore Adil Ticaret Komisyonu (KFTC), 2005 yılında Güney Kore’de dört taraflı kart kuruluşlarının en büyüklerinden olan ve 11 bankanın kurduğu BC Card’s isimli ortak girişime, işyeri komisyonlarının ortak belirlenmesinin kartel davranışı olduğu gerekçesiyle 9,6 milyon ABD doları civarında bir ceza uygulanmasına karar vermiştir (KFTC, 2005). Yeni Zellanda’da ise Visa ve MasterCard tarafından belirlenen çok taraflı takas komisyonu yasaklanmış ve 2009 yılından itibaren ihraççıların kabulcülerle ikili anlaşmalarla takas komisyonu belirlemesi konusunda uzlaşma sağlanmıştır (Foer, 2010).

Diğer yandan İngiltere, Hollanda, İsveç, Danimarka ve Kanada’da ilave ödeme yasağına ilişkin kuralların kaldırıldığı, Finlandiya’da ise bu yönde girişimlerde bulunduğu görülmektedir (OECD, 2006, s.32, 316). Benzer şekilde İsviçre’de rekabet otoritesinin, fiyat farklılaştırmasını yasaklayan kart kuruluşlarının kurallarını, ekonomik etkinlik sağlamadığı ve rekabeti kısıtladığı için yasakladığı, Meksika’da ise fiyat farklılaştırmasına ilişkin kuralların gevşetilerek işyerlerinin nakit indirimi yapabilmelerinin sağlandığı, ayrıca TKK kuralı ile ilgili olarak da söz konusu kuralların banka kartı ve kredi kartları için ayrı ayrı uygulanmasının sağlandığı görülmektedir (OECD, 2006, s.183, 185, 226).

2.5. KREDİ KARTLARI PİYASALARINDA KAMU MÜDAHALELERİNE İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME

Kredi kartları piyasasının iki taraflı bir bakış açısıyla incelenmesi neticesinde, ilgili piyasanın karmaşık yapısı daha açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu karmaşık yapı ve bu yapı içindeki tarafların ilişkiler ağı piyasayı çeşitli sorunlar için potansiyel bir kaynak haline getirirken, diğer taraftan bu sorunların kamu müdahaleleri ile önlenmesini de zorlaştırmaktadır.

Kredi kartına ödeme aracı olması yönüyle bakıldığında, ilgili piyasada fiyatlama mekanizmalarına yönelik kamu müdahalelerini haklı gösterebilecek çok sayıda bireysel ve toplumsal sorunların ve piyasa başarısızlıklarının çeşitli türlerinin bulunduğu görülmektedir. Ancak bu gerekçelerle yapılacak bir kamu müdahalesinin piyasa aktörlerine, toplumun çeşitli kesimlerine ve genel olarak sosyal refaha yapacağı etkiler konusunda net ve genel geçer formülasyonlar bulunmadığı görülmektedir. Bu kapsamda toplumlar arasındaki ödeme araçları kullanım alışkanlıkları ve tercihleri konusundaki farklılıklar, bankacılık

sektöründeki ve genel olarak ekonomideki rekabetin düzeyi konusundaki farklılıklar ve yasal yapılar arasındaki farklılıklar gibi unsurlar kamu müdahaleleri konusundaki farklılıkları da gerektirmektedir (Bolt ve Chakravorti, 2011, s.10). Diğer taraftan kamu müdahalesinin sonuçlarının net olarak ortaya konulamaması, mevcut sorunların olduğu gibi devam etmesini gerektirmemektedir. Bu çerçevede her ülkenin kendi ödeme araçları ve kredi kartları piyasalarının özelliklerine göre bu piyasalardaki sorunların giderilmesi için en uygun kamu müdahalesi alternatiflerini, bu müdahale alternatiflerin kısa dönem etkileri yanında uzun dönem etkilerini de göz önünde bulundurarak ortaya koyması gerekmektedir. Nitekim bu bölümde, ilgili piyasada ele alınan sorunlara ilişkin yer verilen alternatif kamu müdahalelerinin sadece katı kamu müdahalelerinden oluşmadığı, piyasa dostu kamu müdahale alternatiflerinin de bulunduğu gösterilmiştir.

Bu bölümde yer verilen bilgi ve açıklamalar çerçevesinde, ilgili piyasada fiyatlama mekanizmalarına yönelik kamu müdahalelerinin haklı gerekçeleri bulunduğu, dolayısıyla ilgili toplumdaki sosyal öncelikler çerçevesinde yapılabilecek kamu müdahaleleri değerlendirilerek, en uygun politika alternatifinin, politika araçlarının ve uygulayıcıların belirlenerek uygulamaya geçilmesinin belirlenen refah kriterleri çerçevesinde olumlu etkilerinin olabileceği görülmektedir. Ülke uygulamalarında (özellikle AB uygulamasında) zaman içinde meydana gelen kamu düzenlemelerine ilişkin değişiklikler bu durumu açıkça göstermektedir. Ayrıca taşıdığı potansiyel olumlu etkileri yüksek ve muhtemel olumsuz etkileri oldukça düşük olan bazı kamu düzenlemelerinin uygulamaya geçirilmesinde bir risk bulunmadığı görülmektedir. Bu tür düzenlemelere; ilgili piyasanın sağlıklı çalışmasını sağlamaya yönelik olarak rekabetin ve şeffaflığın artırılması, bilgi problemlerinin azaltılması ve toplumun finansal bilinç düzeyinin artırılması gibi piyasa mekanizmasının çalıştırılmasına yönelik program ve uygulamalar örnek gösterilebilir.

Bu çerçevede çalışmamızın sonraki bölümünde ülkemiz kredi kartları piyasasının yapısı ve işleyişi hakkında bilgiler verilerek, kredi kartının ödeme aracı olma fonksiyonu üzerine yoğunlaşarak Türkiye kredi kartları piyasasındaki sorunlar incelenmekte ve ilgili piyasada fiyatlama mekanizmalarına yönelik kamu müdahalelerinin haklı gerekçelerinin bulunup bulunmadığı irdelenmektedir.

3. BÖLÜM

TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASI

Önceki bölümde iki taraflı bir piyasa olarak kredi kartları piyasasının yapısı ve işleyişi anlatılarak, bu piyasadaki ödeme aracı olma yönündeki fiyatlama mekanizmaları ile ilgili sorunlara ve piyasa başarısızlıklarına değinilerek, literatür sonuçları çerçevesinde söz konusu sorunlara yönelik olarak kamu müdahalesinin haklı gerekçelerinin bulunduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca kamu müdahalesi alternatiflerine ve çeşitli ülkelerdeki kamu müdahalesi örneklerine yer verilmiştir. Bu bölümde ise Türkiye kredi kartları piyasası özelinde bu piyasadaki fiyatlama mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçelerinin bulunup bulunmadığı konusuna yoğunlaşılacaktır. Bu bağlamda Türkiye kredi kartları piyasası iki taraflı piyasa modeli çerçevesinde incelenerek, öncelikle piyasanın yapısı ve işleyişi hakkında bilgi verilecektir. Sonrasında ülkemizde bu piyasanın iki taraflı olması ile bağlantılı ve kamu müdahalesi çerçevesinde tartışılması gereken sorunlar irdelenerek ve bu sorunlardan biri olan Türkiye kredi kartları piyasasındaki potansiyel çapraz sübvansiyon üzerine bir hesaplama yer verilerek, bu piyasadaki fiyatlama mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçelerinin bulunup bulunmadığı tartışılacaktır.

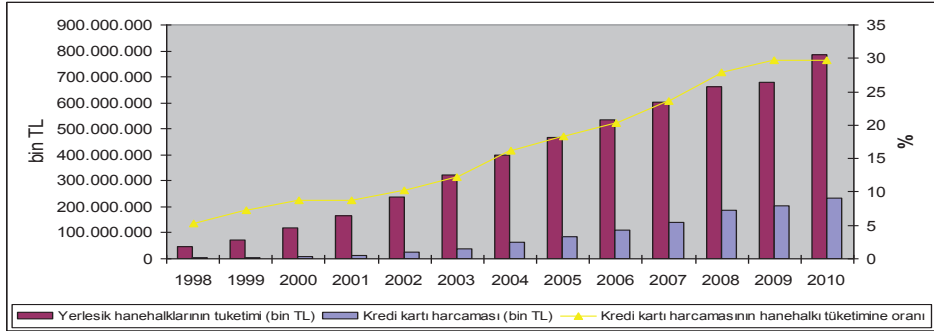
3.1. TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASININ YAPISI VE İŞLEYİŞİ

ABD’de 1950’li yıllara kadar uzanan kredi kartının serüveni, Türkiye’de 1968 yılında Diners Club ve American Express kartları ile başlamıştır. 1975’te MasterCard, 1983 yılında ise Visa kartlarının Türkiye’ye girmesi ile kredi kartları çok daha geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlamıştır. 1990 yılında bankalar arası takas ve otorizasyon işlemlerini gerçekleştirecek olan Bankalararası Kart Merkezi (BKM) kurulmuştur (BKM, 2010). Ülkemizde elektronik POS terminali ilk defa 1991 yılında kullanıma girmiştir. İlk ortaklı (co-branded) kredi kartı 1997 yılında piyasaya çıkarken, ilk çok ortaklı (multi-branded) kartlar 1999 yılında kullanılmaya başlamıştır. 1998 yılından itibaren taksitli kredi kartları kullanılmaya başlanırken, katalog ve puan uygulamaları farklı bir boyut kazanarak, kazanılan puanların anlaşmalı işyerlerinde harcanabilmesi gibi özellikler pazara sunulmuştur (Karahana ve Çakmak, 2011, s.32).

Türkiye’de kredi kartı ve banka kartı sayılarında zaman içinde önemli artış yaşandığı görülmektedir. 1991’de BKM tarafından ulaşılan banka kartı sayısı yaklaşık 6 milyon iken, 2011 yılında 13 kattan fazla artarak 82 milyon seviyelerine ulaşmıştır. Kredi kartı ise daha fazla bir artış hızıyla 76 bin seviyesinden 51 milyonun üstüne ulaşmıştır (BKM, t.y.). Kredi kartı işlem tutarlarında da kart sayısına paralel bir gelişim görülmektedir. Ayrıca nakit çekim tutarlarının da yıllar itibariyle artarak, son yıllarda toplam kredi kartı işlem cirosunun yaklaşık %10’ları civarında seyrettiği görülmektedir. 2011 yılında alışverişlerde kredi kartı kullanımı 270 milyar TL’ye yaklaşırken, kredi kartı ile nakit avans çekiminin 26 milyar TL’yi aştığı görülmektedir (BKM, t.y.).

Ülkemizde kredi kartı kullanımının tüketicilerin hayatında oynadığı rolün gelişimini gösterebilmek bakımından, özel tüketim içinde kredi kartı harcamalarının tarihsel süreçteki değişimini göstermek anlamlı olacaktır. Bu çerçevede Şekil 2’de, Türkiye’de toplam hane halkı tüketimi (özel tüketim), kredi kartı harcamaları ve kredi kartı harcamalarının özel tüketime oranı gösterilmektedir.

Şekil 2- Türkiye’de hane halkı tüketimi ile kredi kartı harcamaları



Kaynak: BKM (t.y.).

Şekil 2’den de görüleceği üzere, kredi kartı harcamalarının hane halkı tüketimi içindeki payı zaman içinde önemli oranda artmıştır. Nitekim 1998 yılında kredi kartı harcamaları hane halkı tüketiminin %5’i civarında iken, 2010 yılında yaklaşık %30’una ulaşmıştır. Alışverişlerde kredi kartı kullanım oranının ise %61’e vardığı tahmin edilmektedir (BKM, 2009; 2010). Bu süreçte kredi kartı kullanımındaki artışın özel tüketimdeki artıştan daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu artışın kâğıt bazlı ödeme araçlarının göreceli kullanımını azalttığı söylenebilir (Karahana ve Çakmak, 2011, s.35).

Türkiye’de kredi kartları piyasasında dört taraflı kartlı ödeme sistemlerinde tek ağ işleticisi konumundaki BKM’nin ana faaliyetleri arasında; bankalar arası otorizasyon, takas ve yönlendirme (switch) işlemlerini gerçekleştirmek ve ödeme kartları sektöründe bulunan bankalar arasında uygulanacak prosedürleri geliştirmek yer almaktadır. BKM, Türkiye’de yurt içi alışverişlerde kullanılan kartlar için takas komisyon oranlarını belirlemektedir¹¹⁶. Türkiye’de kabulcü ve ihraççı bankaların farklı bankalar olduğu kredi kartı işlemlerinin (*not on-us* işlemler) neredeyse tamamı BKM üzerinden gerçekleştirilmektedir. Dünyada çeşitli ülkelerde dört taraflı kart sistemlerindeki takas işlemlerini yürüten Visa ve Mastercard gibi kart kuruluşları, Türkiye içindeki kartların yurtiçi kullanımına ilişkin takas işlemlerinde bir görev üstlenmeyip, sadece yurt dışında yapılan kart harcamalarının takas işlemlerine aracılık etmektedirler¹¹⁷. Bankalar

¹¹⁶ BKM tarafından belirlenen 2012 yılı Nisan ayı itibarıyla ise BKM tarafından bankalar arasında gerçekleşen kredi kartı işlemleri için geçerli takas komisyon oranı BSMV etkisi dâhil %1,07, banka kartı işlemleri için ise %0,78 olarak belirlenmiştir (BKM, t.y.).

¹¹⁷ Visa ve Mastercard yerli kartlarla yapılan yurt içi işlemlerde sadece logo kullanım ücreti almaktadır. Ülkemizde kredi kartı ihraç eden bankalar tarafından, logosunu kullandıkları kart

arasındaki takas işlemlerini gerçekleştiren kart kuruluşları arasındaki rekabet açısından bakıldığında, Türkiye dünyadaki birçok ülkeden bu noktada ayrılmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de çok taraflı takas komisyonu belirleyen sistemler arasında bir rekabetten bahsetmek mümkün değildir. Söz konusu dört taraflı sisteme alternatif olabilecek üç taraflı kart sistemlerinin ise Türkiye kredi kartları pazarındaki payı %1 civarındadır.

Türkiye kredi kartları pazarında bankaların harcama tutarları bazında ihraççı pazar paylarına bakıldığında en büyük beş bankanın pazar payının 11 yıllık süreçte %63 ile %81 arasında dalgalandığı görülmektedir. 2010 yılı itibariyle Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından yayınlanan kredi kartları tutarı yoğunlaşma göstergelerine göre ilk üç bankanın pazar payı %51,2, ilk beş bankanın pazar payı %70,8 ve ilk on bankanın pazar payı ise %92,7 şeklinde gerçekleşmiştir (BDDK, 2010, s.33, 34). Yer verilen yoğunlaşma göstergelerinden Türkiye kredi kartları piyasasının yoğunlaşmış (orta derecede) bir pazar olduğu görülmektedir. Diğer yandan ilgili piyasanın kabulcü tarafına ilişkin olarak ise bankaların POS sayıları pazar payı göstergesi olarak kullanılabilir. Bu kapsamda POS sayısı bazında 2010 yılı itibariyle ilk beş bankanın %66,8 ve ilk on bankanın %88,9 oranında pazar payına sahip olduğu görülmektedir (BDDK, 2010, s.64). Bu çerçevede 1990’lı yıllarda başlayarak kredi kartlarına yatırım yapan bankaların pazardan önemli pay aldıkları, ilk hareket eden avantajını kullandıkları ve sonradan kart pazarına girenlerin ise pazar paylarını artırmada zorlandıkları söylenebilir (Aysan, 2011, s.22). Ayrıca söz konusu verilerden Türkiye’de hem ihraççı hem de kabulcü pazarında oligopol piyasasının söz konusu olduğu görülmektedir¹¹⁸.

İlgili piyasaya kart sistemlerinin markaları açısından bakıldığında ise karşımıza oldukça yoğunlaşmış bir görünüm çıkmaktadır. Visa ve MasterCard markalı kredi kartlarının toplam kartların yaklaşık % 99’unu oluşturduğu görülmektedir (BKM, t.y.). Bu konuda ülkemizde yerel markaya sahip bir kart kuruluşu oluşturulmamasının, yabancı kart kuruluşları ile BKM’ye rakip olabilecek kuruluş oluşturmaya ilişkin yasal şartların ve kart sistemlerine üyelik konusundaki kısıtlamaların alternatif bir markanın gelişmesini engellediği söylenilebilir¹¹⁹.

kuruluşuna kart sayısı ve kart cirosu bazında ödeme yapıldığı görülmektedir. 2009 yılı ilk 3 aylık döneminde Visa ve MasterCard’a, ihraççı kart ücretleri olarak 691.630 Avro, ihraççı ciro ücretleri olarak ise 3.660.735 Avro ödenmiştir (Bakınız: 19.08.2009 tarih ve 09-36/904-216 sayılı Rekabet Kurulu Kararı).

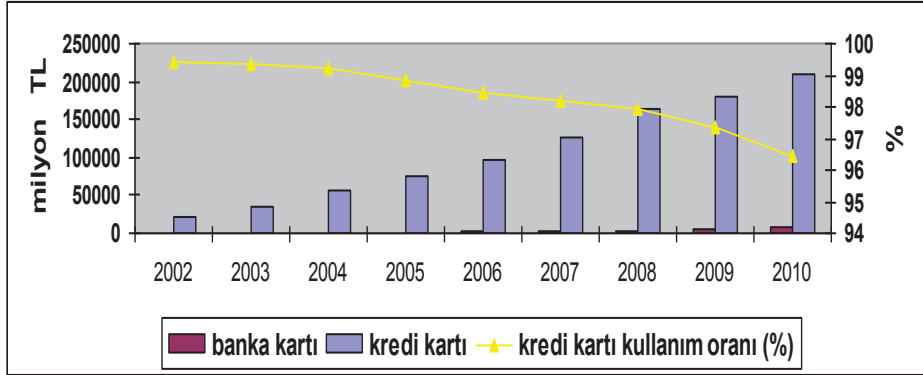
¹¹⁸ Diğer yandan bankalar arasında yapılan işbirlikleri sonucu bazı bankaların aynı marka altında kredi kartı ihraç etmesi, ilgili pazarda marka bazında yoğunlaşmaları daha fazla artırmaktadır. Örneğin Bonuscard markası altında Garanti Bankası-TEB-Denizbank ve Şekerbank’ın kredi kartı ihraç etmesi, Bonuscard markasının pazar payını artırmaktadır.

¹¹⁹ Fransa ve Almanya örneklerinde olduğu gibi, ABD dışındaki çeşitli ülkelerde, devlet katkısıyla ve yerel bankaların bir araya gelmesiyle Visa ve MasterCard’a alternatif kuruluşların oluşturulduğu ve pazardan önemli pay aldıkları görülmektedir (Evans ve

Diğer yandan Merrill Lynch “Turkish Banking” raporunda (Aktaran: Akkaya Karayol, 2007, s.68) net ihraççı en büyük dört bankanın kredi kartı faiz ve komisyon gelirlerinin %30’unun takas komisyonundan, %69’unun hesap bakiyesini devredenlerden elde edilen faiz gelirlerinden ve %1’inin yıllık kart ücretlerinden oluştuğu görülmektedir. Bu veriler Türkiye’de kredi kartları sisteminin gelirlerini temelde, hesap bakiyesini zamanında ödemeyerek bankalara faiz ödeyen kredi kartı borçluları ve kart komisyonları üzerinden elde ettiğini göstermektedir.

Genel olarak ödeme kartları pazarına bakıldığında kredi kartları ve banka kartları iki temel alternatif olarak ele alınabilir. Şekil 3’te yurt içi alışverişlerde kullanılan yerli kredi kartı ve banka kartlarının ciroları ve kredi kartlarının alışverişte kullanılan toplam kartlı ödemeler cirosu içindeki oranı yer almaktadır. Alışverişte kullanılan ödeme kartları içinde Türkiye’de kredi kartlarının payının çok yüksek olduğu görülmektedir. Ülkemizde banka kartlarının alışverişlerde kullanımı görece olarak çok düşük olmakla birlikte, zaman içinde banka kartının alışverişlerde kullanım oranının az da olsa arttığı görülmektedir.

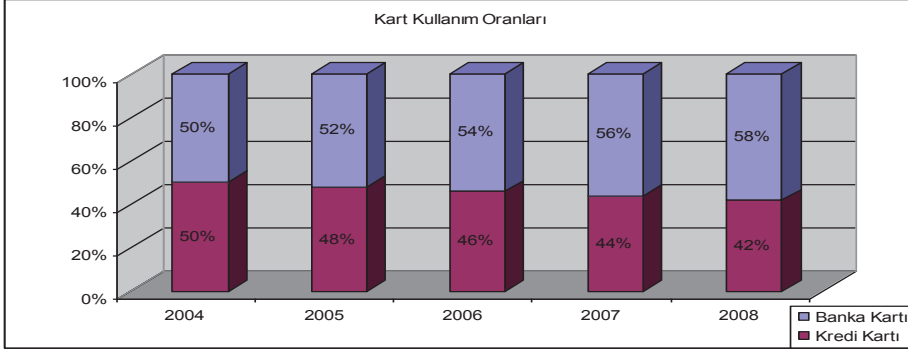
Şekil 3- Türkiye’de yerli kartların yurt içi alışverişlerde kullanım tutarları ve kredi kartı kullanım oranları



Kaynak: BKM (t.y.).

Kredi kartı ve banka kartlarının dünya genelindeki kullanım oranları ise Şekil 4’te gösterilmektedir:

Şekil 4- Dünyadaki banka kartı ve kredi kartı kullanım oranları



Kaynak: Nilson Report (Aktaran: Rekabet Kurumu, 2009).

Dünya genelinde alışverişlerde, banka kartı kullanımının ortalamada kredi kartından daha fazla olduğu ve banka kartı kullanımının kredi kartına göre zaman içinde arttığı görülmektedir. Çalışmanın 2.1.4.1. numaralı kısmında da yer verildiği üzere dünyadaki durum ile karşılaştırıldığında Türkiye’de banka kartı kullanımının çok düşük kaldığı, kredi kartı kullanımının ise önemli derecede yüksek olduğu söylenebilir. Türkiye’de banka kartı sayısının kredi kartı sayısının üzerinde olmasına rağmen, banka kartının alışverişlerde ödeme aracı olarak kullanılma alışkanlığının gelişmediği, daha çok nakit para çekme aracı olarak kullanıldığı görülmektedir.

3.2. TÜRKİYE’DE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARI İLE İLİŞKİLİ SORUNLAR

Çalışmanın ikinci bölümünde kredi kartları piyasasında fiyatlandırma mekanizmalarına yönelik kamu müdahaleleri için haklı gerekçeler oluşturabilecek sorunlar ortaya konulmuştur. Bu kısımda ise söz konusu sorunların Türkiye kredi kartları piyasası için geçerli olup olmadığı sorgulanmaktadır. Bu bağlamda kredi kartları piyasasındaki fiyatlandırma mekanizmaları ile ilişkili sorunlar temel olarak beş ana başlık altında, piyasanın iki taraflı piyasa özelliği göz önünde bulundurularak incelenmektedir.

3.2.1. Takas Komisyonuna İlişkin Sorunlar

Çalışmanın bu kısmında Türkiye’de takas komisyonuna ilişkin sorunlar bağlamında, öncelikle bu komisyon oranının ülkenin tamamında tek bir kuruluş tarafından, çok taraflı belirlenmesi nedeniyle ortaya çıkan rekabet hukuku çerçevesindeki muhtemel sorunlar ele alınacaktır. Diğer yandan çalışmanın 2.2.1 numaralı kısmında detaylı olarak ele alınan takas komisyonu aracılığıyla (takas komisyonu aracılığıyla fiyatlandırmanın şeffaf olmamasından faydalanarak)

bankaların ve kart kuruluşlarının gelirlerini ençoklamak adına, sosyal refaha zarar verebileceğine yönelik literatür sonuçlarının Türkiye için de geçerli olduğu söylenebilir. Çünkü Türkiye’de de kredi kartı piyasasında uygulanmakta olan takas komisyonları ve işyeri komisyonları vasıtasıyla uygulanan fiyatlama mekanizmaları söz konusu sorunlara yol açabilecek özellikler sergilemektedir. Ayrıca takas komisyonunun çapraz sübvansiyon aracı olarak kullanılmasına ilerleyen kısımlarda ayrıntılı olarak değinilecektir.

Türkiye’de kredi kartlarında tüm “not on-us” işlemlerde uygulanacak takas komisyonunun BKM tarafından belirlenmesi ve birbirine rakip ihraççı ve kabulcü bankaların BKM üyesi olması, rekabet hukuku açısından sorun teşkil edebilme potansiyeli taşımaktadır. Ayrıca Türkiye’de çok taraflı takas komisyonu belirleyen tek bir kuruluş olması ve bu anlamda takas komisyonları alanında rekabet edebilecek farklı kart kuruluşlarının bulunmaması da bu alandaki rekabet ile ilgili endişeleri artırıcı rol oynamaktadır. Bu çerçevede Türkiye’de kredi kartı pazarındaki çok taraflı takas komisyonunun, 2003 yılından itibaren Rekabet Kurumu incelemelerine konu olduğu görülmektedir. Rekabet Kurulu tarafından alınan çeşitli kararlarda; BKM’nin yönetim kurulu kararlarıyla ortak takas komisyonu belirlemesinin 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiğine hükmedilmektedir. Ancak 2005 yılından itibaren, belirlenen bazı şartlar çerçevesinde, BKM tarafından belirlenen ortak takas komisyonuna muafiyet verildiği görülmektedir.

Öte yandan Rekabet Kurulunun kararlarında, maliyete müdahale şeklinde bir düzenlemenin rekabet hukuku çerçevesinde yapılmasının Rekabet Kurumunun politikaları ile uyumunun tartışmalı olduğu, BDDK ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) gibi piyasada düzenleyici rolü bulunan kurumların bu görevi yerine getirmesinin daha uygun olacağı belirtilmektedir. Bu kapsamda söz konusu sektörel düzenleyici kurumlar ile karşılaştırıldığında Rekabet Kurumunun müdahale alanının ve elinde bulunan müdahale araçlarının sınırlı olduğu görülmektedir. Rekabet Kurumu sadece rekabet hukuku kapsamındaki sorunlara, rekabet politikası çerçevesinde müdahale edebilirken¹²⁰, sektörel kurumlar daha geniş kapsamlı bir müdahale alanına sahiptir. Bu bağlamda takas komisyonunun rekabet hukuku alanı dışında taşıdığı potansiyel sorunlar da dikkate alınarak yapılacak bir değerlendirme neticesinde, takas komisyonunun mevcut uygulama şeklinin, özellikle şeffaflık eksikliklerinin ve tüketici fiyatlarına gizli bir şekilde yansıyor olmasının sosyal refaha zarar verebileceği ve kamu müdahalesi için haklı bir gerekçe oluşturabileceği söylenebilir.

¹²⁰ İlgili Rekabet Kurulu kararlarından, Rekabet Kurumunca rekabet hukuku çerçevesindeki sorunlar için kullanılabilir müdahale araçlarının da sınırlı olduğu anlaşılmaktadır.

3.2.2. Tüketici Borçlanma ve İflasları

Tüm dünyada kullanılmaya başlanmasından itibaren kredi kartlarının “*önce harca, sonra öde*” ve nakit çekerek borçlanabilme özelliğinden dolayı, kredi kartı borçlarının zamanında ödenmemesi söz konusu olmuştur. Diğer taraftan kredi kartının borçlanma aracı olma özelliğinden kaynaklanan kart hamillerinin borçlanma sorunları, kredi kartının ödeme aracı olma yönüyle ilgili önemli sorunları beraberinde getirirken, ödeme aracı olarak kullanılmasından kaynaklanan bazı özelliklerinin ve bu yöndeki fiyatlama mekanizmalarının borçlanma sorunlarını artırdığı görülmektedir.

Söz konusu borcun ödenmeme olgusu kredi kartı kuruluşları, ihraççı ve kabulcü bankalar açısından gelir kaybına neden olması ve sistemin sürdürülebilirliğini tehlikeye atması yönüyle risk taşıması yanında, tüketici borçlanmaları/iflasları yoluyla bireyleri ve dolaylı olarak da toplumu olumsuz etkileyebilme riskini barındırmaktadır. Ülkemizde kredi kartı kullanımının yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte, özellikle 2001 krizi sonrası dönemde, çok sayıda kart hamilinin ödeme güçlüğüne girmesi bu piyasa hakkında yoğun şikâyet ve eleştirilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bir taraftan kredi kartlarına uygulanan yüksek ücret ve faizler, diğer taraftan ödeme gücüne sahip olmayan kişilere verilen yüksek harcama limitleri, kredi kartları borçlarından dolayı, gerek kredi kartı hamillerini, gerekse bu kişilere kefil olması nedeniyle dolaylı borçlanan kişileri ve yakın çevrelerini olumsuz etkilemiş ve intihara varan dramalara yol açmıştır. Bu dönemde kredi kartları piyasasındaki bireysel sorunların nasıl toplumsal bir soruna dönüşebileceği açıkça görülmüştür (Aysan, 2011, s.8). Kredi kartı sayısındaki ve harcamalardaki artışa paralel olarak, takibe düşen kredi kartı sahiplerinin sayısında meydana gelen artışın tüketici birliklerini harekete geçirmesi ile oluşan baskılar neticesinde, 2003 yılında 4822 Sayılı Kanun ile 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da yapılan değişiklik ile temerrüde düşen kredi kartı borçluları için yasal zeminde bazı kolaylıklar getirilmiştir (Karahan, 2011, s.102)¹²¹. Ancak söz konusu düzenlemenin kredi kartı nedeniyle gerçekleşen tüketici iflaslarına karşı tüketiciyi koruma konusunda tam olarak başarılı olduğu söylenememektedir.

Nitekim sonrasında 2005 yılı sonunda ödenmeyen kredi kartı borç tutarının 1,3 milyar TL’ye ulaşması, kredi kartı borcu yüzünden ödeme güçlüğüne düşenlere her ay ortalama 30 bin kişinin eklenmesi ve toplam kredi kartı borcunun aylık ortalama 58 milyon TL artması gibi bulgular, kredi kartları piyasasının yasal bir çerçeveye alınması zorunluluğunu göstermiştir (Karahan, 2011, s.103). Bu doğrultuda 2006 yılında, tüketiciyi korumaya yönelik çok sayıda hüküm içeren 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile kredi kartları piyasasının kapsamlı olarak düzenlendiği görülmektedir. Ancak

¹²¹ 5464 Sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu ile bu affin kapsamı genişletilmiş ve şartları iyileştirilmiş olmasına rağmen düzenlemenin hedef aldığı kredi kartı borçlarının ancak %50’lik kısmı bu yasayla yeniden yapılandırılmıştır (Aysan ve diğerleri, 2011, s.214).

tüketici borçlanma ve iflasları sorununun 5464 Sayılı Kanun sonrasında da tam olarak çözülemediği, kredi kartları kullanımındaki artışa paralel olarak tüketici kredi kartı borçlanmalarında ve borçların geri ödenmeme sayılarında artış yaşandığı görülmektedir. Toplam kredi kartı harcamalarının krediye (faiz uygulanan) dönüşen tutarı dikkate alındığında, 2005 yılında 6,3 milyar TL olan krediye dönüşen kredi kartı harcama tutarı, 2007 yılının Aralık ayında 8,1 milyar TL'ye yükselmiştir (Karahan ve Çakmak, 2011, s.45). Diğer yandan 2010 yılı Mart ayı itibarıyla yüzde 9,7 olan kredi kartı tahsili gecikmiş alacaklar (TGA) oranı, bankacılık sektörünün toplam TGA oranının neredeyse üç katıdır (Aysan, 2011, s. 17).

Ayrıca kredi kartı borcunu ödemeyen kişi sayısında da zaman içinde önemli artışlar olduğu görülmektedir. Tablo 2'de 2007-2011 yılları arasındaki TCMB Negatif Nitelikli Ferdi Kredi ve Kredi Kartları Sisteminde yer alan kişi sayıları gösterilmektedir.

Tablo 2- Bankalarca bildirim 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
2007	24.429	107.442
2008	107.907	259.026
2009	217.468	355.336
2010	165.041	293.308
2011	285.629	422.172
Toplam*	800.474	1.437.284
Tüm Yıllar**	736.148	1.283.661

* 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 6.249.855'dir

Kaynak: TCMB (t.y)¹²²

Bankalarca bildirim yapılan ve TCMB Negatif Nitelikli Kredi Kartları Sisteminde yer alan kişi sayısı 2007 yılında 107.442 iken 2011 yılında bu sayı 422.172'ye yükselmiştir. 2007-2011 yılları arasında kredi kartları borcunu ödememiş toplam kişi sayısı ise 1.283.661'dir¹²³. 2009 yılı itibarıyla kredi kartı

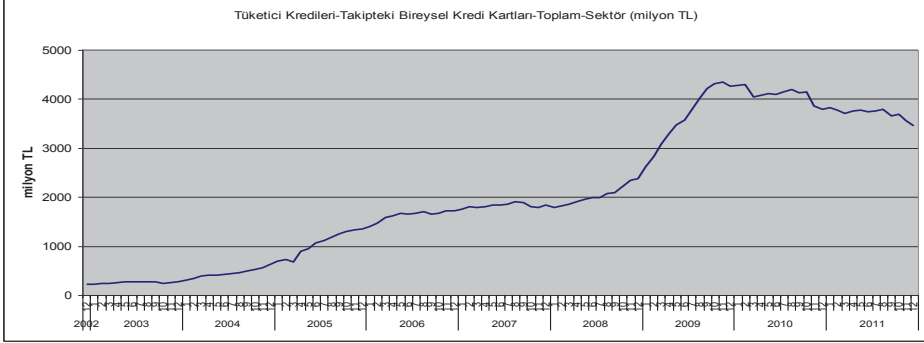
¹²² TCMB ağ adresi: <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/nnk/negatif.html>, Erişim: 22 Şubat 2012.

¹²³ Sadece 2010 yılında genel trende aykırı olarak ferdi kredi borcunu ve kredi kartları borcunu ödemeyen kişi sayılarında bir önceki yıla göre düşüş olduğu görülmektedir. Bu durumun 28.01.2009 tarih ve 27124 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 5834 Sayılı "Karşılıksız Çek ve Protestolu Senetler ile Kredi ve Kredi Kartları Borçlarına İlişkin Kayıtların Dikkate Alınmaması Hakkında Kanun" uyarınca, 28.01.2009 tarihinden öncesine ait olup ödenmesi gereken ve 28.07.2009 tarihine kadar ödenen veya yeniden yapılandırılan kredi kartı borçları ile ilgili TCMB'de tutulan kayıtların, borcun tamamının ödenmesini

olan her 10 tüketiciden birinin takibe düştüğü görülmektedir (BDDK, 2009, s.25)¹²⁴.

Şekil 5'te ise BDDK verilerine göre 2002 Aralık ayından 2011 Aralık ayına kadar takipteki bireysel kredi kartları toplam tutarları görülmektedir. Şekil 5'ten bireysel kredi kartlarının takipteki toplam tutarında 2002-2011 döneminde yaklaşık 20 kat artış yaşandığı görülmektedir. Özellikle 2008 ve 2009 yıllarında meydana gelen artışlar dikkat çekici boyuttadır.

Şekil 5- Takipteki bireysel kredi kartları toplam tutarları



Kaynak: BDDK (t.y.)¹²⁵

Kredi kartından kaynaklanan tüketici borçlanma ve iflaslarının arkasında yatan nedenler temel olarak; toplumda finansal bilinç/farkındalık (financial literacy) düzeyinin yeterli olmaması, kart kuruluşlarınca kredi kartı kullanımının aşırı teşviki, kredi kartı verilirken ve limitler tespit edilirken tüketicinin ödeme gücünün dikkate alınacağı kriterlerin uygulanmaması ve kredi kartı faiz ve ücretlerinin yüksekliği sayılabilir.

Genel olarak ülkemizde finansal bilinç/farkındalık düzeyinin yeterince gelişmediği, kredi kartları borçlarından dolayı intihara varan talihsiz olayların arkasındaki nedenler arasında finansal bilgilenmenin ve eğitimin eksik olmasının yattığı söylenebilir (Aysan, 2011, s.27). Son yıllarda yapılan kamusal düzenlemelerde tüketicilerin bilgilendirilmelerine yönelik hükümlerin getirildiği görülmektedir. Ancak çeşitli araçlar ile tüketicilerin kredi kartları konusunda finansal bilinçlerinin artırılmasına yönelik daha çok programa ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca kredi kartı verilmesine ve limitlerinin tespitine yönelik olarak, bankaların itirazlarına rağmen, çeşitli sınırlamalar getiren kamu

124 takiben silinmesinden kaynaklanması kuvvetle muhtemeldir.
2008 Mart ayında %3,9 olan takipteki kredi kartı müşterilerinin toplam kredi kartı müşterilerine oranı çok kısa sürede önemli oranda artarak 2009 Eylül ayında %9,6'ya yükselmiştir (BDDK, 2009, s.32).

125 BDDK ağ sitesi: <http://ebulten.bddk.org.tr/AylikBulten/Gelismis.aspx>. Erişim: 28 Şubat 2012.

düzenlemelerinin yürürlüğe konulduğu görülmektedir. Diğer taraftan Türkiye’de bankaların kredi kartı borçlanmalarına uyguladıkları faizin diğer borçlanma araçlarına göre oldukça yüksek olduğu¹²⁶ ve bankaların diğer yatırım araçlarından oluşan faiz giderlerini, diğer kredilerden elde ettikleri faiz gelirlerinden çok kredi kartlarından elde ettikleri faiz gelirleriyle karşıladıkları hususu dile getirilmektedir (Karahan ve Çakmak, 2011, s. 53). Bu konuda da 5464 Sayılı Kanun ile birlikte önemli kamu düzenlemelerinin söz konusu olduğu özellikle kredi kartı faiz oranlarına yönelik kamu düzenlemelerinin yürürlüğe konulduğu görülmektedir. Ancak yukarıdaki istatistikî bilgilerden de görüleceği üzere söz konusu kamu düzenlemelerinin ülkemizdeki tüketici kredi kartı borçlanma sorunlarına halen çözüm olamadığı anlaşılmaktadır.

Öte yandan tüketici borçlanma ve iflaslarında, kredi kartının kredi aracı yanında ödeme aracı olma fonksiyonundan kaynaklanan bazı özelliklerinin de rol oynadığı görülmektedir. Bu bağlamda öncelikle kredi kartının harcamaları ve borçlanmayı kolaylaştıran ve artıran bir araç olması sayılabilir¹²⁷. Bu anlamda iki ayrı ürünün kredi kartında bir arada veriliyor olması etkilidir. Diğer yandan kredi kartının sadece ödeme aracı olması yönünde dahi aşırı harcamaların oluşmasının kart ile borçlanma ve tüketici mali sıkıntılara yol açabildiği belirtilmelidir. Bu çerçevede tüketici borçlanma ve iflaslarının arkasında yer alan bir faktör olarak kredi kartı kullanımının fiyatlama mekanizmaları ile aşırı teşviki bulunmaktadır. Söz konusu faktör finansal bilinç eksikliği ile birlikte değerlendirildiğinde, tüketici borçlanma ve iflasları sorununda önemli rol oynadığı görülmektedir. Özellikle fiyat dışı rekabet unsurları kullanılarak ve tüketicilerin fayda ve maliyetlerini net olarak göremedikleri şeffaf olmayan fiyatlama araçları ile kredi kartı harcamalarının teşviki, kart hamillerinin sosyal refah ve tüketici refahı açısından optimum düzeyin üstünde kredi kartı kullanmasına yol açabilmektedir. Nitekim Durukan ve diğerleri (2005) yaptıkları çalışmada, kredi kartı taksit uygulamaları, ödül para gibi promosyonların ve reklamların kart sahiplerinin ödeme güçlerinin üzerinde harcama yapmasında rol oynadığı sonucuna ulaşmaktadır.

¹²⁶ Karahan ve Çakmak (2011, s. 58) söz konusu faiz oranının diğer ülkelere göre de yüksek olduğunu vurgulamaktadır:

“Diğer ülke uygulamalarına bakıldığında da, kredi kartı işlemlerinde uygulanan faiz oranlarının, tüketici kredilerine uygulanan faiz oranlarına göre daha yüksek belirlendiği görülmekle birlikte, incelenen pek çok ülkede kredi kartı faiz oranlarının, tüketici kredisi faiz oranlarının yaklaşık 2 katı iken, ülkemizde bu oranın 4 katına yaklaşmış olduğu görülmektedir.”

¹²⁷ Tol (2001) Ankara’da yapılan araştırma sonucunda kredi kartı kullanan tüketicilerin nakit kullananlara göre daha çok harcama eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Bostancı (2004) ise tüketici kredileri ve kredi kartlarının, tüketicileri gereksiz tüketime iterek bireysel mali sıkıntılara yol açabildiğini ifade etmektedir.

Bu çerçevede kredi kartı ile borçlanma sorunlarına yönelik olarak ülkemizde gerçekleştirilen kamu düzenlemelerinin genel olarak sorunun ileri bir noktaya ulaşması sonrasında uygulamaya konulduğu ve genel olarak kredi kartının borçlanma yönüne yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak tarihsel süreçteki göstergeler söz konusu müdahalelerin geçici çözümler olduğuna ve kredi kartı ile aşırı borçlanma sorununun temellerine inilemediğine işaret etmektedir. Nitekim söz konusu kamu düzenlemeleri sonrasında halen kredi kartı ile gerçekleştirilen borçlanmaların yüksekliği toplumsal sorunlar oluşturma potansiyeline sahiptir. Bu anlamda Türkiye’de kredi kartı ile aşırı borçlanmaların temelinde yatan nedenlerden biri olan, ödeme aracı olma yönündeki fiyatlandırma mekanizmaları ile kredi kartının aşırı teşviki konusunda kamu müdahalesinin haklı gerekçeleri olduğunu söylemek mümkündür.

3.2.3. Kredi Kartı Borçlarına Uygulanan Yüksek Faiz ve Fiyat Rekabeti Eksikliği

Kredi kartı borçlarına uygulanan yüksek faiz ve ücretler bir taraftan tüketici borçlanma ve iflaslarına katkı yaparken, diğer taraftan bu ücretleri ödeyenlerin kart sistemi tarafından gelir kaynağı olarak görülmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla yüksek faiz ve ücretler kart kuruluşlarının, tüketicilerin kart kullanımını ve borçlanmalarını teşvik etmesi yönünde güdüleyici olmaktadır. Diğer yandan söz konusu yüksek faiz ve ücretler sadece borçlanmaları değil, aynı zamanda hesap bakiyesini zamanında ödeyen kart hamillerini ve diğer tüketicileri de olumsuz etkileyebilmektedir. Türkiye kredi kartları piyasasında karşılaşılan görece yüksek faizlerin altında, faiz rekabeti ile ilgili sorunlar olduğuna ilişkin çeşitli ampirik ve teorik çalışmalar bulunmaktadır.

Karahan ve Çakmak (2011, s.53-55) 2007 yılında kredi kartı pazarının yaklaşık yüzde 86’sını elinde bulduran en büyük altı bankanın kredi kartından elde ettikleri faiz gelirlerinin, kredilerden elde edilen faiz gelirleri içerisindeki payı değerlendirildiğinde, kredilerden alınan faizlerin yaklaşık %10 ile %35’lik (tüm sektörde %13) bölümünün kredi kartından alınan faiz gelirlerinden oluştuğunu belirtmektedir. Bu durum ihraççı bankalar açısından, borcunu zamanında ödemeyerek kredi kartı kullanımı dolayısıyla faiz ödeyen kart kullanıcılarının önemli bir gelir kaynağı olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda Türkiye’de kart kuruluşlarının kredi kartı kullanımını ve dolayısıyla kartla borçlanmayı teşvik etme yönünde yoğun güdülerini olduğu söylenebilecektir. Dolayısıyla kredi kartı alanında faaliyet gösteren bankaların, gelirlerini çoğaltmak adına, kart hamillerinin sınırlı rasyonelliklerinden de (borçlanmayacaklarına dair aşırı güven, borçlanma ihtimallerini ve risklerini düşük tahmin veya kart faiz oranlarına düşük duyarlılık gibi) faydalanarak kart hamillerinin kredi kartı kullanımlarını ve dolayısıyla borçlanmalarını; ödül programları, taksit imkânları gibi fiyatlandırma mekanizmalarıyla teşvik ederek, kredi kartı faiz gelirlerini artırmaya çalışacağı söylenebilir.

Bu kapsamda Türkiye’ye ilişkin yapılan çalışmalar; ihraççı bankaların faiz oranlarında fiyat rekabetine girmek yerine fiyat dışı unsurlarda rekabet ederek pazar paylarını ve gelirlerini artırmak için çalıştıklarını göstermektedir. Karahan ve Çakmak (2011, s.58) benzer şekilde:

“Daha önce gevşek kurallarla kredi kartı sunan bankaların, şimdi riskli müşterilerden kaçınmak için faiz oranlarında rekabet etmezken, faiz oranı dışında sağlanan diğer yan fayda ve avantajlarla (taksitlendirme, bonus, para puan, uçuş mili, sigorta vs.) rekabet yoluna gittikleri görülmektedir.”

tespitini yapmaktadır. Yıldırım Güngör ve Yıldırım (2011, s.62) aynı doğrultuda, Türkiye’de hesap bakiyesini zamanında ödemeyen müşterilerin talebinin esnek olmaması nedeniyle, rekabetin fiyat rekabetinden daha çok promosyon rekabetinde yoğunlaştığını söylemektedir¹²⁸.

Yıldırım Güngör ve Yıldırım (2011, s.92-93), Türkiye’de piyasa faiz oranlarının düşmesine rağmen kredi kartı faiz oranlarının katılık ve yapışkanlık göstermesini, kredi kartları piyasasındaki eksik rekabete ve kredi kartı kullananların faiz oranına duyarsızlığına bağlamaktadır. Benzer şekilde Aysan ve Müslim (2007) tarafından Türkiye için üç aylık kredi kartı faiz oranı kullanılarak yapılan ampirik çalışmada, kredi kartı faiz oranlarının finansman maliyetine ekonomik olarak duyarsız olduğu, bu durumun Türkiye kredi kartları piyasasının rekabetçi olmadığına göstergesi olduğu ve kamusal düzenleme gereğine işaret ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Akın ve diğerleri (2008) ise, kredi kartı faiz oranının belirlenmesinde finansman maliyetinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu, ancak etkileme gücünün yüksek olmadığı, dolayısıyla Türkiye kredi kartları piyasasında yeterli fiyat rekabetinin bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır. Aysan ve diğerleri (2011) de benzer sonuçlara ulaşmaktadır. Diğer yandan Akın ve diğerleri (2011), Türkiye kredi kartı pazarının tekeli rekabet piyasası özellikleri taşıdığı sonucuna ulaşırken, 2006 yılındaki kredi kartı faiz oranları ile ilgili kamu düzenlemesinin (TCMB tarafından azami oranların belirlenmesi) piyasadaki genel rekabetçiliği artırdığını ve diğer yandan beklentilerin aksine kamu düzenlemesi sonrasında bankaların faiz ve faiz dışı gelirlerinin arttığını gözlemlediklerini ifade etmektedir.

Bu çerçevede yapılan ampirik çalışmaların, Türkiye’de kredi kartı faiz oranlarının yapışkan olduğunu, bu piyasada faiz oranları yolu ile fiyat

¹²⁸ Bu noktada söz konusu yoğun fiyat dışı rekabetin sosyal refahta dara kaybına yol açabileceği ve bankaların aşırı kârlarını telafi etmeye yetmeyebileceği veya bu rekabet unsurlarının bir tarafta uygulanan yüksek fiyatlar nedeniyle elde edilen aşırı karların tüketicilere aktarılmasında yeterli rekabetçi baskı oluşturamayabileceği belirtilmelidir (Ausubel, 1991, s.75; Avrupa Komisyonu, 2006, s. 62-77).

rekabetinin eksik olduğunu, diğer taraftan fiyat dışı unsurlar (kart ödülleri gibi) ile rekabetin daha yoğun yaşandığını gösterdiği söylenebilir. Ancak fiyat dışı rekabet ile fiyat rekabeti eksikliğinin, gerek tüketici gerekse sosyal refah anlamında telafi edilebilme ihtimali düşüktür. Ayrıca fiyat (faiz) dışı rekabet ile bir taraftan aşırı tüketim teşvik edilirken, diğer taraftan daha az şeffaf bir rekabet aracının kullanıldığı belirtilmelidir. Öte yandan 2.2.3. numaralı kısımda ayrıntılı olarak değerlendirildiği üzere Ausubel (1991) tarafından yapılan kredi kartı müşteri sınıflandırması çerçevesinde değerlendirildiğinde; kredi kartı borçlanma faizlerinin yüksek olması ve bu alanda fiyat rekabeti olmaması; kart kuruluşlarının 2. grup karlı müşterileri¹²⁹ çekmek için takas komisyonu, kart ödülleri gibi maliyetine kimin katlandığı belli olmayan ve şeffaf olmayan fiyatlandırma mekanizmalarını kullanmasını teşvik etmektedir. Dolayısıyla yüksek borçlanma faizlerinin ve bu faizlerdeki rekabet eksikliklerinin de kredi kartının ödeme aracı yönündeki fiyatlandırma mekanizmalarının kötüye kullanılmasına yol açabildiği ve bu anlamda kamu müdahalesini gerektirebileceği söylenebilir.

3.2.4. Üye İşyerlerine Getirilen Kısıtlamalar

Türkiye kredi kartları piyasasında mevcut kamu düzenlemelerinde, sistemin işleyişinden zarar görmesi daha muhtemel olan ve korunmasız olarak görülen tüketici kesiminin (işyerleri, bankalar ve kart kuruluşlarına göre) daha fazla korunmaya çalışıldığı görülmektedir. Diğer yandan ilgili piyasanın diğer tarafını oluşturan üye işyerlerinin de bankalar ve kart kuruluşları karşısında güçlü olduğu söylenemez. Aksine Türkiye’de, ABD gibi ülkeler ile karşılaştırıldığında; alım gücüne sahip, kart kuruluşları ve bankalar ile pazarlık edebilecek büyük işyerlerinin ve işyeri örgütlerinin bulunmadığı veya sınırlı olduğu görülmektedir. Diğer yandan üye işyerlerinin kart kabulüne ilişkin talep esnekliklerinin düşük olması da kart kuruluşları karşısında pazarlık güçlerini sınırlamaktadır. Dolayısıyla işyerleri üzerine getirilen ilave ödeme yasağı veya yönlendirmeme türü sınırlamalar ile birlikte, kart kuruluşları takas komisyonu ve işyeri komisyonları belirlerken üzerlerinde rekabetçi baskı hissetmediklerinden daha rahat davranabilmektedir. Bu çerçevede işyerlerinin de kamu düzenlemeleri ile korunmasının gerekliliği, özellikle işyerlerinin zararlarını ve maliyetlerini tüketicilere fiyatlar içinde örtülü olarak yansıtılabildiği dikkate alınır, sosyal refah açısından tartışılmalıdır.

İlave ödeme yasağı ile ilgili olarak ülkemizde 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 4822 Sayılı Kanun’la değişik 10/A maddesinde yer alan;

“mal veya hizmetin kredi kartı ile satın alındığı durumlarda satıcı veya sağlayıcı, tüketiciden komisyon veya benzeri bir isim altında ilave ödemede bulunmasını isteyemez”

¹²⁹ Kredi kartı alırken borçlanma niyeti olmamasına rağmen kendilerini kart ile borçlanmış bulan grup.

şeklindeki hükmü ve benzer ifadeler içeren 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanun'un 17. maddesi hükmü yasal bir ilave ödeme yasağı kuralı getirmektedir. Dolayısıyla kredi kartı kuruluşlarının getirdiği kurallardan bağımsız olarak, Türkiye’de bir işyerinin kredi kartı ile diğer ödeme araçları arasında (aynı zamanda kredi kartları arasında) farklı fiyat uygulayabilme ve dolayısıyla tüketicilerin kullandıkları ödeme yönteminin maliyetini görebilme imkanı yasal olarak kısıtlanmıştır bulunmaktadır.

Ayrıca Türkiye’de kart kuruluşları tarafından işyerlerine TKK kuralı getirilebilmektedir. Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan “Tüm Kartları Kabul Kuralına İlişkin Sektör Araştırması Raporu” (Rekabet Kurumu, 2009) uygulanmakta olan TKK kuralının kartlı sistem kuruluşlarının uluslararası kuralları ve bankaların üye işyerleri ile akdettiği sözleşmeler olmak üzere iki ayrı kaynağının bulunduğunu belirtirken, özellikle banka kartı ile kredi kartlarının birlikte aynı kurala tabi olmasının sorunlara yol açabileceğini, dolayısıyla bu konuda piyasa aktörlerinin bilgilendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

3.2.5. Çapraz Sübvansiyon Sorunu ve Gelir Dağılımı

Çalışmanın 2.2.4. numaralı kısmında ele alınan kredi kartı kullanımı ile ilişkili tüm çapraz sübvansiyon türlerinin, Türkiye kredi kartları piyasası için de söz konusu olduğu söylenebilir. İlk olarak ilgili piyasanın bir tarafındaki kredi kartı kullanıcılarının, pazarın diğer tarafınca sübvansiyon edilmesinden bahsetmek mümkündür. Nitekim taksit, ödeme erteleme, faizsiz kredi dönemi ve kredi kartı ödülleri maliyetlerinin çoğunun üye işyerlerine yüklenen ücretler ile karşılanmakta olduğu görülmektedir (Aysan, 2011, s.19). Bu çerçevede özellikle borcunu zamanında ödeyen kredi kartı müşterisinin alışveriş yaptığı tarihten son ödeme tarihine kadar kullanmış olduğu kredinin maliyetinin (benzer şekilde taksitli alışverişlerde taksit dönemine ilişkin kredi maliyetinin) aslında üye işyerlerine ödettilirdiği söylenebilecektir (Yıldırım Güngör, 2011, s.131; Erol, 2011, s.165). Bununla birlikte üye işyerlerinin içinde buldukları pazarın özelliklerine (arz ve talep yapısına) göre, kredi kartı kabulünden kaynaklanan maliyeti tüketicilere yansıtacakları söylenebilir. Bu kapsamda işyerlerinin ödeme aracına göre fiyat farklılaştırması uygulamaması durumunda, kredi kartı kullananlar ile kredi kartı kullanmayan tüketiciler ve daha yüksek maliyetli kredi kartı kullananlar ile daha düşük maliyetli kredi kartı kullanan tüketiciler arasında bir çapraz sübvansiyondan bahsedebilmek mümkündür.

Ayrıca Yıldırım Güngör ve Yıldırım (2011, s.62-63), Türkiye’de hem işyerine yüklenen takas komisyonu oranının, hem de temerrüde düşen kart hamilinden alınan kredi kartı faizinin yüksek olduğunu belirterek, bankaların kredi kartı gelirlerini temel olarak bu iki gruba dayandırdıklarına işaret etmektedirler. Bu çerçevede ülkemizde kredi kartı ile borçlanan kredi kartı kullanıcıları ile borçlanmayan kredi kartı kullanıcıları arasında bir çapraz sübvansiyondan bahsetmek de mümkündür.

Çapraz sübvansiyonda önemli bir rol oynayan, ödül para/puan türü kart kullanıcılarına harcamaları ile orantılı olarak ihraççı bankalarca yapılan geri ödemelere (kart ödülleri) ilişkin program ve uygulamalar Türkiye’de hızla yaygınlaşmaktadır. Bu gelişmeye paralel olarak söz konusu kart ödüllерinin, tüketiciler açısından gerek kart tercihlerinde, gerekse harcama kalıpları konusunda önemli bir belirleyici olmaya başladığı görülmektedir. Bu doğrultuda bankaların gerek fiyat dışı rekabet aracı olarak kullandıkları ürün farklılaştırma stratejisi çerçevesinde, gerekse tüketicilerin kredi kartı harcamalarını artırmanın anahtarı olarak, bu tür programları daha yoğun bir şekilde kullandıkları ve promosyonunu yaptıkları göze çarpmaktadır. Nitekim BKM’nin gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonuçlarına göre her 10 kart kullanıcısından 7’si alışverişlerinde ödül para/puan toplamaktadır (BKM, 2009, s.14). Ayrıca yine BKM tarafından yapılan çeşitli çalışmalara göre, kredi kartı kullananlar tarafından en sık kullanılan kredi kartının en beğenilen özellikleri arasında “*taksitlendirme*” sonrasında ikinci sırayı alan “*puan toplanabilmesi*” özelliğinin 2008 yılında %34, 2009 yılında %27 ve 2011 yılında %25 oranında en beğenilen özellik olarak tercih edildiği görülmektedir (BKM, 2008, s.16; 2009, s.11; 2011, s.19).

Bu kapsamda çalışmanın devamında 3.3. numaralı kısımda Türkiye’de kredi kartı kullananlar ile kredi kartı kullanmayanlar arasındaki çapraz sübvansiyon üzerine tahmini bir hesaplama gerçekleştirilecektir. Söz konusu hesaplama kredi kartı kullananlar ile kredi kartı kullanmayanlar arasında azımsanmayacak miktarda bir çapraz sübvansiyon potansiyeli bulunduğunu göstermektedir. Aynı zamanda söz konusu çapraz sübvansiyonun gelir dağılımını bozucu etkilerine işaret edilecektir. Bu çerçevede Türkiye kredi kartları piyasasında fiyatlama mekanizmaları nedeniyle oluşan çapraz sübvansiyonların kamu müdahalesi gerekçeleri arasında bulunduğu söylenebilir.

3.3. POTANSİYEL ÇAPRAZ SÜBVANSİYON ÜZERİNE BİR HESAPLAMA

Tüketiciler ödeme yöntemini seçerken kendileri için görünür olan fayda ve maliyetlere göre karar vermektedirler. Ancak söz konusu ödeme araçlarının tüketici tarafından bilinmeyen maliyet unsurları da bulunmaktadır. Kredi kartları için bu unsurlardan birisi takas komisyonu ve işyeri komisyonu şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Tüketiciler tarafından fark edilemeyen diğer bir husus ise bu gizli maliyet kalemleri neticesinde farklı ödeme yöntemleri kullananlar arasında gelir transferinin söz konusu olabileceği ve hatta gelir dağılımını bozucu etkilerin oluşabileceğidir. Toplumun ve politika yapımcıların, bu tür etkiler konusunda bilgi düzeyleri arttığı ölçüde ödeme araçları piyasası daha şeffaf, sağlıklı ve rekabetçi bir şekilde işleyecektir.

Bu konuda literatürde yer alan bazı çalışmalara ise şu şekilde değinebiliriz:

Schwartz ve Vincent (2002) nakit kullanan müşterilerin, kart kullanıcılarına verilen teşviklerin maliyetini üstlendikleri için zarar gördüğünü belirtmektedir. Diğer taraftan Carlton ve Frankel (2005, s. 640-641) makalelerinde ABD’de 10.000 ABD doların altında yıllık geliri olan ailelerden sadece %28’i kredi kartı sahibi iken, 100.000 ABD doları üzerinde geliri olan ailelerin %96’sının kredi kartı sahibi olmasını (benzer şekilde azınlıkların daha az oranda kredi kartı sahibi olmasını), takas komisyonunun nakit kullananlar üzerinde bir nevi vergi işlevi gördüğü ve fakirler ile azınlıklara orantısız olarak zarar verdiği iddiasını desteklemek için kullanmaktadır. Levitin (2008b, s.35-39) ABD’de 1980’lerin akaryakıt perakendeciliği bazındaki bazı araştırmalarda, kredi kartı yoluyla fakirden zengine bir gelir aktarımının olduğunun ampirik deliller ile ortaya konulduğunu söylemektedir. Semeraro (2009, s.422) ise Levitin’in (2008b) çalışmasında atıfta bulunduğu araştırmaların sadece 1980’lerde akaryakıt sektöründe çapraz sübvansiyonun varlığının göstergesi olarak alınabileceğini, tüm sektörlerle ve tüm zamanlara genelleştirmenin yanlış bir yaklaşım olduğunu savunmaktadır.

Diğer yandan Ahlborn ve diğerlerinin (2001) ise, bu tür sübvansiyonların yaygın olduğunu¹³⁰, söz konusu olan sübvansiyonun önemsiz miktarda olması nedeniyle ödeme sistemleri arasındaki rekabeti etkilemediğini ve takas komisyonunun sıfırlanmasının sosyal refahı artırması için bir nedenin olmadığını, dolayısıyla kamu müdahalesinin uygun olmayacağını savunduğu görülmektedir. Levitin (2008b, s.42) ise bu tür benzetmelerin doğru olmadığını belirtmektedir. Örneğin müşterilerin marketlerin sağladığı bedava hizmetleri kullanıp kullanmamakta özgür olduğunu veya o işyerine hiç gitmeyebileceğini, ancak ödeme kartlarında böyle bir imkânın olmadığını söylemektedir. Tüm tüketicilerin kredi kartı alamayacağını veya en azından yüksek ödüller veren kart alamayacağını, dolayısıyla kredi kartı olmayan tüketicilerin kredi kartı kullanabilme gibi bir özgürlüğü olmadığını ve kredi kartı kabul etmeyen işyeri bulmasının da çok zor olduğunu ileri sürmektedir. Frankel ve Shampine (2006, s.636) ve Katz (2001, s.47) ise rekabet hukuku yönüyle oluşan farklılıklara yoğunlaşarak, market tarafından ücretsiz park yeri sağlanması durumunda, bu kararın bağımsız teşebbüslerce rekabetçi bir şekilde verildiğini, rakip teşebbüslerin bir araya gelerek bu kararı vermediklerini belirtmektedir.

Farrell (2006, s.34) ise ekonomide çeşitli dışsallıklar ve etkinsizlikler varken özellikle kredi kartı piyasasındakilere müdahalenin gerekliliğini temel olarak üç gerekçe ile açıklamaktadır: (i) tüketici tercihlerini saptırmaya yönelik teknikler etkinliği, özellikle etkin rekabeti engelleyebilir, (ii) özellikle rakipler tarafından birlikte belirlenen takas komisyonları durumunda, pazar gücüne sahip ödeme aracının diğer alternatif araçlar üzerine vergi benzeri yükler

¹³⁰ Market tarafından ücretsiz park yeri veya alışveriş arabası sağlanması gibi.

getirmesi endişe verici sonuçlar doğurabilir, (iii) toplam alışveriş hacmiyle karşılaştırıldığında bu sorunların yol açtığı sapmalar küçük görülebilir, ancak mutlak rakam olarak bakıldığında önemli meblağlara tekabül etmektedir.

Bu çerçevede çalışmanın bu kısmında, kredi kartı kullanmayanlardan kredi kartı kullananlara doğru örtülü bir şekilde işleyen parasal akım potansiyeli Türkiye için 2009 yılı verileri ile hesaplanmaya çalışılacaktır¹³¹. Literatürde bu kapsamdaki transfer hesaplamaları ABD kredi kartları piyasası için yapılmış bulunmaktadır. Berkovich (2009) ABD’de akaryakıt ve market alışverişlerinden kaynaklanan, ödül para/puan kazanan tüketicilere ödül almayan tüketicilerden gerçekleşen toplam gelir transferlerinin 1,4 ile 1,9 milyar ABD doları arasında olduğunu hesaplayarak, ödül para/puan transferlerinin düşük gelirli olumsuz etkilediği ve gelir ile ters orantılı (regressive) vergi gibi işlev gördüğü sonucuna ulaşmaktadır.

Schuh ve diğerleri (2010) ise işyerlerinin genellikle, farklı maliyetli ödeme yöntemi kullananlara, maliyetleri yansıtacak farklı fiyatlandırma uygulamaları nedeniyle, işyeri komisyonları ve ödül programlarının, kredi kartı kullanmayanlardan kredi kartı kullananlara doğru, zımni bir para transferi yarattığını ileri sürmektedir. Bu doğrultuda Schuh ve diğerleri (2010) işyeri komisyonları ve kart ödüllerinin tüketici refahı üzerine etkisini ölçmek için kurdukları ödeme aracı seçim modeli çerçevesinde yaptıkları hesaplamalarla; nakit kullanan tüketicilerden, kredi kartı kullanan tüketicilere toplamda 14,3 milyar ABD doları tutarında gelir aktarıldığı ve kredi kartı kullanan tüketicilerin, ödül para/puanların da dâhil edilmesiyle birlikte, kart kullanımları vasıtasıyla 22,8 milyar ABD doları parasal destek aldıkları sonucuna ulaşmaktadır¹³². Sonrasında ise yazarlar, söz konusu transferlerin gelir dağılımı yönüne değinerek, kredi kartı harcamalarının ve ödül para/puanların (hane halkı geliri ile doğru orantılı olmasından dolayı), ters bir gelir transferine neden olduğunu belirtmektedir. Böylece Schuh ve diğerleri (2010) kamu müdahalesi ile işyeri komisyonları ve kart ödüllerine sınırlama getirilmesinin tüketici refahını ve sosyal refahı arttırabileceği sonucuna ulaşmaktadır.

Bu çerçevede çalışmamızda öncelikle hesaplamada kullanılacak model oluşturularak, modele ilişkin varsayımlar ve modelde kullanılacak veri seti açıklanacak ve sonrasında hesaplama gerçekleştirilecektir.

¹³¹ Hesaplamada kullanılan verilerin tutarlı bir şekilde 2009 yılı için bulunabilmesi nedeniyle hesaplama 2009 yılı için yapılmıştır. Diğer yandan bazı değişkenler veri kabul edilerek 2010 ve 2011 yılları için gerçekleştirilebilecek hesaplama sonuçlarına da yer verilmektedir.

¹³² Söz konusu çalışmada ortalamada her bir nakit kullanan hane halkından 149 ABD doları tutarında kredi kartı kullanan hane halklarına gelir aktarıldığı ve her bir kart kullanan hane halkının 1.133 ABD doları aldığı sonucuna ulaşmaktadır.

3.3.1. Model

Çalışmanın bu kısmında Schuh ve diğerleri (2010) temel alınarak, benzer varsayımlar çerçevesinde, Türkiye’de kredi kartı kullananlar ve kredi kartı kullanmayanlar arasındaki örtülü gelir transferi tahmini olarak hesaplanmaya çalışılmaktadır. Söz konusu hesaplama Türkiye ödeme araçları pazarının basitleştirilmiş temsiline ilişkin yapısal bir modele dayanmaktadır. Modelde kullanılan kredi kartları piyasasına ilişkin verilerin bir kısmı bazı başka çalışmalardan alınırken, hesaplamada kullanılan bazı oranlar için de, eldeki veriler çerçevesinde benchmark olarak kullanılması makul kabul edilebilecek oranlara yer verilmektedir. Modelin basitliği ve ilgili piyasaya ilişkin verilerin sınırlılığı dikkate alındığında, model çerçevesinde türetilen söz konusu parametrelerin makul kabul edilebileceği düşünülmektedir.

Öncelikle Türkiye’deki kredi kartı kullanımını ile ilgili bazı temel bulgular belirtilmelidir:

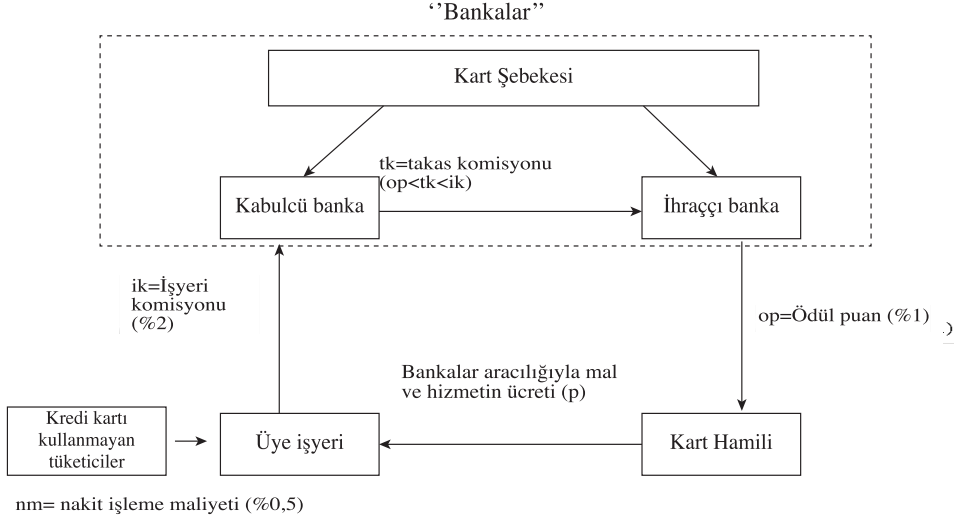
1. Tüketicilerin kredi kartı kullanım miktarı zaman içinde artmaktadır.
2. Tüketici kredi kartı kullanım miktarı ve kazanılan kredi kartı ödül para/puanları, tüketici geliri ile pozitif ilişki içindedir¹³³.
3. Parasal olmayan kredi kartı faydalarının farklılığı (heterojenliği) nedeniyle, kredi kartı kullanım miktarı tüketiciden tüketiciye (aynı gelir grubu içinde dahi) farklılaşabilmektedir.

Modelde üç farklı aktör varsayılmaktadır: Bankalar, tüketiciler ve işyerleri. Bankalar kredi kartı hizmetini sağlayan finansal piyasayı temsil etmekte ve ihraççı, kabulcü ve kart şirketlerini kapsamaktadır. Tüketiciler kredi kartı kullananlar ve kullanmayanlar şeklinde iki gruba ayrılmaktadır. İşyerleri ise tüketicilere kredi kartı veya diğer ödeme araçlarını kullanarak ürün satın alma imkânı tanımaktadır. Şekil 6’da, modelde öngörülen söz konusu piyasadaki aktörler ve aralarındaki ilişkiler gösterilmektedir. Modele göre ödeme sistemi şu şekilde işlemektedir: Alıcı dışsal olarak belirlemiş fiyat üzerinden ürünün bedelini kredi kartı ile veya diğer ödeme yöntemleri (nakit) ile ödemeye ilişkin karar vererek, ödemeyi yapar ve ürünü satın alır. İşyeri kredi kartı dışı ödeme araçları ile satın alınan ürünlerde nakit işleme maliyetine (nm) katlanmak durumundadır ($0 \leq nm \leq 1$). Modelde nakit işleme maliyeti, marjinal veya ortalama maliyet türü olarak, ürün fiyatının bir oranı şeklinde alınmıştır. Dolayısıyla kredi kartı dışı bir ödeme aracı ile gerçekleştirilen bir işlemde işyerinin bu ödeme aracını kabul etme maliyeti, ürün fiyatı ile nakit işleme maliyetinin çarpılması ($p \cdot nm$) şeklinde hesaplanmaktadır. Kredi kartı ile

¹³³ Tüketicilerin geliri ile kredi kartı sahipliği ve/veya kullanımı arasında pozitif ilişki bulan literatürden örnekler; Stavins (2001), Mester (2003), Bertaut ve Haliassos (2005), Klee (2006), Zinman (2009), Carbó-Valverde ve Liñares-Zegarra (2009). Schuh ve Stavins (2009), Schuh ve diğerleri (2010) şeklinde sayılabilir. Kızılot ve diğerleri (2010) Türkiye’de benzer bir pozitif ilişki olduğuna işaret etmektedir.

yapılan bir işlemde ise işyeri, işyeri komisyonu (ik) maliyetine katlanmaktadır. Dolayısıyla işyerinin kredi kartı kabul etmesinin maliyeti işyeri komisyonu ile ürün fiyatının çarpılması ($p \cdot ik$) yoluyla hesaplanacaktır.

Şekil 6- Ödeme araçları piyasasına ilişkin basitleştirilmiş bir model



Kaynak: Schuh ve diğerleri (2010, s.12).

Diğer yandan kredi kartı kullanıcılarının herhangi bir sabit kart ücreti ödemediği ve ihraççı bankadan kullandıkları kart işlemleri tutarlarının belli bir oranı şeklinde ödül para/puan (op) alacakları kabul edilmektedir. Dolayısıyla kart kullanıcıları kredi kartıyla aldıkları ürünün fiyatı ve ödül puanının çarpılması ($p \cdot op$) ile hesaplanacak miktarda bir gelir elde etmektedir.

Kredi kartı ödülleri toplam kredi kartı harcamalarının bir fonksiyonu olarak ele alınırken kredi kartı ödüllерinin işyeri komisyonu ile yakın ilişkili olduğu kabul edilmektedir. Modelde işyeri komisyonları ile ödül puan oranlarının birbirleri ile bankaların içsel kararlarında bağlantılı olduğu kabul edilmektedir. Kabulcü bankalar ihraççı bankalara işlemin belli bir oranında takas komisyonu (tk) ödemesi yapmaktadır. Bankalar açısından takas komisyonunun ödül puan ile işyeri komisyonu arasında bir oran olması ($op < tk < ik$) kârlı olacaktır. Bu doğrultuda modelde bu eşitsizliğin geçerli olduğu varsayılmaktadır. Ancak modeldeki transfer tahminine yönelik hesaplamalar takas komisyonu oranları ile bağlantılı değildir.

3.3.2. Data, Varsayımlar ve Potansiyel Transfer Hesaplaması

Modelde kullanılan bazı oranlara ilişkin rakamlar, yeterli veri bulunmaması nedeniyle, gerçek hayatla birebir örtüşmemekle birlikte, çeşitli çalışmalar ve eldeki kısıtlı verilerle olabilecek en makul seviyelerde benchmarklar

belirlenerek oluşturulmuştur. Bu çerçevede işyeri nakit işleme maliyeti kabaca %0,5 olarak alınabilir¹³⁴. Kredi kartları işyeri komisyonu ise ortalama %2 olarak alınabilir¹³⁵. Ödül puanların ise ortalama %1 olarak kabul edilmesinin makul olacağı düşünülmektedir¹³⁶. Takas komisyonu oranının işyeri komisyonu ile ödül puan arasında gerçekleştiği kabul edilebilir. Takas komisyonu oranının 2009 yılında %1,57 ile %0,91 arasında değiştiği görülmektedir (BKM, t.y.). Bu da benchmark olarak alınan söz konusu işyeri komisyonu ve ödül puan oranlarının makul olduğunun bir diğer göstergesidir.

Model çerçevesinde öngörülen temel varsayımlar ise şu şekilde sayılabilir:

- Tüm tüketiciler aynı ürün için aynı fiyatı ödemektedir (tüketici ve/veya ödeme aracı bazında fiyat farklılaştırması yok).
- İşyerleri, işyeri komisyonunu %100 oranında (tümünü) perakende fiyatların içinde tüm tüketicilere yansıtmaktadır.

¹³⁴ Türkiye için bu konuda yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamakla birlikte, yurt dışı bulgular gösterge olarak alınabilir. Garcia-Swartz ve diğerleri (2006a, s.184) işyeri nakit işleme marjinal maliyetini 11,52 ABD doları tutarındaki bir işlem için %0,3; 54,24 ABD doları tutarındaki bir işlem için %0,43 olarak hesaplamaktadır. Gresvik ve Haare (2009b, s.17,20) ise Norveç için yaptıkları çalışmada 2007 yılında alışverişte kullanılan toplam nakit tutarını 62,1 milyar Norveç Kronu, işyerleri için toplam nakit işleme maliyetini ise 322,1 milyon Norveç Kronu olarak hesaplamışlardır. Bu çerçevede işyerleri için nakit işleme maliyetini ortalama, nakit ile yapılan alışverişlerin %0,5'i olarak hesaplamak mümkündür. Brits ve Winder (2005, s.19) ise değişken maliyetleri satış ve işlem bağlantılı olarak ikiye ayırmakta ve nakit paranın perakende sektörüne işlem bağlantılı değişken maliyetini %0,6, satış bağlantılı değişken maliyetini ise %0,35 civarı göstermektedir. Schuh ve diğerleri (2010, s.15) ABD için yaptıkları çalışmada söz konusu maliyeti %0,5 olarak ele almaktadır.

¹³⁵ Yıldırım Güngör (2011, s.129) tarafından yapılan çalışma Türkiye'deki uygulamaya ilişkin göstergeler içermektedir. Söz konusu çalışmada, kredi kartı sektöründe faaliyet gösteren ve 2007 yılı sonu itibarıyla kredi kartları piyasasının %89'unu oluşturan 7 özel banka tarafından peşin işlemlerde uygulanan işyeri komisyon oranlarının, genel olarak yüzde 0,5-2 arasında seyrettiği, ancak yine de sabit bir komisyon oranından bahsetmenin güç olduğu belirtilmektedir. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı sektörlerde, ya da bankalar ve üye işyerinin aynı yapının iştirakleri olması durumunda, kimi firmalara sektöre göre daha düşük komisyon oranı seçenekleri sunulurken, ürün çeşitliliğine gidilemeyen akaryakıt sektörü gibi rekabetin yoğun olduğu sektörlerde uygulanan komisyon oranlarının birbirine yakın olduğu belirtilmektedir.

¹³⁶ Yıldırım Güngör (2011, s.129), hediye puanların sektör genelinde yüzde 0,5-2 aralığında seyrettiğini belirtmektedir. Ayrıca BKM Genel Müdürünün yaptığı bir açıklamaya göre 2009 yılında kart kullanıcıları, kredi kartı programları aracılığıyla 2009 yılında 1,5 milyar TL ödül kazanmış ve kart kullanıcıları ayrıca 3 milyona yakın ücretsiz uçak bileti imkânından da yararlanmıştı (Akşam, 29 Mart 2009). Kabaca uçak biletlerinin tanesinin 100TL olduğu varsayılırsa (100* 3.000.000) 300 milyon TL biletler yolu ile ödül aktarımı gerçekleştiği ve toplam ödül miktarının 1.800 milyon TL olduğu tahmin edilebilir. Bu durumda 2009 yılında ödül rakamının toplam kredi kartı harcamalarına oranı (1.800/180.393) yaklaşık olarak %1 olacaktır. Bu çerçevede ödül puan oranının % 1 olarak alınmasının gerçek hayat ile gelişmediği görülmektedir.

- Ödül puanlar işyeri komisyonlarından elde edilen gelirler ile finanse edilmektedir.

Diğer yandan modelde kredi kartının sadece ödeme yöntemi olarak kullanılması özelliği dikkate alınarak, borçlanma aracı olma fonksiyonu ihmal edilmiştir. Ayrıca bankaların kârlarına ortak olan paydaşların faydaları da ihmal edilmiş ve bu kişiler için ayrı bir hesaplama yapılmamıştır. Modelde kullanılan değişkenler Tablo 3’de gösterilmektedir:

Tablo 3- Çapraz sübvansiyon hesaplamasına ilişkin modelde kullanılan değişkenler

Kod	Değişken
T_n	Kredi kartı kullanmayan tüketiciler tarafından gerçekleşen fon transferi miktarı (negatif değer alması durumunda alınan sübvansiyon)
T_{kk}	Kredi kartı kullanan tüketiciler tarafından gerçekleşen fon transferi miktarı (negatif değer alması durumunda alınan sübvansiyon)
S	Tüketiciler tarafından gerçekleştirilen toplam harcama (kredi kartı kullanarak yapılabilen harcamalar),
S_n	Kredi kartı kullanmayanlar tarafından gerçekleştirilen toplam harcama
S_{kk}	Kredi kartı kullanılarak gerçekleştirilen toplam harcama
ik	İşyeri komisyonu oranı
nm	İşyerlerinin nakit işleme maliyeti oranı
op	Ödül para/puan oranı

Bu çerçevede kredi kartı kullanmayan tüketiciler tarafından gerçekleştirilen transfer aşağıdaki denklem ile ifade edilmektedir:

$$T_n = \left[\frac{S_n}{S} (ik * S_{kk} + nm * S_n) \right] - nm * S_n \quad (8)$$

Denklemden yer alan $(ik * S_{kk} + nm * S_n)$ ifadesi tüketicilerin harcamalarında kullandıkları tüm ödeme araçları kullanımları nedeniyle işyerlerinde ortaya çıkan toplam işlem maliyetlerini gösterirken, köşeli parantez

içindeki $\left[\frac{S_n}{S} (ik * S_{kk} + nm * S_n) \right]$ ifadesi nakit kullananların bu işlem

maliyetlerinin ne kadarını ödediğini göstermektedir. İşyerleri ödeme araçlarının kendilerine olan işlem maliyetlerini farklılık gözetmeden fiyatlar içinde tüm tüketicilere yansıttığı için nakit kullananlar, tüm işlem maliyetlerinin, toplam harcamalar içindeki nakit kullanım oranı kadarını karşılamaktadır. Eşitlikte yer alan parantez dışındaki son terim ise $(nm * S_n)$ nakit kullanmanın işyerlerine toplam işlem maliyetini, diğer bir deyişle işyerlerinin tüketicilerin nakit kullanımından kaynaklanan toplam nakit işlem maliyetini göstermektedir. Böylece eşitliğin sağ tarafında, nakit kullanan tüketicilerin fiyatlar yoluyla

katlandıkları toplam ödeme araçları maliyetinden, harcamalarında kullandıkları ödeme aracı tercihleri ile neden oldukları maliyet rakamının çıkarılmasıyla, nakit kullanan tüketiciler tarafından kredi kartı kullananlara gerçekleştirilen parasal transferi hesaplamak mümkün olmaktadır. Nakit kullananların tüm ödeme araçları nedeniyle katlandıkları toplam maliyetin, nakit kullanımları nedeniyle ortaya çıkan maliyetten büyük olması, nakit kullananların kendi tercihinden kaynaklanmayan bir maliyete katlanması anlamına geleceği ve kart kullananların ödeme aracı tercihlerinden kaynaklanan maliyetlerinin finansmanına katkı sağlayacağı açıktır. Dolayısıyla bu durumda nakit kullananlar tüketmedikleri (başka bir grubun tükettiği) bir ürün için ödeme yapmaktadır¹³⁷. Bu durumda kredi kartı kullananların nakit kullananlara negatif dışsallığından veya nakit kullananların kredi kartı kullananlara pozitif dışsallığından bahsedilebilecektir.

Kredi kartı kullananlar tarafından gerçekleştirilen transfer ise benzer şekilde şu model ile tahmin edilmektedir:

$$T_{kk} = \left[\frac{S_{kk}}{S} (ik * S_{kk} + nm * S_n) - (op * S_{kk}) \right] - ik * S_{kk} \quad (9)$$

Eşitliğin sağ tarafındaki parantez içindeki ilk terim $\left(\frac{S_{kk}}{S} (ik * S_{kk} + nm * S_n) \right)$ işyerlerinin ödeme araçları nedeniyle katlandığı toplam işlem maliyetine kredi kartı kullanıcıların yaptığı toplam katkıyı göstermektedir. Parantez içindeki ikinci terim $(op * S_{kk})$ ise kart kullananların bu kullanımları nedeniyle elde ettikleri ödül para miktarını göstermektedir¹³⁸. Ödül paraların kredi kartı kullanıcıların ödeme araçları için yaptıkları katkı miktarından çıkarılması ile birlikte kredi kartı kullanıcıların ödeme araçları ile ilgili net maliyetleri bulunmuş olacaktır. Son terim

¹³⁷ Ancak bu noktada sadece kredi kartı ile ve sadece nakit ile alışveriş yapan iki ayrı tüketici grubunun söz konusu olmadığı dikkate alınmalıdır. Bir tüketici çok çeşitli ödeme araçlarını birlikte kullanabilmektedir. Dolayısıyla tüketici bazındaki transfer miktarını tüketicinin farklı ödeme araçlarını ne oranda kullandığı belirleyecektir.

¹³⁸ Bu terim ile gösterilen parasal transfer (ödül para/puan transferi), satış anında/satış yerinde, işyeri üzerinden gerçekleşmemektedir. Diğer parasal transferlerin ise işlem anında işyeri üzerinden gerçekleştiği söylenebilir. Dolayısıyla bu eşitliği “işyeri üzerinden gerçekleşen transferler” ve “ödül para/puanlara ilişkin ayarlama” şeklinde iki bölüme ayırabiliriz. Ödül para/puanlara ilişkin kısmın satış yerinde gerçekleşen transferlere dâhil edilmesi, kredi kartı kullananların net maliyetini ortaya koymak için gereklidir.

Öte yandan kredi kartı kullananların ödedikleri yıllık ücretin de bu kapsamda hesaplamaya katılması gerektiği söylenebilir. Ancak modelde bu miktara ilişkin tutarlı ve yeterli veri olmaması, yıllık kart ücretinin harcama miktarı ile orantılı olmayıp sabit ücret olması ve bu ücretlerin ülkemizde yasal olarak uygulanabilirliğine ilişkin tartışmaların sürüyor olması gibi nedenlerle söz konusu değişken modele dâhil edilmemiştir.

$(ik * S_{kk})$ ise kredi kartı işlemlerinin işyerlerine olan toplam maliyetini diğer bir deyişle işyerlerinin tüketicilerin kredi kartı kullanımından kaynaklanan işlem maliyetini göstermektedir. Bu terim aynı zamanda bankaların işyeri komisyon gelirini göstermektedir.

T_{kk} 'nın negatif bir değer alması durumunda kredi kartı hamillerinin kart kullanımları dolayısıyla ortaya çıkan maliyetin tümüne katlanmadıklarını ve kart kullanımlarının sübvansede edildiğini söyleyebiliriz.

Hesaplama da kullanılacak değişkenlerin değerleri aşağıda yer almaktadır:

$$S = 303.787.100.000 \text{ TL}; \quad S_n = 123.393.840.000 \text{ TL};$$

$$S_{kk} = 180.393.260.000 \text{ TL}; \quad ik = \%2 = 0,02; \quad nm = \% 0,5 = 0,005;$$

$$op = \% 1 = 0.01$$

Türkiye'de 2009 yılı için kredi kartı kullanılarak yapılabilecek toplam harcama rakamı; kredi kartı harcama miktarı, banka kartı ile yapılan harcama miktarı ve kart ile yapılan harcamaların toplam alışveriş içindeki payı verileri kullanılarak hesaplanmıştır. Toplam alışverişin %61'i kredi kartları ve banka kartları ile yapılmaktadır (Kızılot ve diğerleri, 2010, s.77; BKM, 2009). 2009 yılı yerli kredi kartlarının yurtiçi alışverişte kullanım miktarı 180.393,26 milyon TL, yerli banka kartlarının yurtiçi alışverişte kullanımı 4.916,87 milyon TL ve dolayısıyla toplam kartla yapılan alışveriş 185.310,13 milyon TL'dir (BKM, t.y.). Bu durumda kartla yapılan harcamalar toplam harcamanın %61'i ise toplam kartla yapılabilecek alışveriş tutarı (S), 303.787,10 milyon TL'dir¹³⁹. Kredi kartı kullanmayanlarca gerçekleştirilen harcama (S_n) ise 123.393 milyon TL'dir.

Türkiye'de 2009 yılında kredi kartı kullanmayan tüketiciler tarafından gerçekleştirilen potansiyel transferin tahmini hesaplanması şu şekildedir:

$$T_n = [(123.393.840.000/303.787.100.000) * (0,02 * 180.393.260.000 + 0,005 * 123.393.840.000)] - 0,005 * 123.393.840.000$$

$$T_n = 1.099.096.229 \text{ TL}^{140}$$

¹³⁹ 2009 yılı GSYİH 952.558.579.000 TL, hane halklarının tüketimi ise 680.768.339.000 TL'dir (GSYİH-Harcamalar Yöntemiyle (Cari Fiyatlarla)(Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ağ sitesi)). Dolayısıyla ele alınacak kartla yapılabilecek toplam harcama GSYİH'nın yaklaşık % 32'si, yerleşik hane halklarının tüketiminin ise %45'ine eşit olacaktır. Yerleşik hane halklarının tüketiminin alt kalemleri incelendiğinde kredi kartı ile yapılabilecek olan harcamalar dikkate alındığında (Gıda, İçki ve Tütün, Giyim ve Ayakkabı, Eğlence ve Kültür, Lokanta ve Oteller, Eğitim (Toplamları=309.456.987.000 TL) gibi kalemler) söz konusu rakamın makul olduğu görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu mali aktarım sadece iki tür ödeme yöntemini de kabul eden işyerleri açısından geçerli olduğundan toplam harcamayı, kart ile yapılan toplam harcamanın %164'ü olarak almak makul olacaktır.

¹⁴⁰ Söz konusu rakam (kart ile yapılan alışveriş, işyeri komisyonu ve nakit işleme maliyeti

3.607.865.200=(0,02*180.393.260.000) TL, işyerlerinin kredi kartı kabulü maliyetini, 616.969.200=(0,005*123.393.840.000) TL ise işyerlerinin kredi kartı dışı ödeme araçları kabulü işlem maliyetini göstermektedir. İşyerlerinin ödeme yöntemlerinden kaynaklanan toplam işlem maliyeti ise 4.224.834.400 TL olmaktadır. İşyerlerinin bu maliyetin tamamını, tüketicilere kullandıkları ödeme yöntemlerini dikkate almaksızın yansıtmalarından dolayı, bu maliyetin %40,6'sına (1.716.065.429TL) dolaylı olarak (ürün fiyatları içinde) kredi kartı dışında ödeme yöntemi kullananlar katlanacaktır. Bu rakamdan kredi kartı dışında ödeme yöntemlerinin işlem maliyetini çıkarırsak (kredi kartı kullanmayanların kendi ödeme yöntemi tercihlerinden kaynaklanan işlem maliyetlerinin çıkarılması halinde); 1.099.096.229 TL kredi kartı kullanmayanlardan kredi kartı kullananlara doğru gerçekleşen toplam fon transferini göstermektedir. Dolayısıyla kredi kartı kullanmayanların, kendi kararlarından kaynaklanmayan, kredi kartı kullananların tercihlerinden kaynaklanan nedenlerle, ortaya çıkan kredi kartı işyeri işlem maliyetlerinin toplamda 1.099.096.229 TL'lik kısmını dolaylı olarak üstlendikleri görülmektedir. Kredi kartı kullanan tüketiciler tarafından gerçekleştirilen tahmini potansiyel transferin hesaplaması ise şu şekildedir:

$$T_{kk}=[((180.393.260.000/303.787.100.000)*(0,02*180.393.260.000+0,005*123.393.840.000))-(0,01*180.393.260.000)] - 0,02*180.393.260.000$$

$$T_{kk} = - 2.903.028.829 \text{ TL}^{141}$$

İşyerinin ödeme yöntemlerinden kaynaklanan toplam işlem maliyeti olan 4.224.834.400 TL'nin % 59,4'ü (kredi kartı harcamalarının toplam harcamalara

oranı $\left[\frac{S_{kk}}{S} \right]$) olan 2.508.768.971 TL'lik kısmına, ödeme yöntemi olarak

kredi kartı kullananlar katlanacaktır. Kredi kartı kullananların bu maliyetlerinden kazandıkları ödül puanları (1.803.932.600 TL) çıkarırsak kredi kartı kullananların ödeme yöntemlerinden kaynaklanan işyeri maliyetlerinin net olarak 704.836.371 TL'sini üstlendikleri söylenebilir. Diğer taraftan kredi kartı kullananların kredi kartı kullanma tercihlerinden kaynaklanan, kredi kartı kullanımının işyeri üzerindeki maliyeti (3.607.865.200 TL) bu rakamdan çıkarıldığında -2.903.028.829 TL rakamına ulaşılmaktadır. Söz konusu değer negatif olması nedeniyle kredi kartı kullananların sübvansede edildikleri yani kart kullanımları nedeniyle kendilerine 2.903.028.829 TL fon akımı sağladıkları söylenebilir. Tüm ekonomideki toplam potansiyel transfere ilişkin tahmini rakamlar Tablo 4'de, harcama sırasında gerçekleşen (ödül hariç) ve harcama sonrasında gerçekleşen (ödül dâhil) şeklinde ayrıştırılarak gösterilmektedir:

oranları aynı kabul edilmek şartıyla), 2010 yılı için **1.298,86 milyon TL** ve 2011 yılı için **1.627,92 milyon TL** şeklinde hesaplanmaktadır.

¹⁴¹ Söz konusu rakam (ödül puan oranı aynı kabul edilmek şartıyla), 2010 yılı için **-3.401,85 milyon TL** ve 2011 yılı için **-4.231,99 milyon TL** şeklinde hesaplanmaktadır.

Tablo 4- Ödeme yöntemleri tercihleri bazında tüketici transferleri

	Ödül hariç	Ödül dâhil
Kredi kartı kullananlar	-1.099.096.229	-2.903.028.829
Kredi kartı dışı ödeme araçlarını kullananlar	1.099.096.229	1.099.096.229
Toplam	0	-1.803.932.600

Sadece harcama sırasında işyerleri üzerinden gerçekleşen transferler hesaplanmak istenirse, hesaplamaya ödüllerin katılmaması uygun olacaktır. Ancak bankalar aracılığıyla, ödül puanlar vasıtasıyla da bir parasal aktarım söz konusudur. İşyerleri tarafından işyeri komisyonları bankalara ödenmekte ve bankalar kart kullanımı teşvik amacıyla ödül para/puan yoluyla kart kullananlara fon transferi yapmaktadır. Bu durumda kredi kartı ihraççısı bankaların gelirlerinin bir kısmını ödül yoluyla kart kullananlara aktardığı söylenebilir. Bankalarca ödül para/puanların finansmanının işyeri komisyon gelirlerinden karşılandığı kabul edilirse; ödül para/puanların faydaları tamamen kredi kartı kullanıcıları tarafından alınırken, maliyeti kısmen kredi kartı kullanıcıları kısmen de kart kullanmayan tüketiciler tarafından üstlenilmektedir. Dolayısıyla ödül para/puanların hesaplamaya dâhil edilmemesi, kredi kartı kullanımı neticesinde tüketiciler tarafında oluşan transferlerin olduğundan az görünmesine yol açabilecektir. Bu bağlamda kart kullananların kart kullanımları nedeniyle ortaya çıkan maliyetlere olan net katkılarının hesaplanabilmesi için ödüllerin de katılması gerekmektedir. Diğer yandan bankaların ödüller yoluyla kart kullanımını artırarak, yüksek işyeri komisyonları ile yüksek kârlar elde edebilmesi nedeniyle, ödül para/puan aktarımları bankalar açısından kredi kartı gelirlerini azaltan değil artıran bir unsur olarak değerlendirilebilir. Burada bankaların karları veya banka hissedarları denkleme dâhil edilmediğinden dolayı, ödül para/puanların modele dâhil edilmesi durumunda kredi kartı kullananlar ile kredi kartı dışı ödeme araçlarını kullananlar tarafından yapılan transferlerin toplamı, toplam ödül puanların negatif değerine eşit olmaktadır¹⁴².

Hesaplamalarımızda bulduğumuz toplam transfer rakamı 2009 yılı kredi kartları sayısına (44.392.614 adet) bölüldüğünde; kart başına ortalama fon aktarımının, ödüller dâhil edilmediğinde yaklaşık 25TL, ödüller dâhil edildiğinde ise 65TL olduğu görülmektedir¹⁴³. Ancak kredi kartı kullananların

¹⁴² Söz konusu çapraz sübvansiyonlar (transferler) tanımı gereği sıfır toplamı bir akımdır, nitekim banka karları veya banka hissedarları denkleme dâhil edilirse toplam sıfır olacaktır.

¹⁴³ Kredi kartı sabit yıllık ücretleri yukarıdaki hesaplamalara dâhil edilmemiştir. Ödüller dâhil edilerek kart başına hesaplanan fon aktarımı rakamları ile kredi kartı yıllık ücretleri karşılaştırılırsa, tüm kartlardan yıllık ücret alınsa dahi kredi kartı kullananların sübvansiyon edilmeye devam ettiği sonucu çıkmaktadır. Zira BDDK tarafından ağ sitesinde sağlanan

söz konusu çapraz sübvansiyondan faydalanma miktarının kart kullanım miktarının (kartla yaptığı harcamaların) büyüklüğüne bağlı olduğu dikkate alınmalıdır. Diğer yandan bireysel bazda söz konusu çapraz sübvansiyon değerlendirildiğinde, bireyin harcamalarının ne kadarını kredi kartı ile ve ne kadarını diğer ödeme araçları ile yaptığı ve kart harcamalarından ne oranda ödül para/puan kazandığı bireysel fon transferinin hesaplanmasında etkili olacaktır. Birey toplam harcamalarının (kredi kartı kullanarak yapabileceği harcamaların) daha yüksek bir oranını kredi kartı ile yaptıkça ve daha fazla oranda ödül para/puan kazandııkça daha fazla sübvansiyon alıyor olacaktır.

Farklı ödeme yöntemi kullanan tüketici grupları arasındaki çapraz sübvansiyonun, tüketici tercihlerinin heterojen olmasından ve ödeme sistemleri arasındaki tüketici faydalarının farklılaşmasından kaynaklanması durumunda, tüketici refahı ve sosyal refah açısından mevcut bir çapraz sübvansiyon önemsiz kabul edilebilir (Schuh ve diğerleri, 2010, s.2). Ancak kredi kartı kullanımı ile tüketici geliri arasındaki pozitif doğrusal ilişki, kart kullanımı sonucu oluşabilecek çapraz sübvansiyonun gelir dağılımı üzerinde ve dolayısıyla sosyal refah üzerinde olumsuz etkilerinin olabileceğine işaret etmektedir. Bu bağlamda sonraki kısımda söz konusu çapraz sübvansiyonun gelir dağılımı üzerindeki etkisine değinilecektir. Diğer taraftan çapraz sübvansiyonun piyasa aksaklıklarından ve şeffaf olmayan fiyatlama uygulamalarından kaynaklanması da bu durumu destekleyici unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede farklı ödeme yöntemi kullanan tüketici grupları arasındaki çapraz sübvansiyonun varlığı, kredi kartları piyasasına ve daha özelde parasal aktarım mekanizması araçları olarak kullanılan takas komisyonu ve kredi kartı ödül programlarına kamu müdahalesinin haklı gerekçesi olarak ortaya çıkmaktadır.

3.3.3. Çapraz Sübvansiyonun Gelir Dağılımı Üzerine Etkisi

Önceki kısımda yer verilen çapraz sübvansiyon aynı zamanda düşük gelirli tüketiciden yüksek gelirliye doğru bir parasal akımın göstergesi olarak da ele alınabilir. Bu bağlamda Türkiye’de de tüketici geliri ile kredi kartı kullanımı arasında bir pozitif korelasyonu gösteren bir çalışmaya aşağıda yer verilmektedir.

Kızılot ve diğerleri (2010, s.103) içinde yer alan anket çalışmalarının sonuçları incelendiğinde, hane halkı geliri arttıkça, kredi kartı kullanan hane halkı oranının ve harcamalar içindeki kredi kartı kullanım oranının arttığı görülmektedir. Aylık geliri 9.000 TL ve üstü olan gelir dilimine kadar tüm gelir gruplarında gelir dilimi arttıkça, harcamaların %50’sinden ve %30’undan fazlasını kredi kartı ile yapan hane halkı oranının arttığı görülmektedir. Sadece 9.000 TL ve üstü aylık gelire sahip gelir grubunda söz konusu oranların azaldığı görülmektedir. Ancak bu durumda mutlak kredi kartı harcamalarında artış

kredi kartı bilgilerine bakıldığında bankaların standart kredi kartları için yıllık ücretlerinin 2009 yılında 20 – 50 TL arasında değiştiği görülmektedir.

görülürken gelirdeki yüksek artışlar (bu gelir diliminde 9.000 TL üstünde herhangi bir sınır bulunmamaktadır) nedeniyle harcamalar içindeki kredi kartı kullanım oranının düşük gerçekleşmesinin mümkün olabileceği söylenebilir¹⁴⁴. Bu çerçevede aylık hane halkı geliri arttıkça, kredi kartı kullanımının toplam harcamalar içindeki oranının arttığı söylenebilir.

Diğer yandan yine Kızılot ve diğerleri (2010, s.102) çalışmasında yer alan bir diğer anket çalışması sonuçlarına göre, kredi kartı kullanma nedenlerine bakıldığında ilginç sonuçlara ulaşılabilmektedir. Söz konusu çalışmada, hane geliri arttıkça kredi kartının sunduğu olanaklar yelpazesinden faydalanma eğiliminin de arttığı gösterilmektedir. Öncelikle ödül para/puan biriktirme olanağının kredi kartı kullanma nedeni olarak gösterilmesinin, gelir ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. 500 – 1.500 TL arası aylık geliri bulunan hanelerde ödül para/puan toplayabilmek için kredi kartı kullanma eğilimi %2,6, 1.500-2.500 TL aylık geliri olan hanelerde %3,4 iken, 3.500-5.000 TL aylık geliri olan hanelerde %8,1, 9.000 TL ve üstü gelir grubunda ise bu oran %16,7'ye ulaşmaktadır. Bu çerçevede hane halkı geliri arttıkça ödül programlarına verilen değer arttığı ve yüksek gelire sahip grupların bu imkânlardan daha fazla faydalandığı söylenilebilir. Benzer şekilde yanında nakit taşımamak için kredi kartı kullanımı, düşük gelirli ailelerde (500 TL'den az gelir grubu) sadece %14 iken, 3500-5000 TL gelir elde eden ailelerde bu oran %41'e yükselmektedir (Kızılot ve diğerleri, 2010, s.103). Söz konusu çalışmadaki diğer dikkat çekici bir sonuç da düşük gelir gruplarında¹⁴⁵, tüketim harcamalarının mevcut gelirden fazla olması kredi kartı kullanımının temel nedenini oluşturmaktadır (Kızılot ve diğerleri, 2010, s.102). Bu durum düşük gelirli gruplarda, kredi kartının gelirin üzerinde harcamayı desteklediğinin ve düşük gelirli grubun kredi kartı ile borçlanmaya daha açık olduğunun bir göstergesidir.

Bu çerçevede Türkiye kredi kartları piyasasına ilişkin olarak yer verilen, tüketici geliri ile kredi kartı kullanımı arasında var olan pozitif korelasyon, hane geliri arttıkça kredi kartının sunduğu olanaklar yelpazesinden faydalanma eğiliminin de artması gibi bulgular dikkate alındığında; yukarıda hesaplanan çapraz sübvansiyonun, kart kullanımının daha az olduğu düşük gelir grubundan, kart kullanımının ve ödül para/puan gibi kredi kartı avantajlarından faydalanma oranının daha yüksek olduğu yüksek gelirli gruba doğru gerçekleşen, önemsiz sayılamayacak miktarda bir fon akımı şeklinde olmasının kuvvetle muhtemel olduğu söylenebilir.

¹⁴⁴ Gelir arttıkça marjinal tüketim eğiliminin azalması da bu konuda bir etken olarak ele alınabilir. Kredi kartı ile alınabilecek olan ürünlere yönelik marjinal tüketim eğiliminin, tüketilen tüm ürünlere nispeten daha fazla azalması durumunda, yüksek gelir dilimlerinde kredi kartı ile yapılan harcamaların toplam harcamalar içindeki oranında (mutlak harcama rakamları artmasına rağmen) bir düşüş görülebilecektir.

¹⁴⁵ Bu durum özellikle hane geliri 500 TL altında olan hanelerde daha belirgindir.

Ayrıca kart kullanıcıları arasındaki çapraz sübvansiyon çerçevesinde kredi kartı ile borçlananların ve bakiye devredenlerin daha fazla maliyete katıldığı ve kart sistemine daha fazla katkı yaptığı, dolayısıyla borcunu zamanında ödeyenleri sübvansiyon etmelerinin söz konusu olabileceği çalışmanın 2. bölümde açıklanmıştır. Türkiye’de düşük gelirli gruplarda kredi kartının kart hamilinin gelirinin üzerinde harcamasını teşvik etmesi veya kolaylaştırması ve düşük gelirli grubun kredi kartı ile borçlanmaya daha açık olması da kart sistemindeki gelir dağılımını bozucu fon transferine yol açan diğer bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.4. TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİNİN GEREKLİLİĞİNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Çalışmanın bu bölümünde, ikinci bölümde ele alınan genel olarak kredi kartı piyasalarında fiyatlandırma mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçelerini oluşturabilecek sorunların, Türkiye kredi kartları piyasası için de söz konusu olup olmadığı incelenmiş ve Türkiye’de kredi kartı piyasasında fiyatlandırma mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçelerini oluşturabilecek sorunların mevcut bulunduğu ortaya konulmuştur. Diğer taraftan çalışmanın bu bölümünde çapraz sübvansiyon üzerine yapılan hesaplamalar sonucu elde edilen bulguları bu çalışmanın amacı çerçevesinde değerlendirmek gerekirse, bu bölümdeki hesaplamalar ile Türkiye’deki ilgili piyasadaki fiyatlandırma mekanizmaları neticesinde oluşan çapraz sübvansiyon potansiyelinin ortaya konulmaya çalışıldığını vurgulamak gerekebilir. Bu çerçevede var olan potansiyel ortaya konularak bu konuya kamuoyunun ve politika yapıcıların dikkatinin çekilerek, daha sağlıklı bir ödeme araçları piyasası oluşması yönünde adım atılması ve mevcut durumu daha açık ortaya koyabilecek gelecek çalışmalara yol açılması amaçlanmaktadır.

Ülkemizdeki kredi kartları piyasasının hem ihraççı hem de kabulcü tarafında yoğunlaşmış bir piyasa olduğu görülmektedir. Diğer taraftan takas işlemlerini gerçekleştiren kart kuruluşu bazında değerlendirilirse BKM’nin ilgili piyasada tekel konumunda olduğu söylenebilir. Kart markaları bazında bir yoğunlaşma değerlendirmesinde ise Visa ve MasterCard dışında önemli pazar payına sahip bir kart markasının olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan literatürde yapılmış olan çalışmalar, ülkemizde ihraççı bankalar açısından kredi kartları piyasasında borçlanma faizlerinde fiyat rekabetinin bulunmadığına ve kredi kartı borç faiz oranlarının diğer borçlanma faiz oranlarının çok üzerinde gerçekleştiğine işaret etmektedir.

Aynı zamanda çalışmamızın bu bölümünde, önceki bölümde incelenen dünya çapında dile getirilen ilgili piyasadaki fiyatlandırma mekanizmaları ile ilişkili

sorunların ve piyasa başarısızlıklarının birçoğunun Türkiye için de geçerli olduğu gösterilmiştir. Türkiye’de kredi kartları piyasasında var olan yüksek tüketici borçlanmaları ve bireysel mali sıkıntılarının, yüksek ve yapışkan faiz oranlarının, fiyat rekabeti eksikliklerinin, yüksek kârların ve gelir dağılımını bozucu etkilerin, yoğun fiyat dışı rekabetin yol açtığı kararları çarpıtıcı ve dara kaybına yol açan bazı etkilerin, işyeri komisyonu ve takas komisyonundan kaynaklanan sorunların, üye işyerleri üzerindeki sınırlamaların ve çapraz sübvansiyon çeşitlerinin varlığının bu kapsamda ilgili piyasada görülen fiyatlama mekanizmaları ile ilişkili sorunlar olarak değerlendirilmesi mümkündür. Söz konusu sorunlara büyük ölçüde ilgili piyasada yer alan piyasa başarısızlıklarının neden olduğu veya katkıda bulunduğu söylenebilir. Ayrıca piyasanın kendi işleyişine bırakıldığında söz konusu başarısızlıkları çözmediği gibi daha da artırdığı görülmektedir. Örneğin bu piyasada zaten söz konusu olan piyasa aksaklıklarının ve özellikle bilgi aksaklıklarının, piyasada faaliyet gösteren teşebbüsler tarafından piyasanın her iki tarafında da uygulanan örtülü, karışık ve şeffaf olmayan fiyatlama yöntemleri ile daha da vahim hale getirildiği görülmektedir.

Dolayısıyla ilgili piyasada fiyatlama mekanizmalarına kamu müdahalesinin gerekli olduğu savlarının haklı gerekçeleri olduğu söylenebilir. Ancak burada karşımıza, yapılacak olan bir kamu müdahalesinin etkisinin ne olacağı sorusu çıkmaktadır. Kamu müdahalesi sosyal refaha ve/veya özel kesimlerin (tüketiciler, kart kuruluşu teşebbüsler, işyerleri, düşük gelirli, yüksek gelirli, kart kullananlar veya kullanmayanlar gibi çeşitli kesimlere) refahına etkisi nasıl olacaktır? Bu çerçevede detaylı maliyet ve refah çalışmalarına ihtiyaç bulunduğu açıktır.

Diğer yandan bu noktada bazı kamu müdahale yöntemlerinin ayrı ayrı veya birlikte uygulanması halinde, sosyal refahı olumsuz etkileme ihtimali çok düşük kalırken olumlu etkilerinin gerçekleşme ihtimalinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu çerçevede bir örnek olarak, çalışmanın 2. bölümünde değerlendirilen; kart ödüllerinin sıfırlanması, rekabet politikaları ile piyasalardaki rekabetin artırılması ve işyerlerinin fiyat farklılaştırması önündeki engellerin kaldırılması gibi düzenlemelerin birlikte uygulanması şeklindeki bir kombine kamu müdahalesi seçeneğinin Türkiye için de uygun olacağı söylenebilir. Diğer yandan kredi kartları piyasasının her iki tarafındaki fiyatlamaların daha şeffaf hale getirilerek, piyasadaki karar vericilerin bilgilerinin artırılması yönündeki düzenlemelerin piyasada daha etkin kararlar alınmasına katkı sağlayacağı açıktır. Bu anlamda bu alanda piyasa mekanizmasının işleme isteniyorsa, fiyatların bilgi taşıma işlevinin önündeki engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu çerçevede kamu düzenleme alternatiflerinden olumlu etkileri açık olan ve riskleri düşük olan politikaların bir an önce hayata geçirilmesi yararlı olacaktır.

Diğer yandan kartlı ödeme sistemlerinin ve kredi kartının piyasa aktörlerine ve genel ekonomiye olumlu katkıları bulunduğunu da yadsımamak gerekir. Nitekim Vergi Konseyi tarafından üzerinde çalışılan “Kayıtlı Ekonomiye Geliştirme Strateji Belgesi” çerçevesinde, Çalışma Grubu tarafından hazırlanmış olan raporda, kartlı ödeme sistemlerinin faydaları vurgulanarak, bu sistemlerin teşvik edilmesi yönünde çeşitli öneriler getirilmektedir (Vergi Konseyi, 2011). Ancak ödeme yöntemleri piyasasında politika önerisi getirilirken yapılacak tek yönlü değerlendirmelerin yanlış sonuçlara götürebileceği unutulmamalıdır. Bir ödeme yönteminin diğer ödeme yöntemlerine göre kamu müdahalesi ile teşvik edilme kararının verilebilmesi için söz konusu ödeme yöntemlerinin tümünün sosyal/özel fayda ve maliyetlerinin detaylı olarak analiz edilmesi ve karşılaştırılması gerekmektedir. Aksi halde ödeme araçları piyasasındaki kaynak tahsisinin etkin olmayan ödeme yöntemi lehine kamu müdahalesi ile bozulması riski söz konusu olacaktır. Aynı zamanda bu şekildeki etkin olmayan bir kamu politikası piyasaya daha etkin teknolojilerin ve ödeme yöntemlerinin girişlerini engelleyici rol oynayacaktır. Bu çerçevede uygulanan kamu para ve maliye politikalarının ödeme araçları piyasasına etkisinin açık bir şekilde ortaya konulması gerekmektedir. Dolayısıyla ülkemizdeki ödeme yöntemlerinin maliyet ve faydalarına yönelik detaylı çalışmalara ihtiyaç bulunduğu görülmektedir.

Bu kapsamda ilgili piyasalarda etkin kaynak tahsisine ulaşabilmek için kamu politikaları oluşturulurken öncelikli hedef, piyasa mekanizmasının sağlıklı bir şekilde işleyebilmesinin sağlanması olmalıdır. Ülkemizdeki ödeme yöntemleri ve ödeme kartları piyasalarının yapısı ve özellikleri değerlendirildiğinde çeşitli sosyal ve özel problemlere kaynaklık eden kredi kartlarının kullanımının oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Ülkemizde kredi kartının kullanım oranı ve kullanımında yaşanan artış diğer ülkelerle karşılaştırıldığında da çok yüksek kalmaktadır (BDDK, 2010)¹⁴⁶. Ülkemizde kredi kartı kullanımının yaygınlığının arkasındaki güdüleyicilerin ise serbest piyasa ekonomisinin işleyişinden değil, tam tersine piyasadaki mevcut aksaklıklar nedeniyle piyasa mekanizmasının tam olarak işleyememesinden kaynaklandığı ve kredi kartı kullanımının yapay olarak teşvik edildiği söylenebilir. Bu çerçevede kamu düzenlemeleri ile piyasanın iki tarafındaki fiyatlamaların şeffaf olması sağlanırsa, işyerlerinin ödeme araçlarının maliyetlerini fiyatlara yansıtılmaları önündeki engeller kaldırılırsa ve maliyetleri açıkça görülemeyen kart ödül programları sınırlanırsa fiyatlara bilgi taşıma işlevi kazandırılabilir ve ödeme araçlarını kullanan tarafların kendi tercihlerinden kaynaklanan dışsallıkları içselleştirebilmeleri sağlanabilecektir. Böylece piyasa mekanizmasının daha sağlıklı işlemesi yönünde adımlar atılmış olacaktır.

¹⁴⁶ BDDK (2010, s.66-68) tarafından kredi kartı sektöründe yaşanan hızlı gelişmenin; bankaların pazar payı ve kâr stratejilerinin etkisi ve tüketicilerin harcama davranışlarındaki değişim ile ilişkilendirildiği görülmektedir.

Diğer yandan kartlı ödeme sistemleri kayıt dışılığı önleme gibi amaçlarla kullanılmak isteniyorsa, kartlı ödeme araçları arasında da maliyet ve faydalar dikkate alınarak bir ayrıştırma yapılması daha doğru bir politika yaklaşımı olacaktır. Dolayısıyla benzer faydalar sağlarken, daha az negatif dışsallıklara ve maliyetlere sahip kartlar bulunduğu dikkate alınmalıdır. Banka kartları bu anlamda kredi kartlarına göre daha az maliyetli olarak nitelenebileceği gibi, kredi kartları da kendi içinde maliyetleri açısından çeşitli gruplara ayrıştırılabilecektir. Bu doğrultuda sosyal açıdan ve tüketiciler açısından daha az maliyetli ve daha az riskli banka kartı kullanımının teşvik edilmesi görece daha fazla kazanımlar sağlayabilecektir¹⁴⁷. Dolayısıyla kredi kartının piyasa aksaklıkları neticesinde yapay olarak teşvikinin önüne geçebilmek anlamında, bir ödeme aracı olarak banka kartının kamu müdahalesi ile desteklenmesi tercih edilebilir. Böylece kredi kartına alternatif olabilecek daha etkin teknolojilerin ve ödeme mekanizmalarının gelişmesinin de önü açılacaktır¹⁴⁸.

Bu noktada kredi kartı ve ödeme yöntemleri piyasalarında uygulanacak kamu müdahalesi politikaları konusunda sosyal seçimin etkin bir şekilde işleyebilmesi için toplumun yeterince bilgilendirilmesinin ve politika uygulamaları konusundaki şeffaflığın önemini bir kez daha vurgulamak yararlı olacaktır. Bunun için öncelikle ilgili piyasadaki bilgi aksaklıklarını önlemeye yönelik düzenlemeler ve toplumu bilinçlendirici programlar gerekmektedir. Böylece piyasadaki tüm taraflar ödeme yöntemlerinin üçüncü kişilere neden olduğu dışsallıklar konusunda da bilgi sahibi olmalıdır¹⁴⁹. Yine bu çerçevede ülkemizde ödeme yöntemlerinin maliyetleri, kredi kartının takas komisyonu oranları gibi ödeme yönü ile alakalı fiyatlama unsurlarının kredi kartı borçlanmalarına ve borç faizlerine etkileri ve bu piyasadaki kamu politikası alternatiflerinin etkileri gibi alanlarda daha detaylı bilimsel çalışmalara ve politika önerilerine ihtiyaç bulunduğu açıktır. Kamu tarafından bu tür çalışmaların yapılması, yaptırılması veya teşvik edilmesi de önem arz etmektedir. Aksi halde bu tür çalışmalar baskın olarak, sadece bu piyasadaki

¹⁴⁷ Türkiye’de banka kartı gelişiminin diğer birçok ülkeye göre kredi kartının çok gerisinde kaldığı görülmektedir. Bir ödeme aracı olarak banka kartının toplam maliyet açısından, kredi kartına göre daha düşük maliyetli olduğu, negatif dışsallıklarının daha az olduğu, tasarruflar üzerindeki olumsuz etkisinin daha az olduğu ve kredi kartının borçlanma aracı olmasından kaynaklanan olumsuzluklarını taşımadığı söylenebilir.

¹⁴⁸ Bu anlamda kredi kartının borçlanma aracı olma yönüne alternatif olarak maaşa bağlı sadece bir aylık ödeme erteleyen veya sadece kısa süreli borçlanmaya imkân veren banka kartı türü mevcut fakat yaygınlaşmamış veya yeni teknolojilere dayanan mevcut olmayan ödeme araçlarının desteklenerek gelişmesi ve yaygınlaşması söz konusu olabilir.

¹⁴⁹ Özellikle tüketiciler tarafından ödeme yöntemlerinin faydaları görülürken maliyetleri konusunda tam bilginin olmaması veya toplumun dışsallıklar konusunda bilgi sahibi olmaması, kart ödül programlarına sınırlama getirilmesi gibi tüketici ve sosyal refahı artırabilecek, çapraz sübvansiyon sorunlarını azaltabilecek kamu müdahalelerinin anlaşılmasına neden olabilmektedir. Bu çerçevede bu konuda toplumun bilgilendirilmesi kamu düzenlemelerinin başarısı ve toplumun desteği için gerekmektedir.

teşebbüsler tarafından yaptırılmakta veya desteklenmekte ve neticesinde tek yönlü analizler ve değerlendirmeler ülke literatürüne hâkim olabilmektedir.

Bu çerçevede toplumun yeterli bilgiye sahip olması durumunda, toplum tercihlerini yansıtacak şekilde belirlenen ilgili kriterler çerçevesinde kamu müdahalesi politikalarının uygulanması söz konusu olabilecektir. İlgili kamu politikalarının uygulanması anlamında ise rekabet otoritesi ve sektörel düzenleyici kurumlarca işbirliği içinde bir düzenlemeye gidilmesinin daha sağlıklı ve kalıcı sonuçlar vermesi beklenir. Bu çerçevede çalışmanın sonraki bölümünde ise Türkiye’de kredi kartı piyasasında fiyatlama mekanizmalarına yönelik mevcut kamu müdahaleleri incelenerek, piyasadaki etkileri değerlendirilecektir.

4. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARINA YÖNELİK KAMU MÜDAHALELERİ

Önceki bölümde Türkiye kredi kartları piyasasına iki taraflı piyasa modeli çerçevesinde bakıldığında fiyatlama mekanizmalarıyla ilgili olarak karşımıza çıkan sorunlar değerlendirilmiş ve bu çerçevede kamu müdahalesinin haklı gerekçeleri bulunduğu ortaya konmuştur. Bu bölümde ise bu sorunlara ilişkin ülkemizde gerçekleştirilen kamu müdahale ve düzenlemelerine yer verilerek, piyasadaki etkileri değerlendirilmektedir. Kredi kartları piyasasına ilişkin kamu müdahaleleri ilgili piyasadaki sorunlar çerçevesinde, öncelikle 5464 Sayılı Kanun ve bu Kanun çerçevesindeki düzenlemeler olarak, sonrasında ise Rekabet Kurumu tarafından gerçekleştirilen kamu düzenlemeleri şeklinde iki ana başlıkta ele alınmaktadır.

4.1. 5464 SAYILI BANKA KARTLARI VE KREDİ KARTLARI KANUNU ÇERÇEVESİNDEKİ KAMU DÜZENLEMELERİ

Türkiye’de 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile birlikte kredi kartları piyasası ilk defa tüm aktörleri kapsayacak şekilde kapsamlı olarak düzenlenmiş ve özellikle tüketicileri korumaya yönelik çeşitli hükümler getirilmiştir. 5464 Sayılı Kanun yürürlüğe girmeden önce ihraççı ve kabulcü bankalar, işyerleri ve kredi kartı hamilleri arasındaki ilişkiler genellikle Borçlar Kanununa, 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna, Türkiye Bankalar Birliğinin 03.08.1990 tarih ve 924 Sayılı “Kredi Kartı Uygulamalarına İlişkin Mesleki Tanzim Kararı Tebliği” ile 25 Eylül 1996 tarih ve 998 Sayılı “Bankaların Tüketici Kredisi Uygulamasında Yükümlü Oldukları İlkeler ve Koşullar Tebliği” hükümlerine göre yürütülmüştür (Kaya, 2009, s.28). Söz konusu Kanun ile birlikte piyasa aktörleri arasındaki ilişkilerin tek çatı altında düzenlenmesi anlamında önemli bir adım atılmıştır.

5464 Sayılı Kanun öncesi süreçte yaşanan gelişmelerin bu tür bir düzenlemeyi zorunlu kıldığı söylenebilir. Özellikle ülkemizdeki 2000 ve 2001 yıllarındaki finansal krizler sonrası kredi kartları piyasasında yaşanan sıkıntılar ve kredi kartı ile borçlananların mali ve psikolojik sıkıntılara girmesinin neden olduğu toplumsal sorunlar ile birlikte kredi kartları piyasasına ilişkin tartışmalar yoğunlaşmıştır. Bu çerçevede 20.03.2003 tarihli bir BDDK duyurusunda (BDDK, 2003); uzun zamandan beri süregelen ve gün geçtikçe de artan kredi kartı ve banka kartı kullanımından doğan ilişkilerin mevcut hukuki düzenlemeler içerisindeki yerinin net olarak tespit edilememesi hususu ve sorunların çözümünde karşılaşılan zorluklar dile getirilerek, bu işlemlere ve bu işlemlerin taraflarını oluşturan kişilere ilişkin olarak yasal bir düzenleme yapma gereği çerçevesinde “Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu Tasarısı” taslağının oluşturulduğu duyurulmaktadır. Böylece söz konusu Kanun’un yasalaşma süreci başlamış ve Kanun 23.02.2006 tarihinde kabul edilerek ve 01.03.2006 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

5464 Sayılı Kanunun ihraççı bankaların kredi kartı maliyetlerini artırıcı hükümler getirdiği görülmektedir (Aysan, 2011 s.20). Bu düzenleme ile birlikte ihraççı bankaların pazarlama ve yeni müşteri kazanma maliyetleri artmıştır. Öncesinde bankalar neredeyse her yerde kart pazarlaması yapabiliyorken, 5464 Sayılı Kanun ile kart pazarlama faaliyetleri sadece banka şubeleri ile sınırlanmıştır. Kredi kartının doğrudan müşterinin eline teslim edilmesi zorunluluğu da ihraççı bankaların müşteriye ulaşma maliyetlerini artırmıştır. Diğer taraftan ihraççı bankaların mevcut müşterileri açısından da yeni düzenleme ile birlikte ilave maliyetler getirildiği veya var olan bazı gelir unsurlarının kısıtlandığı söylenebilir. Hesap özetlerine ve sözleşmelere ilişkin yükümlülükler (yazılış ve gönderme biçimleri), asgari ödeme oranının %10'dan %20'ye çıkarılması, tüketiciden alınan faiz ve ceza ücretlerinin standartlaştırılarak kurala bağlanması, kredi kartı limitlerinin kredi kartı kullanıcısının gelirine endekslenmesi¹⁵⁰, iki ay üst üste asgari ödeme tutarını ödemeyen kredi kartı kullanıcılarının kredi kartlarının kullanımının durdurulması zorunluluğu¹⁵¹ gibi hükümleri, 5464 Sayılı Kanun ile getirilen, ihraççı bankaların maliyetlerini artırıcı düzenlemeler arasında sayabiliriz. Benzer şekilde 5464 Sayılı Kanuna dayanarak çıkarılan ve 10.03.2007 tarihinde 26458 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak 01.03.2007 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere yürürlüğe giren “Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelik” de bu piyasada kart hamili tüketicileri korumaya yönelik olarak, ihraççı bankalara maliyet getiren bazı düzenlemeler getirmiştir¹⁵²:

İlgili Yönetmelikte 2010 yılında yapılan değişiklik¹⁵³ ile ödenmesi gereken asgari tutarın, kredi kartı limiti 15.000 TL'ye kadar olan kredi kartları hakkında dönem borcunun yüzde yirmi beşinden, kredi kartı limiti 15.000 - 20.000 TL arasında olan kredi kartları hakkında dönem borcunun yüzde otuzundan, kredi kartı limiti 20.000 TL ve üzerinde olan kredi kartları hakkında dönem borcunun yüzde kırkıdan ve yeni tahsis edilen kredi kartlarında kullanım başlangıcı tarihinden itibaren bir yıllık sürenin dolmasına kadar dönem borcunun yüzde kırkıdan aşağı olamayacağı hüküm altına alınmıştır¹⁵⁴. Yine 2010 yılında yapılan ve yayımı tarihinden (17.12.2010) itibaren 6 ay sonra yürürlüğe giren bir değişiklikle, bir takvim yılı içerisinde en fazla üç defa, dönem borcunun yüzde ellisine kadar ödeme yapılan kredi kartlarının limitlerinin, dönem borcunun

¹⁵⁰ Bu hüküm mevcut kredi kartı müşterilerine uygulanmadığı için özellikle kredi kartı pazarında büyük paya sahip bankaları fazla etkilememiştir (Aysan, 2011, s.20).

¹⁵¹ Aysan, (2011, s.21) 5464 Sayılı Kanunu'ndaki bu tür maddeler sayesinde Türkiye'nin son yıllardaki küresel krizi daha önceki krizlere kıyasla çok daha az sosyal sorunlar yasayarak atlattığını savunmaktadır.

¹⁵² Yönetmelikle ilgili basın açıklaması için bakınız: BDDK'nın 16.03.2007 tarihli duyurusu (BDDK, 2007).

¹⁵³ 17.12.2010 tarih ve 27788 sayılı Resmî Gazete

¹⁵⁴ Söz konusu asgari ödeme oranlarına ilişkin olarak bir intibak süreci öngörüldüğü görülmektedir (m.28/A).

tamamının ödenmesine kadar arttırılmayacağı ve bu tür kartların nakit kullanımına kapatılacağı belirlenmiştir. Söz konusu Yönetmelik değişikliklerinde kart borçlusu sayısında yaşanan artışın ve BDDK tarafından söz konusu borçların kart hamillerinin ödemesi mümkün olmayan düzeylere çıktığının (bu borçluların önemli bir kısmının sadece asgari tutarı ödemesi nedeniyle) tespit edilmesinin etkili olduğu o dönemde çıkan gazete haberlerinde yer almıştır (Habertürk, 26 Eylül 2011)¹⁵⁵.

5464 Sayılı Kanun ve ilgili yönetmelikler ile getirilen düzenlemeler değerlendirildiğinde genel olarak kapsamlı ve piyasadaki tüm tarafları ve aralarındaki ilişkileri kapsayan düzenlemelerin getirildiği, özellikle tüketicileri kredi kartı borçları dolayısıyla mali sıkıntı ve iflaslara karşı koruyucu önlemlerin getirildiği görülmektedir. Ancak diğer taraftan bu piyasanın önemli bir unsuru olan takas komisyonu gibi fiyatlama mekanizmaları konusunda bir netlik sağlanmadığı, ayrıca kart kuruluşları ve bankalarca üye işyerlerine getirilen kısıtlamalar konusunda düzenleme olmadığı gibi, Kanun'un kendisinin işyerlerine orantısız kısıtlamalar getirdiği görülmektedir¹⁵⁶. Ayrıca söz konusu düzenlemelerde kredi kartının borçlanma aracı olma yönüne yoğunlaşılırken, ödeme aracı olma yönüne fazla önem verilmediği belirtilebilir. Nitekim bu düzenlemelerde kredi kartının ödeme aracı olma yönündeki şeffaf olmayan ve örtülü fiyatlamalar, dışsallıklar, tüketici algı bozuklukları, tüketicileri ödeme yönteminin maliyet ve faydalarına göre karar vermekten uzaklaştıran fiyat dışı unsurlarda rekabet gibi hususlara yönelik hüküm ve değerlendirmelerin bulunmayışı, bu duruma işaret etmektedir. Bu çerçevede bu düzenlemelerde kredi kartının ödeme fonksiyonu ile borçlanma fonksiyonu arasındaki ilişkinin ve etkileşimin dikkate alınmadığı söylenebilecektir. Bu doğrultuda söz konusu düzenlemelerde bir taraftan kredi kartı borçlanmalarından kaynaklanan sorunlar önemsenirken ve bunlara yoğunlaşılırken, diğer taraftan aşırı kart harcamalarının borçlanma sorunlarına yol açabildiği hususunun yeterince değerlendirilmediği yorumu yapılabilecektir.

Diğer yandan söz konusu düzenlemelerde piyasanın işyeri tarafının ihmal edilerek, aslında piyasanın iki taraflı yapısının dikkate alınmadığı söylenebilir. İlgili düzenlemelerde; işyeri tarafındaki fiyatlama unsurlarına değinilmemesi, kart kuruluşları tarafından işyerlerine getirilen sınırlamaların değerlendirilmemesi ve işyeri tarafının korunmaması gibi eksikliklerin,

¹⁵⁵ Habertürk gazetesinin haberinin son kısmı şu şekildedir (Habertürk, 26 Eylül 2011): *“BDDK'nın kararı alırken ABD ve Avrupa'da yaşanan krizin nedenlerinden olan bireylerin yüksek borçluluk oranını gözetmediği belirtiliyor. Bunun için uluslararası kabul görmüş olan, kişilerin harcanabilir gelirinin yüzde 30'u kadar borçlanabilmesi kuralını uyguladığı ifade edilmektedir. Kararın uygulamaya geçmesinin ardından bankaların bundan 10 milyonu aşkın kişinin etkilenebileceğini belirtip kararın esnetilmesi veya sürenin uzatılması yönünde istekte bulunduğu ancak BDDK'nın Kurul toplantısında talepleri reddettiği öğrenildi.”*

¹⁵⁶ Kanununun 17. maddesinde yer alan; işyerlerinin belirli işlemlerde kart kabul etmelerinin ve kredi kartı kullananlara ilave ödeme uygulamalarının yasaklanmasına yönelik hükümler gibi.

piyasanın diğ er taraf ı olan kart hamillerine ve tüketicilere yans ıyacağ ının değerlendirilmediğ i görülmektedir. Bu kapsamda özellikle kart kuruluş larınca, karı art ırılmak amaçlı ş eفاف olmayan fiyatlam a yöntemleri ile iş yerlerinin aş ırı fiyatlanarak, tüketicilerin kart kullanım ının aş ırı teş vik edildiğ i hususu dikkate alınmamakla; bir taraftan kredi kartının ödeme aracı yönündeki sorunlar ihmal edilirken, diğ er taraftan kredi kartı harcamalarına paralel olarak borçlanmalarda meydana gelebilecek artış lar ve borçlanma yönündeki sorunlar da göz ard ı edilmektedir.

Bu noktada Rekabet Kurumu tarafından ‐Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu Tasarısı Taslağ ı” ve ‐Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelik” hakkında hazırlanan görüş lere değ inmek faydalı olacaktır. Bu çerçevede ‐Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu Tasarısı Taslağ ı” hakkındaki 10.03.2005 tarihli Rekabet Kurumu görüş yazısında¹⁵⁷ yer alan temel hususlardan; ilave ödeme yasağ ı kuralının kaldırılması, sisteme giriş le ilgili açık düzenleme yapılması, takas sisteminin iş leyiş inde takas komisyonu oranlarının BDDK tarafından düzenlenmesine dair açık bir yetkinin tanınması yönündeki Rekabet Kurumu görüş lerinin, 5464 Sayılı Kanun’un yasalaş ması aş amasında, kabul görmediğ i görülmektedir.

Ayrıca ‐Banka ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelik Taslağ ı”na yönelik 24.01.2007 tarihli Rekabet Kurumu görüş yazısında¹⁵⁸ yer verilen temel hususlar ise ş unlardır:

5464 Sayılı Kanun’un 29. maddesinde getirilen düzenleme ile bilgi alış veriş i, takas ve mahsup iş lemlerini gerçekleşt irecek kuruluş ların faaliyet usul ve esasları, üyelik şartları ile gözetim ve denetime ilişkin hususların Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasının görüş ü alınmak suretiyle BDDK tarafından yönetmelikle düzenleneceğ i ifadesine atıfta bulunularak, mevcut taslakta üyeliğ e giriş , faaliyet şartları, gözetim ve denetime ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmaması eleştirilmiş ve bu konuda bir düzenleme yapılmaması halinde, yapısal sorunların giderilmesi imkânı olmayacağ ı, bu konular ayrı bir düzenlemeye tabi tutulacaksa bu durumun amaç, kapsam veya dayanak maddelerinde açıkça yer verilerek, konuya hukuki belirlilik kazandırılmasının uygun olacağ ı görüş ü iletilmiş tir.

Eğer farklı bir yönetmelik çıkarılmayacaksa mevcut Taslağ a, takas komisyonu formülünün kendisinin eklenmesi ve bu formüle dayanak olan kalemlerin belirtilmesi, bu kalemlerdeki verilerin bankalarca ne şekilde sağ lanacağ ı ve bu verilerin doç ruluğ unun ne şekilde denetleneceğ ine dair hükümler konulması önerilmektedir.

¹⁵⁷ Rekabet Kurumu ağ adresi: <http://www.rekabet.gov.tr/dosyalar/gorusler/gorus31.pdf>. Eriş im: 08 Eylül 2011.

¹⁵⁸ Rekabet Kurumu ağ adresi: <http://www.rekabet.gov.tr/dosyalar/gorusler/gorus1.pdf>. Eriş im: 8 Eylül 2011.

Ancak yürürlüğe giren Yönetmelikte Rekabet Kurulu görüşü çerçevesinde bir değişikliğe gidilmemiş ve bilgi alışverişi, takas ve mahsup işlemlerini gerçekleştirecek kuruluşların faaliyet usul ve esasları, üyelik şartları ile gözetim ve denetime ilişkin ayrı bir yönetmelik de henüz çıkartılmamıştır. Bu doğrultuda BDDK'nın bu konularda bir düzenleme yapma hususunda istekli olmadığı söylenilebilir. Dolayısıyla 5464 Sayılı Kanunun gerekçesinde yasal düzenlemenin amacı, kartlı ödeme sistemlerinde rekabeti tesis etmek ve sistemin verimli çalışmasını sağlamak olarak belirtilirken, yasa hazırlanırken ödeme sistemlerine rekabetçi bir bakış açısıyla bakılmadığı gibi, Rekabet Kurumu görüşlerinin de göz ardı edildiği görülmektedir.

4.2. REKABET KURUMU MÜDAHALELERİ

Kredi kartları piyasası ile ilgili olarak Rekabet Kurulunun çeşitli konularda¹⁵⁹ çok sayıda kararı bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada bu piyasanın iki taraflı piyasa olarak değerlendirilmesi çerçevesinde, takas komisyonu ve işyeri kısıtlamalarına ilişkin düzenlemelere değinilecektir. Bu çerçevede öncelikle çok taraflı takas komisyonlarına ilişkin Rekabet Kurulu kararlarına değinilecektir. Söz konusu kararlarda yasal ilave ödeme yasağı konusunda da girişimlerde bulunduğu görülmektedir. Sonrasında ise TKK kuralı uygulamasına yönelik olarak Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan “Tüm Kartları Kabul Kuralına İlişkin Sektör Araştırması Raporu” incelenecektir.

4.2.1. Kredi Kartları Piyasasındaki Çok Taraflı Takas Komisyonu Konusundaki Rekabet Kurulu Kararları

Türkiye’de kredi kartları piyasasındaki çok taraflı takas komisyonunun, 2003 yılından itibaren Rekabet Kurumu incelemelerine konu olduğu ve 2005 yılından itibaren BKM tarafından belirlenen ortak takas komisyonuna muafiyet verilebilmesinin, maliyetler bazında belirli şartlara bağlandığı görülmektedir. Ancak Rekabet Kurulu kararlarında, maliyete müdahale şeklinde bir düzenlemenin rekabet hukuku çerçevesinde yapılmasının Rekabet Kurumunun politikaları ile uyumunun tartışmalı olduğunu, söz konusu piyasada düzenleyici rolü bulunan kurumların bu görevi yerine getirmesinin daha uygun olacağı belirtilmektedir. Diğer yandan Rekabet Kurumunun takas komisyon oranlarında şeffaflık ve veri güvenliği anlamında da bazı düzenlemelerinin bulunduğu, ayrıca bu pazardaki düzenleme ve denetimler konusunda ve işyerleri üzerindeki yasal kısıtlamaların kaldırılması ile ilgili olarak çeşitli kamu kurumlarına görüş yazıları gönderildiği anlaşılmaktadır. Aşağıda ilgili Rekabet Kurulu Kararlarında önemli görülen noktalar ve ulaşılan sonuçlar kısaca yer almaktadır:

¹⁵⁹ Farklı konulardaki rekabet ihlalleri iddiaları, işbirliği anlaşmaları, ortak kartlar, birleşme devralmalar, çeşitli konularda menfi tespit/muafiyete ilişkin başvurular gibi.

▪ **01.07.2005 Tarih ve 05–43/602–153 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı**

Türkiye Akaryakıt Bayileri Petrol ve Gaz Şirketleri İşveren Sendikası (TABGIS) tarafından takas komisyonu oranlarının BKM bünyesinde bir araya gelen bankalarca belirlenmesinin 4054 Sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası üzerine, BKM hakkında açılan soruşturma sonucunda söz konusu karar alınmıştır. Soruşturma evresi içinde 15.01.2004 tarihinde BKM tarafından bir muafiyet başvurusu yapılmış olup, bu başvurunun soruşturma çerçevesinde değerlendirildiği görülmektedir. Bu karar iki taraflı bir piyasa olarak kredi kartı pazarının detaylı irdelenmesi ve Rekabet Kurulunun takas komisyonunun birlikte belirlenmesini rekabet hukuku açısından nasıl değerlendirdiğini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Söz konusu kararda ilgili ürün pazarı "*kredi kartı ile ödeme hizmetleri pazarı*" şeklinde tanımlanmıştır.

Kararda o tarihe kadar BKM tarafından, takas komisyonları oluşturmak için maliyet bazlı bir yöntem oluşturulması yönünde çalışmalar yapılmasına rağmen, bu çalışmaların önceden yazılı olarak belirlenmiş bir prosedürü izleyerek yapılmadığı tespiti yer almaktadır (s. 26). 2000–2004 yılları arasında kart ihraççılık pazarında elde edilen kâr oranlarının rekabetçi bir pazara göre yüksek kaldığı belirtilirken, aynı bankaların kabulcülük faaliyetlerinden giderek zarar ettiklerinin görüldüğü ifade edilmektedir. Bu bağlamda kararda yer alan ihraççılık tarafının takas komisyonu aracılığıyla desteklenerek bu yolla kredi kartı kullanımının artırılmaya çalışıldığı yolundaki tespitler önemlidir (s. 27). Öte yandan ihraççı banka tarafından operasyonel maliyetlerin takas komisyonu aracılığıyla kabulcü bankalara ve dolayısıyla üye işyerlerine yansıtıldığı belirtilmekte ve bu maliyetin önemli bir kısmı olan ve kart hamilinin aczinden kaynaklanan batakla ilgili maliyetin takas komisyonundan çıkartılması ve böylece üye işyerlerinden bankalara yapılan haksız bir gelir transferinin önüne geçilmesi gerektiği ifade edilmektedir (s. 28, 31). Ayrıca kararda yüksek takas komisyonları ile elde edilen gelirlerin, sistemin aşırı kullanımı için kart hamillerine bonus - puan gibi yöntemlerle teşvik olarak sunulabileceği ve bu şekilde belirlenen takas komisyonu oranının, kart kullanan tüketicilere bu teşvikler yoluyla fayda sağlarken yüksek işyeri komisyonlarının perakende fiyatlara yansıtılmasıyla tüm tüketicilere yüksek fiyatlar yoluyla zarar vereceğinden sosyal refahı optimize etmeyeceği vurgulanmaktadır (s. 38–39).

Bir kartlı ödeme ağının kuruluş aşamasında ağ belirli bir büyüklüğe erişinceye kadar ağa katılımdan zarar görecektir olan tarafın (kart hamili) teşvik edilmesi gerekebileceği, takas komisyonunun asıl fonksiyonunun da, uygunluk aşamasına ulaşmamış bir kartlı ödeme sisteminin büyümesi için üye işyerlerinden kart hamillerine bir gelir transferi yapmak olduğu tespitleri ile Kurulun kredi kartları pazarını iki taraflı bir pazar olarak değerlendirdiği ve bu doğrultuda fiyatlama stratejileri ile ağ belli bir büyüklüğe ulaşana kadar bir tarafı desteklemenin (pazarı büyütmek ve ağın belli bir değere ulaşmasını sağlamak açısından) makul olduğunu değerlendirdiği görülmektedir (s.29).

Ayrıca kararda BKM tarafından takas komisyonunun belirlenmesinde kullanılacak olan maliyet kalemlerinin hesabında kullanılan parametrelerin doğruluğunun teyit edilmemiş olduğu, bu çalışmanın yetkili bir kamu kuruluşu veya özel mali danışmanlık kuruluşu tarafından yapılmasının, sağlıklı bir takas komisyonu hesaplaması için büyük önemi haiz olduğu ifadelerine yer verilmektedir (s. 31). Öte yandan kararda takas komisyonu oranının BKM tarafından belirlenmesi, kartlı ödeme sistemlerinin işleyebilmesi için bir zorunluluk ve alternatifi olmayan bir uygulama olarak değerlendirilmemekte, bankaların ikili anlaşmalarla bu oranı belirleyebileceği, hatta takas komisyonu olmadan da bu tür bir sistemin işleyebileceği belirtilmektedir (s. 37).

Savunmalarda yer alan Rekabet Kurumunun fiyat regülâtörü şeklinde hareket ettiği iddialarına yönelik olarak kararda, Kurumun fiyat regülâtörü olarak hareket etmediği, rakip teşebbüsler arasında bir anlaşma niteliğinde olan çok taraflı takas komisyonu tespitinin muafiyet koşullarını belirleyerek, mevcut düzenleme boşluğundan da faydalanan banka/kuruluşların BKM bünyesinde bir araya gelerek kart kullanımını ve kart hamillerine sunulan çeşitli avantajları sübvansedecek şekilde fiyat belirlemesine engel olmayı amaçladığı ve Avrupa Komisyonu uygulamasının da bu paralelde olduğu belirtilmektedir (s. 38).

Ayrıca söz konusu kararda BKM tarafından takas komisyonunun tespitinde kullanılacak fonlama maliyetinin hesabında TRLİBOR oranının kullanılması önerisine karşı, paranın maliyetini yansıtan, belli bir piyasa derinliğine sahip TCMB gecelik faizleri gibi önceden de kullanılan bir göstergenin kullanılması gerektiği ifade edilmektedir (s. 39). Kararda, BKM tarafından takas komisyonlarının belirlenmesine dair alınan kararların teşebbüs birliği kararı niteliğinde olduğu ve ilgili pazarda maliyet ve fiyat olarak kabul edilebilecek olan takas komisyonunun rakip teşebbüslerce birlikte belirlenmiş olmasının, 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesi ile yasaklanan faaliyetler kapsamında olduğu belirtilmektedir (s. 40–41). Kararın sonuç kısmında bu nedenle BKM'ye para cezası verildiği, ancak söz konusu cezanın verilebilecek asgari ceza miktarı şeklinde tespit edildiği görülmektedir.

Ayrıca kararda, BKM tarafından uygulanan formülde bazı değişikliklerin yapılması halinde, o tarihten itibaren 2 yıllığına¹⁶⁰ ortak takas komisyonu uygulamasına Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet tanınabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Öngörülen söz konusu değişiklikler; fonlama maliyetinin hesaplanmasında TCMB tarafından belirlenen gecelik faiz oranının esas alınması ve operasyonel maliyetler kaleminden batak maliyeti unsurunun çıkarılması şeklinde belirtilebilir (s. 44).

¹⁶⁰ Kararın sonuç kısmı öncesindeki paragrafında, iki yıllık sürenin bir geçiş dönemi olduğu ve bu dönem içerisinde, bankalardan anket usulünde alınan veriler yerine bağımsız denetimden geçmiş maliyet verilerinin bulunması ile gerçek operasyonel maliyetlerin ve gerçek fonlama miktarının belirleneceği bir çalışma yapılması ve muafiyet süresi sonunda yeni bir değerlendirmeye tabi tutulması gerektiği ifadeleri yer almaktadır (s. 43).

Kararın sonuç kısmında ayrıca;

“Kredi kartı ile ödemeler sisteminin düzenli işleyişi ile ilgili olarak Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu’na, hazırlanan “Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu” tasarısında kredi kartı sisteminin işleyişi ile ilgili düzenleme ve denetleme yapma yetkisinin kendilerine tanınması gerektiğine dair bir Rekabet Kurulu görüşünün, Kanun’un 27 (g) ve 30 (f) maddeleri uyarınca gönderilmesi”

ifadeleri yer almaktadır. Buradan Rekabet Kurulunun bu alanda BDDK’nın yetkili olması gerektiğini düşündüğünü ve gerekli düzenleme ve denetlemelerin bu kurum tarafından yapılması yolunda bir girişimde bulunduğunu söyleyebiliriz. Rekabet Kurulunun ayrıca T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’na, 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 4822 Sayılı Kanun’la değişik 10/A maddesinde yer alan “mal veya hizmetin kredi kartı ile satın alındığı durumlarda satıcı veya sağlayıcı tüketiciden komisyon veya benzeri bir isim altında ilave ödemede bulunmasını isteyemez”, seklindeki hükmün kaldırılmasına dair Rekabet Kurulu görüşü gönderilmesine karar verdiği görülmektedir. Kurul böylece işyerlerinin kredi kartı kullananlardan ilave ödeme isteyebilmesinin, dolayısıyla tüketicilerin kredi kartı maliyetlerini görebilmelerinin, önündeki yasal engellerin kaldırılması yönünde girişimde bulunmuştur.

Rekabet Kurulu söz konusu kararı ile Türkiye kredi kartı pazarının detaylı bir incelemesini yaparken, takas komisyonu ve iki taraflı pazar ilişkisine bakış açısını ortaya koymuş ve bu alanda önemli sayılabilecek düzenlemelere imza atmıştır. Kurulun bir taraftan kredi kartı sisteminin işleyişinden tüm tarafların adil bir şekilde faydalanması ve maliyetlere katlanmasını sağlayacak bir takas komisyonunun belirlenmesi arayışında olduğu görülürken, diğer taraftan pazarın rekabetçi bir şekilde işleyişine ilişkin yasal engellerin kaldırılması ve denetlenmesi konusunda kamu kurumları bünyesinde girişimler başlattığı görülmektedir.

BKM, 08.11.2005 tarihinde söz konusu kararda öngörülen takas komisyonu oranında gerekli değişiklikleri yaparak Rekabet Kurumuna başvuruda bulunmuştur. BKM, Kurul tarafından getirilen şartların yerine getirilmesi için yapılanların yanı sıra, Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi’nin formül uyarınca belirlenen takas komisyonu oranına eklenmesi talebine de yer vermiştir¹⁶¹. Rekabet Kurumu tarafından yapılan inceleme sonucunda, gerekli şartların yerine getirildiğinin saptanması ve takas komisyonuna eklenen son maliyet kaleminin bir problem teşkil etmemesi üzerine, Rekabet Kurulunun 04.01.2006 tarih ve 06-01/9-4 sayılı Kararı ile ortak takas komisyonu

¹⁶¹ Söz konusu açıklamalar 17.01.2008 tarih ve 08-06/63-20 sayılı Kurul Kararı metninde yer almaktadır (s. 7).

uygulamasına 08.11.2005 tarihinden itibaren iki yıl süre ile muafiyet tanınmasına karar verilmiştir.

Rekabet Kurulu tarafından; çok taraflı takas komisyonu oranının belirlenmesi işlemine yönelik olarak muafiyetin iki yıl süre ile sınırlandırılması, düzenleyici kurumlar tarafından bu sistemin denetleneceği öngörüsüne dayandığı ve ilgili kurumlara görüş yazıları gönderildiği ancak söz konusu sürede “Takas Komisyonu” sisteminin işleyişinin denetimi hakkında düzenleme yapılmadığı ve o dönem söz konusu kararın alınmasına yönelik öngörünün gerçekleşmediği bir başka Kurul kararında belirtilmektedir¹⁶².

▪ 17.01.2008 Tarih ve 08–06/63–20 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı

BKM, kredi kartlarına ilişkin ortak takas komisyonu oranı belirlenmesine Rekabet Kurulu tarafından 2005 yılından itibaren iki yıl süre ile verilen muafiyetin, süresiz olarak uzatılması talebi ile 05.09.2007 tarihinde Rekabet Kurumuna başvuruda bulunmuştur. Bu bağlamda gerçekleştirilen muafiyet incelemesi sonrasında söz konusu Karar alınmıştır. Bu kararda BKM ve BKM üyesi bankaların yanında tüketici dernekleri ve bazı ticaret odalarının konuya ilişkin görüşleri ile ilgili düzenleyici kurumların (TCMB ve BDDK) takas oranlarının belirlenmesine ilişkin herhangi bir düzenleme ve denetleme çalışmasının yapıp yapılmadığına ilişkin görüşlerine yer verilmektedir (s. 8–11). Ayrıca söz konusu Kararda takas komisyonuna bu aşamada muafiyet tanınması bakımından, genel olarak tüketicilerin ve dosya özelinde üye işyerlerinin rekabet sınırlamasından en az zarar görmesi için, o an itibarıyla uygulanmakta olan takas komisyonu oranının BKM’nin internet sitesinde kamuoyuna duyurulması şartının getirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir (s. 20).

Kararda ayrıca verilerin güvenliğinin kamu denetimi ile veya bağımsız denetim ile sağlanabilmesi durumunda süresiz muafiyet verilebilmesinin mümkün olabileceğinden bahsedilmektedir (s. 21). Nihai olarak kararda ortak takas komisyonu belirlenmesine, belirli koşulların sağlanması halinde 15.04.2009 tarihine kadar bireysel muafiyet verilebileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Bireysel muafiyet tanınabilmesi için BKM tarafından uygulanmakta olan formülde; fonlama maliyeti bölümünde kullanılan fonlama gün sayısının hesabında ödeme günleri bölümünün azami 10 gün olarak hesaplanması ve formül sonucunda oluşan toplam oranın BKM’nin internet sayfasında yayınlanması koşulları getirilmektedir. Kurul Kararında belirtilen şartların yerine getirildiği, Kurulun 02.04.2008 tarih ve 08–27/311-MB sayılı toplantısında tespit edilmiştir.

¹⁶² 17.01.2008 tarih ve 08–06/63–20 sayılı Kurul Kararı (s. 20).

▪ 19.08.2009 Tarih ve 09–36/904–216 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı

BKM'nin 10.02.2009 tarihinde Rekabet Kurumuna kredi kartlarına ilişkin ortak takas komisyonu oranı belirlenmesine yönelik olarak süresiz muafiyet talebi ile başvurması sonucunda, muafiyet incelemesi yapılarak söz konusu karar alınmıştır. BKM başvurusunda aynı zamanda, takas komisyon oranı hesaplanmasında kullanılan TCMB gecelik borç alma faiz oranı yerine, TCMB gecelik borç verme faiz oranının kullanılmasına ve *Visa* ve *MasterCard* işlem ücretlerinin takas komisyon oranlarına yansıtılmasına izin verilmesini talep etmiştir. Söz konusu kararda bu konulara yoğunlaştığı görülmektedir.

Kararda faiz oranının talep edildiği şekilde değiştirilmesi durumunda fonlama maliyetinin 0.19 puan artacağı ve bunun 2008 yılı için takas maliyetlerinin farazi olarak 140 milyon TL artması anlamına geleceği ve bu doğrultuda takas oranında yukarı yönlü bir değişime yol açacak taleplerin dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerektiği belirtilmektedir (s. 5). Bu bağlamda esas alınacak faiz oranının i) gerçekçi olması, ii) sürekli olması ve iii) derinliği olan bir piyasada belirleniyor olması gerektiği ifade edilmektedir (s. 5). Bu çerçevede yapılan değerlendirmeler sonucunda İMKB repo-ters repo piyasasında oluşan günlük faiz oranının¹⁶³, fonlama maliyetinin hesabında kullanılmasının uygun görüldüğü kararda yer almıştır (s.12).

Ayrıca ilgili kararda, dünya genelinde takas komisyonuna kamu düzenleyicilerinin yaklaşımlarının zaman içerisinde katılaşmakta olduğu şeklinde bir değerlendirmeye de yer verilmektedir (s. 21). Dünya genelinde çeşitli ülke uygulamalarına değinilmesinin ardından kararda; Rekabet Kurumunun bu alandaki düzenleyici rolünün tartışıldığı ve bu sektördeki diğer düzenleyici kurumların bu alandaki kamu düzenlemesi sorumluluklarına işaret eden aşağıdaki ifadeler dikkat çekicidir (s.24):

“Ancak burada Rekabet Kurumu gibi temel görevi serbest piyasa düzeninin en önemli unsuru rekabeti korumak olan, bir diğer ifade ile serbest piyasa düzenini korumak olan kurumların, maliyete müdahale etmesinin, rekabet politikasıyla ne derece örtüştüğü sorusu akla gelmektedir. Zira rekabet otoritelerinin maliyete doğrudan müdahale etmesinin bir rekabet hukuku “tedbir”i olamayacağı, bu nedenle kamu menfaati adına takas komisyonunun belirlenmesi, bütünüyle kar amacı güden kuruluşlara bırakılmayacaksa da, düzenleme görevini üstlenecek otoritenin rekabet otoritesi olmaması gerektiği açıktır. Bunun yerine daha çok düzenleyici rolü bulunan BDDK ve

¹⁶³ TCMB tarafından Rekabet Kurumuna gönderilen görüşte de bankaların borçlanma maliyetini en iyi şekilde yansıtabilecek faiz oranının İMKB Repo-Ters Repo piyasasında oluşan ortalama gecelik faiz oranları olduğu değerlendirilmiştir (09–36/904–216 sayılı Kurul Kararı, s. 7).

TCMB gibi kurumların bu görevi yerine getirmesinin daha uygun olduğu değerlendirilebilir.

Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, genel olarak ekonomiye ve kartlı ödeme sistemleri rekabetine önemli etkileri olan kredi kartı takas komisyonlarının ülkemizde henüz fiilen herhangi bir denetim ve düzenlemeye tabi olmadığı, dünya uygulamalarında da gerek rekabet otoritelerince gerekse düzenleyici kuruluşlarca konunun giderek daha çok titizlikle incelendiği ve artık daha sıkı tedbirler getirildiği dikkate alındığında BKM'nin takas komisyonu oranlarının üye bankalarca ortaklaşa belirlenmesi uygulamasına suresiz bir muafiyet verilmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.”

Kararın sonuç kısmında, ortak takas komisyonu belirlenmesine, bazı koşulların sağlanması halinde, 3 yıl için bireysel muafiyet tanınabileceğine hükmedilmiştir. Bu koşullar; BKM tarafından uygulanmakta olan formülde fonlama maliyeti bölümünde kullanılacak faizin, İMKB repo-ters repo piyasasında oluşan günlük faiz oranının esas alınarak hesaplanacağı şeklinde belirtilirken, diğer yandan Bildirim Formunda talep edilen, fonlama maliyetlerinde TCMB borç alma faizi yerine TCMB borç verme faiz oranının uygulanması ve Visa/MasterCard logo maliyetlerinin takas komisyonu formülüne dâhil edilmesi durumunda bu koşulların gerçekleşmeyeceği ifade edilmektedir. Bunların yanında, BKM yetkililerince, bağımsız denetim prosedürlerinin, veri güvenilirliğini sağlayacak ve (ihraççı bankaların not on-us işlemlerdeki cirosu ile hesaplanan) pazarın en az %80'ine sahip bankaları kapsayarak bankalar arasında hesaplama standardizasyonu oluşturacak şekilde yeniden düzenlenmesine ve 3 ay içerisinde tevsik edilmesine, ayrıca, formüle sağlanan verilerin yeni bağımsız denetim prosedürleri çerçevesinde her yıl düzenli olarak bağımsız denetimden geçirilmesine ve söz konusu bağımsız denetim raporlarının da Rekabet Kurumuna gönderilmesine karar verilmiştir.

4.2.2. Tüm Kartları Kabul Kuralına İlişkin Sektör Araştırması Raporu

Rekabet Kurulunun 09.12.2009 tarih ve 09-58 sayılı toplantısında görüşülen, Rekabet Kurumu 4. Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan “Tüm Kartları Kabul Kuralına İlişkin Sektör Araştırması Raporu” (Rekabet Kurumu, 2009), Türkiye’de TKK kuralının ne şekilde uygulandığını ve Rekabet Kurumunun bu konudaki yaklaşımını göstermektedir. Söz konusu Rapora göre; ülkemizde TKK kuralına ilişkin uygulamalar 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu’ndan kaynaklanmamakta olup, uygulanmakta olan TKK kuralının, kartlı sistem kuruluşlarının uluslararası kuralları ve bankaların üye işyerleri ile akdettiği sözleşmeler olmak üzere iki ayrı kaynağı bulunmaktadır.

Diğer yandan söz konusu Raporda kartlı sistem kuruluşlarının uluslararası kurallarından kaynaklanan TKK kuralı, mevcut haliyle kartlı ödeme sistemlerinin isleyişi için gerekli ve makul olması nedeniyle 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddesi kapsamında ihlal olarak değerlendirilmemiştir.

Söz konusu Raporda bankaların üye işyerleri ile akdettiği dikey nitelikli sözleşmelerden kaynaklanan TKK kuralının ise rekabeti sınırlayıcı etkilere sahip olması nedeniyle 4054 Sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilebileceği belirtilmekle birlikte,

“bu aşamada TKK kuralının doğurduğu rekabetçi kaygıların giderilmesine yönelik olarak Visa ve Mastercard'da; Türkiye'de faaliyet gösteren bankalara, ilgili ticaret odalarına iletilmek üzere TOBB'a, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonuna ve ilgili tüketici derneklerine yazı yazılmasının da benimsenebileceği”

belirtilmektedir. Bu kapsamda Rekabet Kurumu tarafından ticaret odalarına gönderilen görüş yazısının örneği Eskişehir ve Ordu Ticaret Odalarının internet sayfalarında görülebilmektedir¹⁶⁴. Söz konusu görüşte özellikle işyerlerinin, sadece banka kartını veya sadece kredi kartını, birbirinden bağımsız olarak, kabul edip etmeme konusunda serbest oldukları vurgulanarak, işyerlerinin bu konuda bilgilendirilmeleri gereğine dikkat çekilmektedir.

4.3. REKABET KURUMU MÜDAHALESİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME

Çalışmanın önceki kısımlarında Türkiye'de ödeme aracı olarak kredi kartı piyasasındaki fiyatlama mekanizmalarına kamu müdahalesinin haklı gerekçelerinin bulunduğu ortaya konularak, mevcut kamu düzenlemeleri incelenmiştir. Bu çerçevede Türkiye'de kredi kartı piyasasındaki ödeme aracı olma yönüyle fiyatlama mekanizması araçlarına yönelik olarak, belirgin tek kamu müdahalesinin Rekabet Kurumunun takas komisyonuna ilişkin düzenlemesi olduğu söylenebilir. Ancak sonrasında söz konusu kamu müdahalesinin piyasadaki etkisi konusunda Rekabet Kurumu tarafından herhangi bir değerlendirme yapılmamıştır. Söz konusu müdahalenin etkisine yönelik yapılacak bilimsel çalışmalar, ilgili piyasadaki kamu müdahalelerinin değerlendirilmesi konusunda ışık tutabilecektir. Bu bağlamda tezin bu kısmında yapılan çalışmanın temel amacı kredi kartı takas komisyonuna yönelik Rekabet Kurumu müdahalesinin, piyasanın kart hamili tarafındaki talep yapısı üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Bu çerçevede Türkiye'de kredi kartları

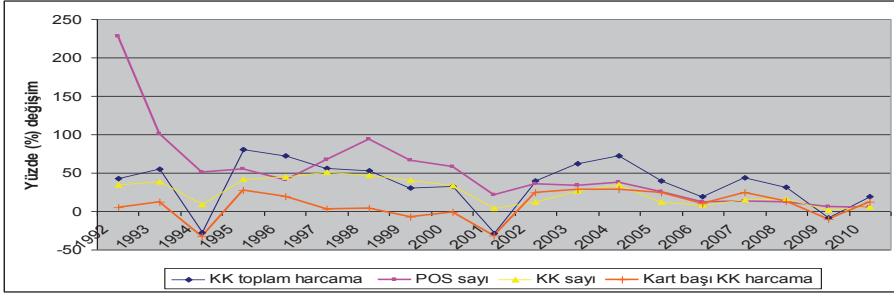
¹⁶⁴ Bakınız: Eskişehir Ticaret Odası ağ sitesi: <http://www.etonet.org.tr/etoyeni/download/REKABETKURUMU.pdf>. Erişim: 12 Aralık 2011 ve Ordu Ticaret Odası ağ sitesi: http://www.otso.org.tr/yazdir_haber_199.html. Erişim: 12 Aralık 2011.

piyasasının kart hamili tarafındaki talebin göstergeleri olarak alınabilecek bazı büyüklüklerin büyüme oranlarında, Rekabet Kurumu müdahalesi döneminde anlamlı bir değişiklik olup olmadığı ve söz konusu değişikliğin önceki yıllardaki trend ile ilişkisi test edilmeye çalışılmaktadır.

Yukarıda 4.2.1 numaralı kısımda belirtildiği üzere, 2005 yılı sonundan itibaren Rekabet Kurumu müdahalesi ile takas komisyonu oranlarının belirlenmesi maliyet esasına bağlanmış ve söz konusu orana bir sınırlama getirilmiştir. Diğer yandan söz konusu değişikliklerin fonlama maliyetinin hesaplanmasında TCMB tarafından belirlenen gecelik faiz oranının esas alınması ve operasyonel maliyetler kaleminden batak maliyeti unsurunun çıkarılması olduğu dikkate alındığında çok büyük bir sınırlamanın söz konusu olmadığı söylenebilecektir. Nitekim Ek 2.'de yer verilen takas komisyonu oranlarında da bu tarihlerde keskin bir değişiklik görülmemektedir. 07.07.2005 tarihinde 1,86 olan takas komisyonu oranının 09.11.2005 tarihinde 1,63'e düşürüldüğü görülmektedir. Ancak önceki döneme bakıldığında söz konusu oranda zaten bir azalma trendi olduğu görülmektedir. Diğer yandan söz konusu oran 07.12.2005 tarihinden itibaren yeniden artmaya başlamaktadır. Ek 3.'te 20.02.2002 - 19.12.2008 tarihleri arasındaki TCMB gecelik faiz oranları gösterilmektedir. Söz konusu faiz oranlarına bakıldığında 08.06.2006 tarihine kadar faiz oranlarında bir azalma trendinin olduğu görülmektedir. Bu çerçevede takas komisyonu oranlarındaki 2005 yılındaki azalma trendinin faiz oranlarındaki azalma ile de ilişkili olabileceği söylenebilir.

Diğer yandan Rekabet Kurumu düzenlemesinin ilgili piyasadaki parametreler üzerindeki etkisini değerlendirmek bakımından bu piyasadaki bazı gösterge parametrelerin büyüme oranlarındaki gelişmeleri incelemek faydalı olacaktır. Aşağıdaki Şekil-7'de Türkiye'de ABD doları (\$) cinsinden kredi kartı ile yapılmış toplam harcamaların ve kart başı kredi kartı harcamalarının, toplam kredi kartı sayısının ve toplam POS sayısının yıllık büyüme oranları gösterilmektedir. Tüm bu büyüklüklerin değişim oranlarında 1994, 2001 ve 2009 yıllarındaki kriz dönemlerinde kırılmalar olduğu dikkati çekmektedir. Benzer şekilde Rekabet Kurumunun müdahalesi ile yeni takas komisyonu oranlarının uygulanmaya başlandığı 2005 yılı sonu ve 2006 yılı içinde de büyüme oranlarında azalmalar olduğu, ancak söz konusu azalma trendinin daha önceki dönemde başladığı görülmektedir. Dolayısıyla Rekabet Kurumu müdahalesinin etkisinin değerlendirilebilmesi için daha detaylı bir analize gerek olduğu açıktır.

Şekil 7- Kredi kartı pazarındaki bazı büyüklüklerin yıllık değişim oranları



Bu kapsamda öncelikle benzer çalışmalara ve kullanılacak olan yöntemle ilişkin literatüre yer verilecektir. Sonrasında ise modele ilişkin veri seti ve açıklamalara yer verilerek uygulama gerçekleştirilecek ve değerlendirmelerde bulunulacaktır.

4.3.1. Literatür

Chang ve diğerleri (2005); RBA'nın Avustralya'da 2003 yılında takas komisyonlarını neredeyse yarıya düşürmesinin kart işlemleri üzerindeki etkisini ampirik olarak test etmiştir. Önceki bölümlerde anlatıldığı üzere RBA, söz konusu müdahale öncesinde çeşitli çalışmalarla, takas komisyonunun çok yüksek olduğuna ve bu durumun kart kullanıcıları tüketicilerden alınan kart ücretlerinin çok düşük olmasını sağladığına ve dolayısıyla kredi kartlarının sosyal optimum seviyesinin üzerinde kullanımına (aşırı kullanıma) yol açtığı ve diğer ödeme yöntemleri ile kredi kartları arasındaki dengeyi bozduğu sonucuna ulaşmıştır. Söz konusu çalışmada yazarlar RBA'nın müdahalesinin kredi kartları piyasasındaki büyüklükleri etkileyip etkilemediğini, müdahalenin kredi kartının aşırı kullanımını azaltıp azaltmadığını geliştirdikleri bir model yardımı ile incelemişlerdir. Chang ve diğerleri (2005) kamu düzenlemesinin geçerli olduğu dönemde kredi kartları piyasasına ilişkin büyüklüklerde anlamlı bir değişiklik olup olmadığını test için, kukla değişkenlerin yer aldığı doğrusal regresyon yöntemini, kredi kartları piyasasına ilişkin bazı temel göstergelerin değişim oranlarının trendinde önemli değişiklikler olup olmadığını ölçebilmek için de "linear spline function" yöntemini kullanmışlardır.

Yereli ve Koç (2010) tarafından ise Chang ve diğerleri (2005) tarafından kullanılan yöntem benzer bir yöntem kullanılarak, Türkiye kredi kartları piyasasına ilişkin 1992-2009 yılları arası yıllık veriler kullanılarak Rekabet Kurumu müdahalesi incelenmiştir. Yereli ve Koç (2010) kredi kartları piyasasındaki büyüklüklerden bazılarının büyüme oranlarında, düzenleme döneminde istatistikî olarak anlamlı düşüşler olduğunu ve bu azalmanın hızının da düştüğünü göstermekle birlikte, tüm analizler birlikte değerlendirildiğinde Rekabet Kurumu müdahalesinin etkisi konusunda net bir sonuca ulaşmanın mümkün olmadığı sonucuna ulaşmaktadır.

4.3.2. Veri Seti ve Analizde Kullanılan Değişkenler

Uygulanacak olan ampirik çalışmalarda 2000-2010 yılları arası 3 aylık veriler kullanılmıştır. Kredi kartına ilişkin veriler BKM'den temin edilmiştir. Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla¹⁶⁵ (GSYİH) ve özel tüketim¹⁶⁶ verileri TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden¹⁶⁷ alınmıştır. GSYİH, özel tüketim ve kredi kartına ilişkin parasal büyüklükler, TCMB döviz kuru¹⁶⁸ dikkate alınarak, ABD dolarına (\$) dönüştürülmüştür. Sonrasında da söz konusu büyüklükler için 3 aylık veriler bazında yıllık büyüme oranları hesaplanmıştır. Bu doğrultuda her üç aylık dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre gerçekleşen büyüme oranı dikkate alınmıştır. Bu çerçevede büyüme oranlarına ilişkin veriler ilgili olduğu büyüklüğe ilişkin verinin başladığı tarihten bir yıl sonraki dönemde (4 dönem sonra) başlamaktadır. Bu çerçevede 3 aylık kart sayısı verisi 2002 yılı başından itibaren bulunduğu için toplam kredi kartı sayısı büyüme oranı ve kart başına işlem tutarı büyüme oranı 2003 yılı başından itibaren, diğer veriler ise 2001 yılı ilk döneminden itibaren 2010 yılı son dönemine kadar yer almaktadır. Nüfus verisi ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) yıllık (yıl ortası) nüfus verisinin, bileşik büyüme oranı formülü kullanılarak 3 aylık veriye dönüştürülmesiyle oluşturulmuştur. Kişi başı veriler ise toplam büyüklüklerin söz konusu nüfus verisine bölünmesiyle elde edilmiştir.

Tablo 5'de ampirik çalışmalarda kullanılan değişkenlere, modellerde yer alan kodlarına, değerlendirmeye alındıkları döneme ve gözlem sayılarına ilişkin bilgiler yer almaktadır:

Tablo 5- Kullanılan değişkenlere ilişkin tablo

Kod	Değişken	Dönem	Gözlem sayısı
kks	Toplam kredi kartı sayısı büyüme oranı	2003-2010	32
kkh	Toplam kredi kartı işlem tutarı ¹⁶⁹ büyüme oranı	2001-2010	40
kbh	Kart başına işlem tutarı büyüme oranı	2003-2010	32
nuf	Nüfus değişim oranı	2001-2010	40
kbgstyih	Kişi başı gayri safi yurt içi hâsıla değişim oranı	2001-2010	40
otuk	Özel tüketimdeki değişim oranı	2001-2010	40
kbotuk	Kişi başı özel tüketimdeki değişim oranı	2001-2010	40

¹⁶⁵ GSYİH Harcamalar Yöntemiyle (Cari Fiyatlarla)(TÜİK)(Yeni Seri)(Üç Aylık)

¹⁶⁶ Yerleşik Hane halklarının Tüketimi (Cari Fiyatlarla-GSYİH-Harcamalar Yöntemiyle (TÜİK)(Yeni Seri)(Üç Aylık))

¹⁶⁷ TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi ağ sitesi: <http://evds.tcmb.gov.tr/>

¹⁶⁸ ABD Doları (Döviz Alış, 3 aylık, ortalama)

¹⁶⁹ Yerli Kredi Kartlarının Yurtiçi Kullanımı

4.3.3. Modeller ve Uygulama Sonuçları

Tezimizin bu kısmında yer alan ampirik çalışmalarda Chang ve diğerleri (2005) ile Yereli ve Koç (2010) tarafından kullanılan yöntem esas alınmış ve benzeri bir hareket tarzı benimsenmiştir. Söz konusu çalışmalara benzer şekilde Rekabet Kurumunun maliyetler yolu ile takas komisyonuna müdahalesinin kredi kartı pazarındaki büyüklükler üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Bunun için kukla değişkenlerin yer aldığı basit ve çoklu doğrusal regresyon modelleri ve “linear spline function” yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu uygulamalar istatistik ve veri analiz yazılımı olan Stata/SE 10.0 paket programı yardımıyla gerçekleştirilmiştir¹⁷⁰.

Öncelikle büyüme oranlarının düzenleme ile birlikte belirgin olarak azalıp azalmadığını görmek için, üç aylık dönemler itibariyle alınmış büyüme oranlarının bağımlı değişken olarak alındığı modellerde dönemsel kukla değişken kullanılarak regresyonlar uygulanmıştır. Burada gerçekleştirilen regresyonların amacının kredi kartları piyasasındaki büyüklüklerin belirleyicilerini tespit etmek olmadığı vurgulanmalıdır. Kullanılan regresyon denklemlerindeki amaç söz konusu kamu müdahalesinin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisinin analiz edilmesidir. Dolayısıyla bu kapsamda bu bağımlı değişkenlerin temel belirleyicisi olabilecek bağımsız değişkenler modellere dâhil edilirken, tüm belirleyicilerin tanımlanmasına çalışılmamıştır.

Modellerde kullanılan zaman serisi niteliğindeki verilerde yer alan potansiyel otokorelasyon ve sabit olmayan varyans problemleri nedeniyle, katsayıların sınanmasında kullanılacak P-değerleri için standart en küçük kareler tahminçileri ile oluşturulan standart sapmalara göre hesaplanan P-değerleri yanında, Newey-West düzeltmesi ile oluşturulan standart sapmalara göre oluşturulan P-değerlerine de yer verilmiştir¹⁷¹. Ayrıca modeldeki bağımsız değişkenler arasında “çoklu doğrusal bağıntı” problemi olup olmadığının değerlendirilebilmesi için “Varyans Enflasyon Faktörü” (variance inflation factor (VIF)) değerleri¹⁷² yer almaktadır. Sonrasında ise büyüme oranlardaki trendin düzenleme ile birlikte artarak mı yoksa azalarak mı devam ettiğini test edebilmek ve düzenleme olmasaydı nasıl bir trendin gerçekleşeceğini görebilmek için büyüme oranları bağımsız değişkenlerle birlikte “linear spline function”¹⁷³ yöntemi ile regresyona dâhil edilmiştir. Ayrıca tüm modellerde

¹⁷⁰ Kullanılan veri seti Ek 1’de yer almaktadır.

¹⁷¹ Newey-West tahminçilerin, otokorelasyon ve sabit olmayan varyans problemlerinin varlığı durumunda tutarlı kovaryans matrisleri hesaplamayı sağladığı çeşitli kaynaklarda yer almaktadır (Johnston J. ve DiNardo, J., 1997, s. 333; Gujarati, 2002, s.484; Gren, 2003, s.281). Çalışmadaki verilerin 3 aylık veriler olması nedeniyle, Newey-West düzeltmelerinde azami 4 gecikme üzerinden hesaplamalar yapılmıştır.

¹⁷² En büyük VIF değerinin 10’dan daha büyük olması, doğrusallık (colinearity) problemi olduğu yönünde güçlü bir delil olarak kabul edilmektedir (Baum, 2006, s. 85).

¹⁷³ Spline regresyon modelleri, kukla değişken kullanılan regresyon modellerine benzetilebilir. Spline regresyon modellerinde ilave bazı sınırlamalar getirilmektedir. Bu tür modellerin verilerdeki ani değişikliklerin (özellikle kamu politikalarında olan değişiklikler gibi ekonomik değişiklikler) etkisini ölçmeye yönelik ekonomik analizlerde kullanıldığı

büyüme oranları kullanılan değişkenler için logaritmaları alınarak ve benzer modellere dâhil edilerek, analizler tekrarlanmıştır. Söz konusu bu modellerde değişkenlerin gözlem sayısı (değişkenlerin bir önceki yılın aynı dönemine göre değişim oranlarının alınmasına gerek olmadığı için) önceki modellerden dört adet fazladır.

Öncelikle üç ayrı basit regresyon, kredi kartı pazarındaki toplam kredi kartı sayısı (kks), toplam kredi kartı işlem tutarı (toplam kredi kartı harcamaları) (khh) ve kart başına işlem tutarlarındaki (kbh) büyüme oranları bağımlı değişkenleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Analizde 2000–2010 yılları arasındaki 3 aylık veriler kullanılmıştır. Her regresyonda 2004–2005 ve 2006–2009 dönemleri için iki dönemsel kukla değişken (d1 ve d2) bulunmaktadır. 2006–2009 dönemine ilişkin kukla değişken kamu düzenlemesinin uygulamaya geçtiği dönemi temsil ederken, diğer kukla değişken düzenleme öncesi dönemdeki eğilimi görebilmek için konulmuştur. Kukla değişkenler ilgili dönemlerde “1” değeri alırken, diğer dönemlerde “0” değerini almaktadır. Bağımlı değişkenin toplam kart sayısı büyümesi olduğu regresyonda, nüfus (nuf) ve kişi başı gayri safi yurt içi hâsıladaki (kbgseyh) değişim oranları bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır. Bağımlı değişkenin toplam işlem tutarındaki büyüme olduğu durumda, özel tüketimdeki (otuk) değişimler regresyona dâhil edilirken, kart başı işlem tutarı büyüme oranının bağımlı değişken olması durumunda ise, kişi başı tüketimdeki değişimler (kbotuk) dikkate alınmıştır. Yukarıda açıklanan şekilde gerçekleştirilen regresyonlar sonucunda kukla değişkenler için elde edilen katsayılar ve P-değerleri Tablo 6’da gösterilmektedir.

Tablo 6- Kredi kartı büyüklüklerinin büyüme oranlarının regresyonu

	Coefficient	P-value	Newey-West P-value
Toplam kart sayısındaki büyüme ¹⁷⁴			
d1 (2004–2005)	8.531435	0.060	0.076
d2 (2006–2010)	-8.793277	0.051	0.070
Toplam kart harcamalarındaki büyüme ¹⁷⁵			
d1 (2004–2005)	3.545832	0.453	0.663
d2 (2006–2010)	-11.76735	0.002	0.005
Kart başı harcamadaki büyüme ¹⁷⁶			
d1 (2004–2005)	-5.990319	0.017	0.042
d2 (2006–2010)	-2.499967	0.297	0.370

görülmektedir (Green, 2003, s.121). Bunun yanında spline regresyon modelleri değişikliğin hangi noktada gerçekleştiğini araştırmada kullanılabilir. Spline regresyon modelleri konusunda detaylı bilgi için bakınız: Marsh ve Cormier (2001); Suits ve diğerleri (1978) ve Gnad (1977).

¹⁷⁴ En büyük VIF değeri=3,17

¹⁷⁵ En büyük VIF değeri=1,44

¹⁷⁶ En büyük VIF değeri=2,87

Tablo 6’da Rekabet Kurumunun kamu düzenlemelerinin yürürlüğe girdiği 2006–2009 dönemi için söz konusu kukla değişkenlerin katsayılarına ve P-değerlerine baktığımızda iki modelde “d 2”nin istatistikî olarak anlamlı¹⁷⁷ ve negatif olduğu görülmektedir. Bu kapsamda toplam kart harcamalarının büyüme oranında ve toplam kart sayısındaki büyüme oranında bu dönemde düşüş olduğu söylenebilir. Sonrasında benzer regresyonlar söz konusu büyüklüklerin logaritmaları alınarak yapılmıştır. Örneğin toplam kart işlem tutarının logaritmaları alınıp bağımlı değişken olarak, özel tüketim miktarlarının logaritmaları alınıp bağımsız değişken olarak kukla değişkenlerle birlikte regresyona dâhil edilmiştir. Kredi kartı pazarına ilişkin büyüklüklerin ve bağımsız değişkenlerin logaritmaları üzerinden gerçekleştirilen regresyondaki kukla değişkenler için elde edilen katsayılar ve P-değerleri Tablo 7’de gösterilmektedir:

Tablo 7- Kredi kartı büyüklüklerinin logaritmalarının regresyonu

	Coefficient	P-value	Newey-West P-value
Toplam kart sayısındaki büyüme			
d1 (2004–2005)	0,213	0,00	0,000
d2 (2006–2010)	0,228	0,00	0,001
Toplam kart harcamalarındaki büyüme			
d1 (2004–2005)	0,314	0,008	0,123
d2 (2006–2010)	0,512	0,002	0,078
Kart başı harcamadaki büyüme			
d1 (2004–2005)	-0,037	0,288	0,236
d2 (2006–2010)	-0,0025	0,958	0,957

İlgili değişkenlerin logaritmaları alınarak yapılan regresyon modellerinde ise toplam kart sayısının ve toplam kart harcamalarının bağımlı değişken olduğu modellerde P-değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve katsayının pozitif olduğu görülmektedir. Kart başı harcamadaki büyümenin bağımlı değişken olduğu modelde ise P-değeri yüksek çıkmıştır. Kredi kartı büyüklüklerin logaritmaları alınarak gerçekleştirilen modellerde, beklenildiği şekilde 2006–2010 dönemine ilişkin olarak kart büyüklüklerinde anlamlı bir düşüş görülememektedir. Bu çerçevede bu sonuçlar ilgili büyüklüklerin değişim oranları ile gerçekleştirilen regresyon sonuçları ile çelişmektedir.

Öte yandan büyüme oranlardaki trendin düzenleme ile birlikte artarak mı yoksa azalarak mı devam ettiğini test edebilmek ve düzenleme olmasaydı nasıl bir trendin gerçekleşeceğini görebilmek için daha detaylı bir analize ihtiyaç vardır. Bunun için, büyüme oranları bağımsız değişkenlerle birlikte bir “linear

¹⁷⁷ % 10 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. %5 anlamlılık düzeyinde sadece toplam kart harcamalarındaki büyümenin bağımlı değişken olduğu model istatistikî olarak anlamlı olmaktadır.

spline function” yöntemi ile regresyona dâhil edilmiştir. Öncelikle doğrusal bir “t” trendi oluşturulmuştur. Büyüme oranlarının hesaplandığı ilk dönemle birlikte “t=1” olarak başlayacak ve her dönem “1” artarak son döneme kadar devam edecektir.

$$X(t)=t, t=1,2,3,\dots,T$$

$$Y(t)=\max(0,t-a)$$

$$Z(t)=\max(0,t-b)$$

Bu model de “a” 2003 yılı son üç aylık dönemini temsil eden sayı, “b” ise 2005 yılı son 3 aylık dönemini temsil eden bir sayı olacaktır. Diğer bir deyişle X(t) 2001 yılı ilk 3 aylık döneminde 1 olarak başlayan¹⁷⁸ ve her 3 aylık dönemde bir artan, bir trendi temsil ederken (d1), Y(t) 2004 yılına kadar sıfır olan 2004 yılı ilk 3 aylık döneminde 1 ile başlayan bir trendi (d2) ve Z(t) 2006 yılında başlayan benzer bir trendi (d3) temsil edecektir. Büyüme oranlarının yine aynı bağımsız değişkenlere bağlı olarak belirlendiğini varsayarsak, büyüme oranlarının trendinde önemli değişiklikler olup olmadığını ölçebilmek için şu şekilde bir model oluşturulmuştur:

$$Gcc(t)=\alpha_1 +\beta_1 X(t)+\beta_2 Y(t)+\beta_3 Z(t)+\sigma_1 C(t)+u(t) \quad (10)$$

Gcc(t) kredi kartı kullanımına ilişkin değişkenlerin (toplam kart sayısı, toplam kredi kartı işlem tutarı ve kart başı işlem tutarı) büyüme oranlarını temsil etmektedir. C(t) ise büyüme oranları ile ilgili bağımsız değişkenleri (nüfus, kişi başı yurt içi hâsıla ve özel tüketimdeki yıllık büyüme oranları) göstermektedir. β_1 başlangıç dönemi ile 2004 yılı arasındaki büyüme oranındaki trende işaret etmektedir. β_2 ise 2004 yılı başı ile–2005 yılı sonu arasındaki dönemde büyüme oranının trendinde önceki döneme göre meydana gelen değişikliği yakalarken, β_3 ise 2005 yılı sonrası dönemde büyüme oranı trendinde önceki döneme kıyasla meydana gelen değişikliği kapsamaktadır. Kullanılan bağımsız değişkenler yukarıda yer verilen kukla değişkenlerin kullanıldığı regresyonlardakiler ile aynıdır.

Tablo 8’de söz konusu dönemleri temsil eden trend değişkenlerinin katsayılarına ve P-değerlerine yer verilmektedir.

¹⁷⁸ Toplam kredi kartı işlem tutarının bağımlı değişken olduğu eşitlikte X(t) 2001 yılı ilk 3 aylık döneminde “1” olarak başlarken, toplam kart sayısı ve kart başı işlem tutarının bağımlı değişken olduğu eşitliklerde X(t) 2003 yılı ilk 3 aylık döneminde “1” olarak başlamaktadır. Diğer trend değişkenleri (Y(t) ve Z(t)) ise tüm eşitliklerde aynıdır.

Tablo 8- Kredi kartı büyüklüklerinin büyüme oranlarının linear spline function yöntemi kullanılarak regresyonu

	Coefficient	P-value	Newey-West P-value
Toplam kart sayısındaki büyüme			
d1	8.739829	0.000	0.002
d2	-11.27263	0.000	0.002
d3	1.97526	0.161	0.118
Toplam kart harcamalarındaki büyüme			
d1	2.379626	0.007	0.038
d2	-4.898725	0.002	0.031
d3	1.839126	0.045	0.209
Kart başı harcamadaki büyüme			
d1	-3.443365	0.021	0.000
d2	3.766094	0.032	0.004
d3	-.4239844	0.364	0.576

Tablo 8’de sadece toplam kart harcamalarındaki büyümenin bağımlı değişken olduğu modelde, düzenleme dönemini yansıtan 2006 döneminden başlayan trende (d3) ilişkin katsayının istatistikî olarak anlamlı olduğu¹⁷⁹ ve katsayısının pozitif olduğu görülmektedir. Bu durum trendin artış yönünde olduğunu gösterebileceği gibi azalma trendinin hızının yavaşladığı anlamına da gelebilecektir. Söz konusu modelde düzenleme öncesi döneme ilişkin katsayının da istatistikî olarak anlamlı olduğu ve negatif değer aldığı görülmektedir. Daha önce kukla değişkenlerle yapılan analizde toplam kart harcamaları büyüme oranının bağımlı değişken olduğu modelde düzenleme döneminde istatistikî olarak anlamlı şekilde toplam kart harcamalarının azalmakta olduğu görülmüştü. Bu tablo ile birlikte değerlendirildiğinde toplam kart harcamalarındaki büyüme oranının düzenleme döneminde azaldığı ancak bu azalmanın hızının düzenleme döneminde düştüğü söylenebilir. Dolayısıyla düzenleme döneminde toplam kart harcamalarındaki artış oranında meydana gelen azalmaların önceden devam eden bir trendin devamı olduğu ve bu dönemde bu azalış trendinde bir azalış olduğu söylenilebilir. Dolayısıyla Rekabet Kurumu düzenlemesinin toplam kart harcamaları üzerinde de açık bir etkisi tespit edilememiştir.

Kredi kartı pazarına ilişkin büyüklüklerin ve bağımsız değişkenlerin logaritmaları üzerinden de linear spline function yöntemi kullanılarak regresyon gerçekleştirilmiştir. Tablo 9’da ilgili dönemleri temsil eden trend değişkenlerinin katsayılarına ve P-değerlerine yer verilmektedir.

¹⁷⁹ Newey-West düzeltmesi ile hesaplanan P-değeri dikkate alındığında bu modelde de $\beta_3(d_3)$ istatistikî olarak anlamlı olmamaktadır.

Tablo 9- Kredi kartı büyüklüklerinin logaritmalarının linear spline function yöntemi kullanılarak regresyonu

	Coefficient	P-value	Newey-West P-value
Toplam kart sayısındaki büyüme			
d1	0.1049873	0.110	0.273
d2	-0.008096	0.428	0.499
d3	-0.0268007	0.000	0.001
Toplam kart harcamalarındaki büyüme			
d1	0.0484366	0.000	0.000
d2	-0.0044402	0.542	0.577
d3	-0.0207565	0.004	0.020
Kart başı harcamadaki büyüme			
d1	0.0130382	0.107	0.084
d2	-0.0132175	0.255	0.050
d3	.005956	0.255	0.208

Tablo 9'a baktığımızda (d3) dönemine ilişkin P-değerinin ilk iki modelde düşük olduğu ancak düzenleme öncesi dönemi gösteren döneme ilişkin (d2) değişkenin P-değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla toplam kart sayısında ve toplam kart harcamalarının büyüme oranlarında düzenleme döneminde bir değişiklik olduğu söylenebilir. Katsayıların negatif olduğu değerlendirilirse bu durum trendin azalma yönünde olduğunu gösterebileceği gibi azalma trendinin hızlandığını da gösterebilecektir. Diğer yandan önceki dönem için anlamlı bir sonuç elde edilemediği için net bir çıkarım yapılmasının mümkün olmayacağı düşünülmektedir.

Yukarıda incelenen tüm modeller birlikte değerlendirildiğinde büyüme oranları ile gerçekleştirilen regresyonlar çerçevesinde toplam kart harcamalarındaki büyüme oranının düzenleme döneminde azaldığı ancak önceki dönemden başlayan bu trendin düzenleme döneminde yavaşladığı sonucunu çıkarabilmek mümkündür. Diğer yandan Tablo 8'deki toplam kart harcamalarındaki büyümenin bağımlı değişken olduğu modelde (d3)'e ilişkin Newey-West düzeltmesi ile hesaplanan P-değeri dikkate alındığında bu sonucun güvenilirliğinin sorgulanabileceği de söylenebilir. Bu çerçevede uygulanan regresyonlar sonucunda Rekabet Kurumu müdahalesinin kart büyüklüklerinin büyüme hızları üzerinde etkili bir azalmaya yol açtığı yönünde bir gösterge bulunmadığı söylenebilir.

Yukarıda yer verilen analizlerde incelenen dönemin kamu düzenlemesinin etkilerini ölçmek için kısa olması gibi eksikliklerin söz konusu bulunması muhtemeldir. Ancak diğer taraftan mevcut sonuçların, bazı muhtemel çıkarımlara işaret etmesi de mümkündür. Nitekim eğer bu sonuçlar tüketici tarafındaki talebin takas komisyonundaki değişikliklere duyarız olduğunun göstergesi olarak alınabilirse, bu durum Rekabet Kurumu tarafından yapılan

düzenlemelerin kart kullanımı üzerinde etkili olmadığı¹⁸⁰ veya belli bir eşiği aşacak düzeyde olmadığını gösterecektir. Nitekim takas komisyonları üzerinde de önemli değişikliklerin bulunmadığı görülmektedir. Öte yandan bu durum takas komisyonundaki düzenleme değişikliklerinin tüketiciye yansıtılmadığını da gösteriyor olabilir. İhraççıların tüketicilere söz konusu maliyetleri yansıtılmaları, eğer işyeri tarafında da benzer bir tepkisizlik varsa, önemli pazar gücüne işaret edebilir (Farrel, 2005, s.363). Burada kredi kartı pazarının kart hamili tarafındaki talebe ilişkin analiz yapılmaya çalışılmıştır. İleride bu çerçevede yapılacak olan çalışmalarda işyerlerinin bu tür değişikliklere tepkisi ölçülebilir.

Yukarıda yer verilen analizler sonucunda Rekabet Kurumu müdahalesinin kredi kartı sayısı ve harcamaları üzerinde belirgin bir etkisinin tespit edilemediği, dolayısıyla kredi kartı piyasasında fiyatlama mekanizmaları nedeniyle oluşan aşırı tüketim engellenmek isteniyorsa, bu konuda daha etkin ve radikal kamu müdahalesi politikalarına gerek olduğu çıkarımı yapılabilir.

4.4. TÜRKİYE KREDİ KARTLARI PİYASASINDA FİYATLAMA MEKANİZMALARINA YÖNELİK MEVCUT KAMU MÜDAHALELERİNE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME

Ülkemizdeki kredi kartları piyasasındaki fiyatlama mekanizmalarına yönelik mevcut kamu müdahalelerinin, sektörel düzenleyici kuruluşlar tarafından uygulanan genel kapsamlı sektörel kamu müdahaleleri ve Rekabet Kurumu tarafından uygulanan kamu müdahaleleri şeklinde iki ana başlıkta değerlendirilebilmesi mümkündür. Bu alandaki genel kapsamlı sektörel kamu müdahalelerinin gecikmeli olarak uygulandığı ve daha çok kredi kartının borçlanma aracı olma yönünden kaynaklanan tüketici borçlanmalarına ilişkin sorunlara yoğunlaştığı görülmektedir. Ne var ki söz konusu düzenlemeler yapılırken kredi kartının ödeme aracı olma ve borçlanma aracı olma yönleri arasındaki girift bağlantının gözden kaçırıldığı, borçlanma aracı yönüyle ortaya çıkan birçok sorunun arkasında ödeme aracı olma yönündeki bazı aksaklıkların yattığının değerlendirilmediği görülmektedir. Dolayısıyla bu tür düzenlemelerde kredi kartının ödeme yönündeki aksaklıkların yüzeysel değerlendirildiği, buradaki sorunların ihmal edildiği veya önemli görülmediği söylenebilir. Buna örnek olarak, bu tür düzenlemelerde işyerleri ve tüketici fiyatlamaları üzerindeki şeffaflığa yönelik hükümlerin bulunmaması, işyerlerinin fiyat farklılaştırmasının yasaklanması, takas komisyonunun düzenlenmesinin tercih edilmemesi, piyasadaki fiyat dışı rekabet unsurlarının kararları çarpıtıcı etkilerinin yeterince değerlendirilmeyerek bu unsurların düzenlenmemesi ve

¹⁸⁰ Rekabet Kurumu tarafından düzenlemeler yapılırken tüketici tarafındaki kart kullanımını azaltmak (veya talebin artış hızını azaltmak) gibi bir amacın zaten gözetilmediği vurgulanmalıdır. Ancak kamu kuruluşları tarafından kredi kartı aşırı kullanımının varlığı tespit edilir ve bu bağlamda bir kamu düzenlemesi yapılırsa bu tür bir etkinin bulunmaması, ilgili kamu düzenlemesinin başarısızlığı olarak değerlendirilebilir.

tüketicilerin eksik rasyonelliğinin kredi kartı harcamaları üzerindeki etkilerini telafi etmeye yönelik yeterli tedbirlerin alınmamış olmasını gösterebiliriz.

Diğer yandan ülkemizde Rekabet Kurumunun takas komisyonlarına müdahalesini, kredi kartının ödeme aracı olma yönüne ve piyasanın iki taraflı olmasından kaynaklanan fiyatlama mekanizmasına yönelik ilk ve tek belirgin kamu müdahalesi olarak değerlendirmek mümkündür. Rekabet Kurumu tarafından gerçekleştirilen müdahalelerle takas komisyonunun daha şeffaf olmasına ve bazı maliyet unsurlarına bağlanmasına yönelik düzenlemeler yapıldığı görülmektedir.

Ancak Rekabet Kurumunun bu alandaki müdahalesini radikal bir müdahale olarak değerlendirebilmek mümkün değildir¹⁸¹. Bir taraftan çok taraflı takas komisyonu oranının belirlenmesinde yapılacak küçük değişikliklerle yetinilmesi, diğer taraftan BKM'nin tekel konumuna rağmen çok taraflı takas komisyonuna muafiyet verilmesi Rekabet Kurumunun bu alana müdahalede nispeten yumuşak bir politika izlediğini göstermektedir. Ayrıca bu alana rekabet hukuku çerçevesinde bir müdahale ve yapılacak düzenlemelerin denetimi konusunda Rekabet Kurumu bünyesinde tereddütler olduğu ilgili kararlardan görülmektedir. Rekabet Kurumunun bu yaklaşımının, Avrupa Komisyonunun takas komisyonu konusundaki ilk zamanlardaki yaklaşımına paralellik gösterdiği söylenebilir¹⁸².

Bununla birlikte günümüzde Avrupa Komisyonunun rekabet hukuku çerçevesinde bu konuya bakış açısında önemli değişiklikler görülmektedir. Avrupa Komisyonunun son zamanlardaki kararlarında çok taraflı takas komisyonuna, sadece ilgili piyasanın iki taraflı olduğu için izin verilmesinin tercih edilmediği, takas komisyonu ile yüklenen maliyetin kullanıcılara olan işlem faydasını aşmaması gerektiğine hükmedildiği görülmektedir. Bu çerçevede Rekabet Kurumunun da Avrupa Komisyonu ile paralel davranacağı varsayılırsa, ileriki kararlarında daha katı politikalar uygulayabileceği yorumu yapılabilir.

¹⁸¹ Nitekim bu bölümde Rekabet Kurumu tarafından takas komisyonlarına yapılan müdahalenin kredi kartları piyasasındaki büyüklükler (kredi kartı sayısı, toplam kredi kartı harcamaları ve kart başı harcama) üzerindeki etkisini araştırdığımız ampirik çalışma sonucunda belirgin bir etki tespit edilememiştir.

¹⁸² Burada Rekabet Kurumu tarafından tekel konumundaki bir teşebbüsün çok taraflı takas komisyonu belirlemesine muafiyet tanınmasını, AB uygulamasından farklılaştıran bir unsur olarak belirtmek gerekmektedir. AB'de her zaman için rekabet halinde farklı takas komisyonları belirleyen kart kuruluşlarının bulunduğu görülmektedir.

SONUÇ

Türkiye’deki kredi kartları piyasasının ve bu alandaki fiyatlama mekanizmalarına ilişkin kamu müdahalelerinin iki taraflı piyasa modeli çerçevesinde değerlendirildiği çalışmamızda, öncelikle iki taraflı piyasalar ve bu piyasalardaki kamu müdahalelerinin etkileri incelenmiştir. Bu çerçevede çalışmamızda iki taraflı piyasalara, tek taraflı piyasalarla aynı standart yaklaşım ile uygulanacak müdahalelerin istenmeyen neticeleri olabileceği ve dolayısıyla bu özelliğin dikkate alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Diğer yandan iki taraflı bir piyasa olarak kredi kartları piyasasında fiyatlama mekanizmalarında kamu müdahalesini gerektiren çok çeşitli sorunların ve piyasa başarısızlıklarının bulunduğu ilgili literatür sonuçları ışığında ortaya konularak, iki taraflı piyasa modeli çerçevesinde uygulanabilecek kamu müdahalesi alternatifleri değerlendirilerek, ülke uygulamalarına yer verilmiştir.

Ülkemiz bazında kredi kartları piyasası değerlendirildiğinde ise diğer ülkelerle benzer piyasa aksaklıklarının ve sorunların söz konusu olduğu, bunun yanında ülkemize özel bazı unsurların bu sorunları artırıcı etkileri olduğu görülmektedir. Ülkemizdeki bu piyasanın yapısı, kredi kartı kullanımının yaygınlığı, alternatif araçların görece gelişiminin zayıf kalması, toplumdaki finansal bilinç düzeyinin düşük olması, kamu düzenlemelerinin geç kalması gibi unsurlar bu kapsamda sayılabilir. Çalışmamızda bu tür sorunlardan biri olarak, ülkemiz kredi kartları piyasa yapısının azımsanmayacak miktarda kart kullanmayan kesimden kart kullanan kesime doğru örtülü bir gelir transferi potansiyeli taşıdığı ve kredi kartı ödül para/puan uygulamalarının bu konuda önemli rol oynadığı ortaya konulmuştur.

Ülkemizde bu alandaki genel kapsamlı sektörel kamu müdahaleleri ile son yıllarda kredi kartı borçlarının neden olduğu sosyal problemlerin zorlamasıyla birlikte, gecikmeli olarak da olsa, kredi kartının borçlanma aracı olma yönünden kaynaklanan sorunlara yoğunlaşıldığı, öte yandan kredi kartının ödeme aracı olma yönündeki bazı aksaklıkların söz konusu sorunlara katkılarının ihmal edildiği görülmektedir. Aynı zamanda bu tür düzenlemelerde ilgili piyasanın iki taraflı yönü dikkate alınmayarak, tüketici tarafı korunmaya çalışılırken, işyeri tarafı için benzer bir korumanın söz konusu olmadığı, dolayısıyla işyeri tarafında oluşacak çarpıklıklardan tüketici tarafının etkilenmesinin yeterince değerlendirilmediği görülmektedir.

Ülkemizde kredi kartları piyasasındaki takas komisyonu oranları üzerindeki mevcut kamu düzenlemelerinin Rekabet Kurumu tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Çalışmamız kapsamında Rekabet Kurumu tarafından yapılan bu düzenlemelerin kredi kartları piyasasındaki büyüklüklere olan etkisini ölçmeye çalıştığımız analizlerimizde açık bir etki sonucuna götürecek bulgulara ulaşılamamıştır. Dolayısıyla ülkemizde kredi kartları piyasasında ödeme aracı yönündeki fiyatlama mekanizmalarında kamu müdahalesini gerektiren çok

çeşitli sorunların ve piyasa başarısızlıklarının bulunmasına rağmen, bu alanda etkili bir kamu müdahalesinin gerçekleştirilmediği söylenebilir.

Diğer yandan kredi kartları piyasasındaki ve dolayısı ile ödeme araçları piyasasındaki sorunları ve aksaklıkları giderebilmek için uygulanacak radikal ve katı kamu müdahaleleri öncesinde bu piyasalardaki fayda, maliyetler ve optimum denge konusunda daha detaylı çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu konuda ülkemizdeki bu tür çalışmaların eksikliği hissedilmektedir. Ancak ödeme yöntemlerinin fayda ve maliyetlerini ve optimal dengeyi hesaplama konusundaki zorluklar, belirsizlikler ve benimsenebilecek çok farklı yöntemlerin bulunduğu dikkate alındığında; piyasa mekanizmasının etkin bir şekilde işlemini sağlamak, politika yapıcılar açısından en uygun ve bir an önce uygulanmasına başlanabilecek bir alternatif olarak değerlendirilebilir. Bu çerçevede kamu düzenlemeleri ile piyasanın işleyişini engelleyen piyasa başarısızlıklarına ilişkin önlemler alınması, piyasadaki sorunların piyasa içinde çözülmesini sağlayabilecektir. Bu kapsamda bu piyasalardaki özellikle bilgi akışının önündeki engellerin kaldırılması, fiyatlara bilgi taşıma özelliğinin kazandırılması ve işlem taraflarının dışsallıkları içselleştirmesinin sağlanması yönündeki kamu düzenlemeleri en uygun ve risksiz kamu müdahale alternatifleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun. (1994). *T. C. Resmi Gazete*, 22140, 13Aralık 1994.
- 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (1995). *T. C. Resmi Gazete*, 22221, 08/03/1995
- 5464 Sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu. (2006). *T. C. Resmi Gazete*, 26095, 1 Mart 2006
- 5834 Sayılı Karşılıksız Çek ve Protestolu Senetler ile Kredi ve Kredi Kartları Borçlarına İlişkin Kayıtların Dikkate Alınmaması Hakkında Kanun. (2009). *T. C. Resmi Gazete*, 27124, 28 Ocak 2009.
- Agarwal, S., Chakravorti, S. ve Lunn, A. (2010). *Why do banks reward their customers to use their credit cards?* Federal Reserve Bank of Chicago Working Paper Series No WP-2010-19.
- Ahuja, N. (2009). *Essays on the industrial organization of the credit card market*. PhD Dissertation, Department of Economics, New York University.
- Akalın, G. (2002). *Türkiye’de Ekonomi - Politik Kriz ve Piyasa Ekonomisine Geçiş*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Akın, G. G., Aysan, A.F., Kara, G.I. ve Yıldırım L. (2008). *The Failure of price competition in the Turkish credit card market*, Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Paper No. 17770.
- Akın, G. G., Aysan, A.F., Boriçi, D. ve Yıldırım L. (2011). *The role of simultaneous regulations of credit services and payment services on competition*. Economic Research Forum (ERF), 17th Annual Conference, Antalya, Erişim: 23 Şubat 2012, http://www.erf.org.eg/CMS/uploads/pdf/1300105241_Akin_&_Aysan.pdf.
- Akkaya Karayol, H., (2007) *Kartlı Ödeme Sistemlerinde Rekabet*, Ankara: Rekabet Kurumu.
- Akşam (29 Mart 2009). *Akşam* gazetesi ağ sitesi, Erişim: 21 Ağustos 2011, http://aksam.medyator.com/2010/03/29/haber/ekonomi/6035/23_bin_atm_yi_birlestirdik_sira_1_7_milyon_pos_ta_.html.
- Armstrong, M. (2006). Competition in two-sided markets. *RAND Journal of Economics*, 37(3), 668–691.
- Ausubel, L.M. (1991). The failure of competition in the credit card market. *The American Economic Review*, 81 (1), 50–81.
- Ausubel, L. M. (1997). Credit card defaults, credit card profits and bankruptcy. *American Bankruptcy Law Journal*, 71, 249-270.
- Ausubel, L.M. (1999). *Adverse selection in the credit card market*. Working Paper, University of Maryland.

Avrupa Komisyonu (2006). *Interim Report I payment cards sector inquiry under Article 17 Regulation 1/2003 on retail banking*. Competition DG, Financial Services (Banking and Insurance), Brussels: European Commission..

Avrupa Komisyonu (2007). *Communication from the Commission sector inquiry under Article 17 of Regulation (EC) No 1/2003 on retail banking (Final Report)*. {SEC(2007) 106}, Brussels: European Commission.

Avrupa Komisyonu (2009) *1 Nisan 2009 tarihli Basın Duyurusu*, Erişim: 30 Haziran 2010, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/09/143&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

Avrupa Komisyonu (2010) *08 Aralık 2010 tarihli Komisyon Basın Duyurusu*. (Reference: IP/10/1684), Erişim: 12 Mart 2012, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1684&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.

Aysan, A.F. (2011). Türkiye Kredi kartı piyasası: Sorular, Sorunlar. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 7 - 30). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.

Aysan, A.F., ve Muslim, A. (2007). An empirical examination of price competition in the Turkish credit card market. *Middle East Economic Association (MEEA) Online Journal*, Topics in Middle Eastern and North African Economies, 9.

Aysan, A. F., Yıldırım, L., Kara, G. İ., Müslim, A. N. ve Dur, U. (2011).Türkiye’de Kredi Kartı Sektöründe Yasal Düzenlemeler ve Rekabet. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 201 -222). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.

Balto, D.A. (2000). The problem of interchange fees: Costs without benefits. *European Competition Law Review*, 21(4), 215–224.

Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelik (2007). *T. C. Resmi Gazete*, 26458, 10 Mart 2007.

Bar-Gill, O. (2004). Seduction by plastic. *Northwestern University Law Review*, 98(4), 1373 -1434.

Bar-Gill, O. (2006). Bundling and consumer misperception. *The University of Chicago Law Review*, 73, 33-61.

Baum, C.F. (2006). *An introduction to modern econometrics using Stata*. Texas, USA: Stata Press.

Baxter, W.F. (1983). Bank interchange of transactional paper: A legal and economic perspective. *Journal of Law & Economics*, 26, 541-588.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) (2003) *20 Mart 2003 tarihli Duyuru*. BDDK ağ sitesi. Erişim: 18 Ağustos 2010,

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Duyurular/Basin_Aciklamalari/247720.03.2003.pdf.

BDDK (2007). *16 Mart 2007 tarihli Duyuru*. BDDK ağ sitesi. Erişim: 19 Ağustos 2010, http://www.bddk.org.tr/websitesi/turkce/duyurular/basin_aciklamalari/2706banka_kartlar%C4%B1_ve_kredi_16_mart_2007.pdf.

BDDK (2009) *Finansal Piyasalar Raporu* , sayı:15, Ankara: BDDK

BDDK (2010) *Bankacılıkta Yapısal Gelişmeler*, sayı:5, Ankara: BDDK

BDDK (t.y.) BDDK ağ sitesi. Erişim: 28 Şubat 2012, <http://ebulten.bddk.org.tr/AylikBulten/Gelismis.aspx..>

Bento, V. (2008). The drama of interchange fees, *Antitrust Chronicle*, 4, Competition Policy International.

Bergman, M., Guibourg, G. ve Segendorf, B. (2007). *The costs of paying - Private and social costs of cash and card payments*. Bank of Sweden Working Paper No. 212.

Bergman, M., Guibourg, G. ve Segendorf, B. (2008). Card and cash payments from a social perspective. , *Sveriges Risbank Economic Review*, 2008 (2), 42-59.

Berkovich, E. (2009). *Trickle-up wealth transfer: Cross-subsidization in the payment card market*. The Hispanic Institute Working Paper.

Bertaut, C. ve Haliassos M. (2005). *Credit cards: Facts and theories*. Erişim: 14 Mart 2012, <http://ssrn.com/abstract=931179> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.931179>.

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) (2008). *Kart Monitör–Mart 2008*. Erişim: 30 Haziran 2010, <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.aspx>.

BKM (2009). *Kart Monitör 2009*. Erişim: 30 Haziran 2010, <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.aspx>.

BKM (2010). BKM ağ sitesi, *Kronoloji*. Erişim: 30 Haziran 2010, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>.

BKM (2011). *Kart Monitör 2011*. Erişim: 14 Mart 2012, <http://www.bkm.com.tr/yayinlar.aspx>.

BKM (t.y.), BKM ağ sitesi. Son erişim tarihi : 14 Mart 2012, <http://www.bkm.com.tr>.

Bolt W. ve Chakravorti, S. (2008). *Consumer choice and merchant acceptance of payment media*. De Nederlandsche Bank (DNB) (Netherlands Central Bank) Working Paper no. 197, Netherlands Central Bank Research Department.

- Bolt W. ve Chakravorti, S. (2011). *Pricing in retail payment systems: A public policy perspective on pricing of payment cards*. DNB Working Paper no. 331, Netherlands Central Bank.
- Bolt W. ve Soramaki K. (2008). *Competition, bargaining power and pricing in two-sided markets*. DNB Working Paper No:181, Netherlands Central Bank Research Department.
- Bolt, W ve Tieman, A. (2004a) *Skewed pricing in two-sided markets: An IO approach*. DNB Working Paper No: 013, Netherlands Central Bank Research Department.
- Bolt, W ve Tieman, A. (2004b). *A note on social welfare and cost recovery in two-sided markets*. DNB Working Paper No: 024, Netherlands Central Bank Research Department.
- Bolt, W. ve Tieman, A. (2008). Heavily skewed pricing in two-sided markets. *International Journal of Industrial Organization*, 26, 1250–1255.
- Bostancı, N. (2004). *Türkiye’de Bireysel Bankacılık Hizmetleri Eğitiminin Müşteri Davranışlarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Börestam, A. ve Schmiedel, H. (2011). *Interchange fees in card payments*. Occasional Paper Series No. 131, European Central Bank.
- Bradford, T. ve Hayashi, F. (2008). *Developments in interchange fees in the United States and abroad*. Payment System Research Briefing, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Brits H. ve Winder, C. (2005), *Payments are no free lunch*. De Nederlandsche Bank, Occasional Studies, 3(2).
- Brown, T. ve Plache, L. (2006). Paying with plastic: Maybe not so crazy. *The University of Chicago Law Review*, 73, 63-86.
- Bruno-Britz, M. (2006). *Growing rewards. Bank systems and technology*. Erişim: 12 Ocak 2011, <http://www.banktech.com/payments-cards/191600207>.
- Caillaud, B. ve Jullien, B. (2003). Chicken & egg: Competition among intermediation service providers. *RAND Journal of Economics*, 34(2), 309-328.
- Carbó-Valverde, S. ve Liñares-Zegarra, J.M. (2009). *How effective are rewards programs in promoting payment card usage? Empirical evidence*. Working Paper Series No. 1141, Germany: European Central Bank.
- Carlton, D.W. ve Frankel, A.S. (1995a), The antitrust economics of credit card networks. *Antitrust Law Journal*, 63, 643-668.
- Carlton, D.W. ve Frankel, A.S. (1995b). The antitrust economics of credit card networks: reply to Evans and Schmalensee comment. *Antitrust Law Journal*, 63, 903-915.

- Carlton, D.W. ve Frankel, A.S. (2005), Transaction costs, externalities, and “two-sided” payment markets. *Columbia Business Law Review*, 617-640.
- Chakravorti, S. ve Emmons, W.R. (2001). *Who pays for credit cards?* Federal Reserve Bank of Chicago, Emerging Payments Occasional Paper EPS-2001-1.
- Chakravorti, S. ve Shah, A. (2001). *A study of the interrelated bilateral transactions in credit card networks*. Emerging Payments Occasional Paper Series (EPS-2001-2), Federal Reserve Bank of Chicago.
- Chang, H. ve Evans, D.S. (2000). The competitive effects of the collective setting of interchange fees by payment card systems. *Antitrust Bulletin*, 45(3), 641-677.
- Chang, H., Evans, D.S. ve Swartz, G. (2005). The effect of regulatory intervention in two-sided markets: An assessment of interchange-fee capping in Australia. *Review of Network Economics*, 4 (4), 328-358.
- Chen, K. (2007), *Dynamic competition of two-sided platforms: Differentiation, pricing, and strategies*. PhD Dissertation, Stanford University.
- Chien, Y. ve Devaney, S.A. (2001). The effects of credit attitude and socioeconomic factors on credit card and installment debt. *The Journal of Consumer Affairs*, 35, 162-179.
- Ching, A. ve Hayashi, F. (2006). *Payment card rewards programs and consumer payment choice*. Payments System Research Working Paper PSR WP 06-02, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Ching, A. ve Hayashi, F. (2010). Payment card rewards programs and consumer payment choice. *Journal of Banking & Finance*, 34, 1773–1787.
- Choi, J.P. (2007). *Tying in two-sided markets with multi-homing*. CESifo (Center for Economic Studies and Ifo Institute for Economic Research) working Paper No. 2073.
- Committee on Payment and Settlement Systems (CPSS) (2012). *Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPSS countries, Figures for 2010*. Online: Bank for International Settlements. Erişim 14 Mart 2012, <http://www.bis.org/publ/cpss99.pdf>.
- Constantine, L., Shinder, J.I. ve Coughlin K.E. (2005). In re Visa check/mastermoney antitrust litigation: a study of market failure in a two sided market. *Columbia Business Law Review*, 599-616.
- David, P.A. (1985). Clio and the Economics of QWERTY. *American Economic Review*, 75(2), 332-337.
- Delgado, J., (Haziran 2011). *The Role and Regulation of Interchange Fees for European Payment Cards* [Sempozyum], Brussels. Erişim: 19 Ağustos 2011, <http://webcast.streamdis.eu/mediasite/SilverlightPlayer/Default.aspx?peid=8ed507c5df2d4cfd8a6fc16cb4a04f011d>.

Dove Consulting ve American Bankers Association (2005). *2005/2006 Study of Consumer Payment Preferences*. Erişim: 8 Ağustos 2011, http://www.aba.com/Surveys+and+Statistics/SS_CPPS_05.htm.

Dubiecki, D., Clifford, J., Reitman, I. ve Reitman, J. (Yapımcı), Kirn, W., Reitman, J. ve Turner, S. (Senarist), Reitman, J. (Yönetmen). (2009). *Up in the air* [Film]. ABD.

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

Economides, N. (1996). The economics of networks. *International Journal of Industrial Organization*, 14, 673-701.

Economides, N. (2008). *Competition policy issues in the consumer payments industry*. New York University Law and Economics Working Papers. Paper 163.

Eisenmann, T., Parker, G. ve Van Alstyne M.W. (2006). Strategies for two-sided markets. *Harvard Business Review*, 84 (10), 92-101.

Ellis, D. (1998). The effect of consumer interest rate deregulation on credit card volumes, charge-offs, and the personal bankruptcy rate, *Bank Trends*, March, Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC). Erişim: 15 Ocak 2011, http://www.fdic.gov/bank/analytical/bank/bt_9805.html.

Erol, H. (2011). Kredi Kartı Efektif Faiz Oranı ve Maliyeti. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 141- 168), Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.

Eubanks, W.W. (2008). *Payment card interchange fees: An economic assessment*. Congressional Research Service (CRS) Report to Congress, RL 34647.

Evans, D.S. (2003a). The antitrust economics of multi-sided platform markets. *Yale Journal on Regulation*, 20(2), 325-381.

Evans, D.S. (2003b). Some empirical aspects of multi-sided platform industries. *Review of Network Economics*, 2, 191-209.

Evans, D.S. ve Noel, M. (2005). Defining antitrust markets when firms operate two sided platforms. *Columbia Business Law Review*, 3, 667-702.

Evans, D.S. ve Schmalensee, R. (1995). Economic aspects of payment card systems and antitrust policy toward joint ventures. *Antitrust Law Journal*, 63(3), 861-901.

Evans, D.S. ve Schmalensee, R. (1999). *Paying with plastic: The digital revolution in paying and borrowing*. Cambridge: MIT Press.

- Evans, D.S. ve Schmalensee, R. (2005a). *The industrial organization of markets with two-sided platforms*. Working Paper 11603, NBER Working Paper Series.
- Evans, D.S. ve Schmalensee, R. (2005b). *The economics of interchange fees and their regulation: An overview*. Proceedings – Payments System Research Conferences, Federal Reserve Bank of Kansas City, May, 73-120.
- Evans, D.S. ve Schmalensee, R. (2010). *Failure to launch: Critical mass in platform businesses*. Erişim: 04 Aralık 2011, <http://www.intertic.org/Conference/Schmalensee.pdf>.
- Farrell, J. (2005). Assessing Australian interchange regulation: Comments on Chang, Evans and Garcia Swartz. *Review of Network Economics*, 4(4), 359-363.
- Farrell, J. (2006). Efficiency and competition between payment instruments. *Review of Network Economics*, 5(1), 26-44.
- Farrell, J. ve Klemperer, P. (2006): *Coordination and lock-in: Competition with switching costs and network effects*. Competition Policy Center Working Paper Series 179157, UC Berkeley: Institute of Business and Economic Research.
- Farrell, J. ve Saloner, G. (1985). Standardization, compatibility, and innovation. *RAND Journal of Economics*, 16(1), 70-83.
- Farrell, J. ve Saloner, G. (1986). Installed base and compatibility: Innovation, product preannouncements, and predation. *The American Economic Review*, 76(5), 940-955.
- Feinberg, A. R. (1986). Credit cards as spending facilitating stimuli: A conditioning interpretation. *Journal of Consumer Research*, 13 (3), 348-356.
- Ferrando, J., Gabszewicz, J. J., Laussel, D. ve Sonnac, N. (2004). *Two-sided network effects and competition: An application to media industries*. Centre de Recherche en Economie et Statistique (CREST) Working Paper No: 2002-09.
- Fletcher, A. (2007). Predatory pricing in two-sided markets: A brief comment. *Competition Policy International*, 3(1), 221-224.
- Foer, A.A. (2010). *Electronic payment systems and interchange fees: Breaking the log jam on solutions to market power*. Erişim: 30 Haziran 2010, http://www.antitrustinstitute.org/archives/files/AAI%20Interchange%20Fees%20Commentary3.4.10_030320101629.
- Fouarge, D. (2003). *Costs of non-social policy: Towards an economic framework of quality social policies – and the costs of not having them*. Report for the Employment and Social Affairs DG, Belgium: European Commission.
- Frankel, A. S. (1998). Monopoly and competition in the supply and exchange of money. *Antitrust Law Journal*, 66(2), 313-361.
- Frankel, A. S. ve Shampine, A. (2006). The economic effects of interchange fees. *Antitrust Law Journal*, 73(3), 627-673.

- Gabszewicz, J.J. ve Xavier, Y.W. (2004). *Two-sided markets and price competition with multi-homing*. Center for Operations Research and Econometrics (CORE) Discussion Paper No. 2004/30, CORE.
- Gandal, N. (1995). *Network effects - Empirical studies*. Erişim: 20 Mart 2009, <http://www.tau.ac.il/~gandal/empirical%20studies.pdf>.
- Gans, J.S. (2007). *Evaluating the impact of the payment system reforms*. Review of Payment System Reforms 2007-08, Reserve Bank of Australia's Payment System Board, Erişim: 14 Ekim 2010, <http://www.rba.gov.au/payments-system/reforms/review-card-reforms/pdf/gans-27082007.pdf>.
- Gans, J.S. ve King, S.P. (2000). *The role of interchange fees in credit card associations: Competitive Analysis and regulatory issues*. Erişim: 09 Ağustos 2009, <http://mbs.edu.au/home/jgans/papers/interchange.pdf>.
- Gans, J.S. ve King, S.P. (2001). *The neutrality of interchange fees in payments systems*. Working Paper no. 2001-03, Melbourne Business School, University of Melbourne.
- Gans, J.S. ve King, S.P. (2003). Approaches to regulating interchange fees in payment systems. *Review of Network Economics*, 2(2), 125-145.
- Garcia-Swartz, D., Hahn, R. ve Layne-Farrar, A. (2006a). The move toward a cashless society: A closer look at payment instrument economics. *Review of Network Economics*, 5 (2), 175–198.
- Garcia-Swartz, D., Hahn, R. ve Layne-Farrar, A. (2006b). The move toward a cashless society: Calculating the costs and benefits. *Review of Network Economics*, 5 (2), 199- 228.
- Gnad, W. (1977). Regression by spline functions. *Empirical Economics*, 2(2), 69-77.
- Gonnard, R. (1938). Paranın Fonksiyonları (R-ř. Suvla, Çev.). *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Mecmuası*, 4(14), 346-360.
- Grajek, K. (2008). *Critical mass*. European School of Management and Technology (ESMT) Working Paper No. 08-004, ESMT.
- Green, W. H. (2003). *Econometric analysis*. (5.bs.). New Jersey: Prentice Hall.
- Gresvik, O. ve Haare, H. (2009a). *Costs in the Norwegian payment system*. Staff Memo No. 4. Oslo: Norges Bank.
- Gresvik, O. ve Haare, H. (2009b). Costs in the payment system. *Norges Bank Economic Bulletin*, 80, 16-27.
- Guibourg, G. ve Segendorf, B. (2004). *Do prices reflect costs? A study of the price- and cost structure of retail payment services in the Swedish banking sector 2002*. Sveriges Riksbank Working Paper Series No 172.

- Guibourg, G. ve Segendorf, B. (2007) A note on the price- and cost structure of retail payment services in the Swedish banking sector 2002. *Journal of Banking & Finance*, 31, 2817–2827.
- Gujarati, D.,N. (2002). *Basic econometrics* (4. bs.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Gündüz, H. (2009). *Çift Taraflı Pazarlarda Rekabet Hukuku Uygulamaları*. Ankara: Rekabet Kurumu.
- Habertürk (26 Eylül 2011). *Habertürk* gazetesi ağ sitesi, Erişim: 11 Ekim 2011, <http://ekonomi.haberturk.com/makro-ekonomi/haber/672982-bddknin-yeni-karari-yururlukte>.
- Hagiu, A. (2007). Merchant or two sided platform? *Review of Network Economics*, 6(2), 115-133.
- Hayashi, F. (2008a). *The economics of interchange fees and payment card fee structure: What is the optimal balance between merchant fee and payment card rewards?* Economic Research Working Paper RWP 08-06, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Hayashi, F. (2008b). *The economics of payment card fee structure: What drives payment card rewards?* Economic Research Working Paper RWP 08-07, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Hayashi, F. (2008c). *The economics of payment card fee structure: Policy considerations of payment card rewards?* Economic Research Working Paper RWP 08-08, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Hayashi, F. (2009). Do US consumers really benefit from payment card rewards? *Economic Review*, First Quarter 2009, 37-63, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Heimler, A. (2010). Payment cards pricing patterns: The role of antitrust and regulatory authorities. Krasnodebska-Tomkiel, M. (Ed.) *Changes in competition policy over the last two decades* (s.27-48). Warsaw: Office of Competition and Consumer Protection.
- Hesse, R. B. (2007). Two-sided platform markets and the application of the traditional antitrust analytical framework. *Competition Policy International*, 3(1), 191-195.
- Humphrey, D. (2010). Retail payments: New contributions, empirical results, and unanswered questions. *Journal of Banking and Finance*, 34, 1729–1737.
- Hunt, R. (2003). An introduction to the economics of payment card networks. *Review of Network Economics*, 2(2), 80-96.
- Johnston, J. ve DiNardo, J. (1997). *Econometric methods*. (4.bs.). New York: McGraw-Hill.

- Jonker, N. (2007). Payment instruments as perceived by consumers – Results from a household survey. *De Economist*, 155(3), 271–303.
- Jullien, B. (2004). *Two-sided markets and electronic intermediaries*. CESifo Working Paper Series, No. 1345.
- Kaiser U. ve Wright J. (2006). Price structure in two-sided markets: Evidence from the magazine industry. *International Journal of Industrial Organization*, 24, 1–28.
- Karahan, F. G. (2011). Kredi Kartı Düzenlemeleri ve Düzenlemelerin Kredi Kartı Faiz Oranları Üzerindeki Etkisi. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 99- 120). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Karahan, F. G. ve Çakmak, B. (2011). Türkiye Kredi Kartı Sektöründeki Gelişmeler. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 31-60). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Katz, M. L. (2001). *Reform of credit card schemes in Australia II*. Sydney. Sydney: Reserve Bank of Australia.
- Katz, M.L. (2005) What do we know about interchange fees and what does it mean for public policy? *Interchange fees in credit and debit card industries: what role for public authorities?* (s. 121-137). Federal Reserve Bank of Kansas.
- Katz, M.L. ve Shapiro, C. (1985). Network externalities, competition and compatibility. *The American Economic Review*, 75(3), 424-440.
- Katz, M.L. ve Shapiro, C. (1986). Technology adoption in the presence of network externalities. *Journal of Political Economy*, 94, 822-41.
- Katz, M.L. ve Shapiro, C. (1994). Systems competition and network effects. *The Journal of Economic Perspectives*, 8, 93-115.
- Kaya, F. (2009). *Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması*. Yayın No: 263, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Kızılot, Ş., Kılıç, C. ve Tokatlıoğlu, İ. (2010). *Kartlı Ödeme Sistemleri Ekonomik Katkılar Raporu ve 2008 Krizinde Kartlı Ödeme Sistemlerinin Olumlu Etkileri*. Ankara: Gazi Üniversitesi Maliye-Vergi Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi.
- Kızılot, Ş., Kılıç, C. ve Tokatlıoğlu, İ. (2011). *Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tasarruf Üzerindeki Etkileri ve Ekonomik Katkılar Raporu - 2011 Özeti*. BKM.
- Klee, E. (2006). *Families' use of payment instruments during a decade of change in the U.S. payment system*. Finance and Economics Discussion Paper Series, No. 2006-01, Board of Governors of the Federal Reserve System.
- Klein, B., Lerner, A. V., Murphy, K. M., ve Plache, L. L. (2006). Competition in two-sided markets: The antitrust economics of payment card interchange fees. *Antitrust Law Journal*, 73(3), 571-626.

- Landsman, V. ve Stremersch, S. (2011). Multi-homing in two-sided markets: An empirical inquiry in the video game console industry. *Journal of Marketing*, 75, 39-54.
- Lee, R. S. (2008). *Essays on platform competition and two sided markets*, PhD Dissertation, Harvard University.
- Leinonen, H. (2010) *From two-sided subsidization to transparent price competition in card payments*. Erişim; 16 Ekim 2011, http://www.ugr.es/~payment_market/leinonen.pdf.
- Leinonen, H. (2011). *Debit card interchange fees generally lead to cash-promoting cross-subsidisation*. Bank of Finland Research Discussion Papers, 3.
- Levitin, A.J. (2007). Payment wars: The merchant-bank struggle for control of payment systems. *Stanford Journal of Law, Business & Finance*, 12(2), 425-485.
- Levitin, A.J. (2008a). Priceless? The economic costs of credit card merchant restraints. *UCLA Law Review*, 55(5), 1-88.
- Levitin, A.J. (2008b). *Priceless? The social costs of credit card merchant restraints*. Business, Economics and Regulatory Policy Working Paper Series, Research Paper no 973974, Georgetown University Law Center.
- Levitin, A.J. (2008c). *A critique of the american bankers association's study of credit card regulation*. Business, Economics and Regulatory Policy, Working Paper Series Research Paper, No. 1104327, Georgetown University Law Center.
- Li, S., Liu, Y., ve Bandyopadhyay, S. (2010). Network effects in online two-sided market platforms: A research note, *Decision Support Systems*, 49, 245–249.
- Lieber, R. (8 Ocak 2010). The damage of card rewards. *New York Times*.
- Liebowitz, S. J. ve Margolis, S. E. (1995). Are network externalities a new source of market failure? *Research in Law and Economics*, 17, 1-22.
- Liebowitz, S.J. ve Margolis S.E. (1994). Network externality: An uncommon tragedy. *The Journal of Economic Perspectives*, 8 (2), 133-50.
- Mann R.J.(2006). *Charging ahead: The growth and regulation of payment card markets*. New York: Cambridge University Press.
- Marsh, L.C. ve Cormier, D.R. (2001). *Spline Regression Models*. Sage University Papers Series: Quantitative Applications in the Social Sciences, no. 07-137. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Martin, A. (4 Ocak 2010). How Visa, using card fees, dominates a market. *New York Times*.

- Mester, L. (2003). Changes in the use of electronic means of payment: 1995-2001. *Business Review*, Q3, 18-28, Federal Reserve Bank of Philadelphia.
- Norris, F. (1 Ekim 2009). Rich and poor should pay same price. *New York Times*.
- Oğuz, F. (2011). *Devlet ve Piyasa: Regülasyon Ekonomisine Giriş*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2006). *Policy round tables competition and efficient usage of payment cards*, DAF/COMP(2006)32.
- Parker G. G. ve Van Alstyne M. W. (2003). *Unbundling in the presence of network externalities and information complements, substitutes, and strategic product design*. Erişim: 12 Aralık 2011, http://idei.fr/doc/conf/sic/papers_2003/vanal.pdf.
- Prager, R.A., Manuszak, M.D., Kiser, E.K. ve Borzekowski, R. (2009). *Interchange fees and payment card networks: economics, industry developments, and policy issues*. Finance and Economics Discussion Series, 2009-23, Washington, DC: Federal Reserve Board.
- Quaden, G. (2005). *Costs, advantages and disadvantages of different payment methods*. National Bank of Belgium
- Reisinger, M. (2004). *Two-sided markets with negative externalities*. Munich Discussion Paper No. 2004-27, University of Munich.
- Rekabet Kurumu (2009). *Tüm Kartları Kabul Kuralına İlişkin Sektör Araştırması Raporu - Kasım 2009*. Erişim: 2 Kasım 2011, http://www.rekabet.gov.tr/dosyalar/images/file/4_Daire/Kart_sektor.pdf
- Republic of Korea Fair Trade Commission (KFTC) (2005). *KFTC news*. 2005-7. Erişim: 30 Haziran 2010, [http://eng.ftc.go.kr/files/bbs/2008/kftcnews\(2005july\).doc](http://eng.ftc.go.kr/files/bbs/2008/kftcnews(2005july).doc).
- Reserve Bank of Australia (RBA) (2001). *Reform of credit card schemes in Australia I: A consultation document*. Sydney: RBA.
- RBA (2002). *Reform of credit card schemes in Australia: IV Final reforms and regulation impact statement*. Sydney: RBA
- RBA (2004). *Payment System Board annual report 2004*. Sydney: RBA.
- RBA (2007). *Reform of Australia's payments system issues for the 2007/08 Review*. Sydney: RBA.
- RBA (2008). *Reform of Australia's payments system conclusions of the 2007/08 review*. Sydney: RBA .
- RBA (2009). *Payment System Board annual report 2009*. Sydney: RBA.

- Reserve Bank of Australia (RBA) ve Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), (2000). *Debit and credit card schemes in Australia: A study of interchange fees and access*. Sydney: RBA.
- Rochet, J. (2003). The theory of interchange fees: A synthesis of recent contributions. *Review of Network Economics*, 2(2), 97-124.
- Rochet, J. (2008). Competing payment systems: Key insights from the academic literature. *Payments System Review Conference (s.5-18)*. Sydney: RBA.
- Rochet, J. ve Tirole, J. (2002). Cooperation among competitors: The economics of payment card associations. *RAND Journal of Economics*, 33(4), 549-570.
- Rochet, J. ve Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
- Rochet, J. ve Tirole, J. (2004). *Two-sided markets: An overview*. Erişim: 3 Ekim 2008, http://faculty.haas.berkeley.edu/hermalin/rochet_tirole.pdf.
- Rochet, J. ve Tirole, J. (2006). Two-sided markets: A progress report. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 645-667.
- Rochet, J. ve Tirole, J. (2007). *Must-take cards and the tourist test*. DNB Working Papers, Working Paper No. 127, Netherlands Central Bank Research Department.
- Rochet, J. ve Tirole, J. (2008). Tying in two-sided markets and the honor all cards rule. *International Journal of Industrial Organization*, 26, 1333–1347.
- Rochet, J. ve Wang, Z. (2010). *Issuer competition and the credit card interchange fee puzzle*. Erişim: 20 Temmuz 2011, <http://www.webmeets.com/files/papers/ESWC/2010/1954/RochetWang-Feb2010.pdf>.
- Rochet, J. ve Wright J. (2010). Credit card interchange fees. *Journal of Banking & Finance* 34, 1788-1797.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations*. (5. bs.). New York: Free Press.
- Roson, R. (2004). *Two-sided markets*. Erişim: 3 Şubat 2010, <http://venus.unive.it/roson/papers/fusion2.pdf>.
- Roson, R. (2005). Two-sided markets: A tentative survey. *Review of Network Economics*, 4(2), 142-160.
- Rysman, M. (2007). An empirical analysis of payment card usage. *The Journal of Industrial Economics*, 55(1), 1–36.
- Schmalensee, R. (2002). Payment systems and interchange fees. *Journal of Industrial Economics*, 50(2), 103-122.
- Schmalensee, R. (2003). Interchange fees: A review of the literature. *Payment Card Economics Review*, 1, 25–44.

- Schuh, S, Shy, O, ve Stavins, J. (2010). *Who gains and who loses from credit card payments? Theory and Calibrations*. Federal Reserve Bank of Boston Public Policy Discussion Papers Series, no.10–3.
- Schuh, S. ve Stavins J. (2009). *Why are (some) consumers (finally) writing fewer checks? The role of payment characteristics*. Working Paper No. 09-1, Federal Reserve Bank of Boston.
- Schwartz, M. ve Vincent, D.R. (2002). *Same price, cash or card: Vertical control by payment networks*. Department of Economics Working Paper 02-01, Georgetown University.
- Schwartz, M. ve Vincent, D.R. (2004). *The no surcharge rule and card user rebates: vertical control by a payment network*. Erişim: 10 Kasım 2010, http://www.newyorkfed.org/research/conference/2005/antitrust/marius_schwartz.pdf.
- Semeraro, S. (2007). *Credit card interchange fees: Three decades of antitrust uncertainty*. Legal Studies Research Paper Series, San Diego, California: Thomas Jefferson School of Law.
- Semeraro, S. (2009). The reverse-Robin-Hood-cross-subsidy hypothesis: Do credit card systems effectively tax the poor and reward the rich? *Rutgers Law Journal*, 40, 419-450.
- Shampine, A. (2007). Another look at payment instrument economics. *Review of Network Economics*, 6(4), 495–508.
- Shapiro, C. ve Varian, H. (1999). *Information rules, a strategic guide to the network economy*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Soman, D ve Cheema A. (2002). The effect of credit on spending decisions: The role of the credit limit and credibility. *Marketing Science*, 21(1), 32-53.
- Srivastava, J. ve Raghurir, R. (2002). Debiasing using decomposition: The case of memory-based credit card expense estimates. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 253–264.
- Stavins, J. (2001). Effect of consumer characteristics on the use of payment instruments. *New England Economic Review*, 3, 19-31.
- Steindl, F. G. (2000). Credit cards, economization of money, and interest rates. *Journal of Economic Education*, 31(3), 271-280.
- Stiglitz, J.E. (1997). *Principles of microeconomics* (2. bs.). London: W. W. Norton & Company.
- Stiglitz, J.E. (1999). *Economics of the public sector* (3.bs.). London: W.W. Norton & Company.
- Suits, D.B., Mason, A. ve Chan, L. (1978). Spline functions fitted by standard regression methods. *Review of Economics and Statistics*, 60, 132-139.

- Sun, M. ve Tse, E. (2007). Sustainable growth of payment card networks: A two-sided market approach. *Journal of Business Strategies*; 24(2), 165- 191.
- Sunstein, C.R. (2006). Boundedly rational borrowing. *The University of Chicago Law Review*, 73, 249-269.
- Tirole, J. (1988). *The theory of industrial organization*. London: MIT Press.
- Tirole, J. (2011). *Payment card regulation and the use of economic analysis in antitrust*. Toulouse School of Economics (TSE) Notes, No. 4 - 03/2011.
- Toksöz Gür, E. ve Küçükbaşakcı, R. (2011). Kredi Kartı Sektöründe Ülke Bazında Gelişmeler: Azami Faiz Oranı Uygulamaları ve Kredi Kartı Ücret ve Komisyonları. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye’de Kredi Kartı Piyasası* (s. 169-200). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Tol, H. (2001). *Kredi Kartlarının İşletme Satışları ve Müşteri İlişkileri Üzerine Etkilerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tripsas, M., (2000). Adobe Systems, Inc. *Harvard Business Review*, December 05.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (t.y.). TCMB ağ sitesi. Erişim: 22 Şubat 2012. <http://www.tcmb.gov.tr>.
- Uzgören, N., Ceylan, G. ve Uzgören, E. (2007). Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Model Çalışması. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14, 248-256.
- Ünsal, E.M. (2007). *Makro İktisat* (7. bs.). Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Ünsal, E.M. (2010). *Mikro İktisat* (8. bs.). Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Veljanovski, C. (2006). *Network effects and multi-sided markets*. University of London Working Paper, Module 2 – Unit 7.
- Vergi Konseyi (2011). *Kayıtlı Ekonominin Geliştirilmesi Sürecinde Kartlı Ödeme Sistemleri ile Yeni Yöntem ve Teknolojiler*. Yayın No: 274, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Vickers, J. (2005). *Public policy and the invisible price: Competition law, regulation and the interchange fee* [Bildiri]. The International Payments Policy Conference, sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City, Santa Fe. Erişim: 10 Şubat 2009, http://oft.gov.uk/shared_ofs/speeches/spe0305.pdf.
- Visa USA (2006). *Visa payment panel study*. Visa USA Research Services.
- Viscusi, W.K., Vernon, J.M. ve Harrington, J.E., Jr. (2000). *Economics of Regulation and Antitrust* (3. bs.). Cambridge: The MIT Press.
- Weyl, E.G. (2006). *The price theory of two-sided markets*. Erişim: 08 Nisan 2009: http://economics.uchicago.edu/pdf/Weyl_011507.pdf

- Weyl, E.G. (2008). *Double marginalization in two-sided markets*. Erişim: 02 Aralık 2011, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1324412.
- World Bank (2008). *Balancing cooperation and competition in retail payment systems: Lessons from Latin America case studies*. The World Bank.
- Wright, J. (2001). *The determinants of optimal interchange fees in payment systems*. University of Auckland Working Paper No: 220, University of Auckland.
- Wright, J. (2003a). Optimal card payment systems. *European Economic Review*, 47, 587-612.
- Wright, J. (2003b). Pricing in debit and credit card schemes. *Economics Letters*, 80, 305-309.
- Wright, J. (2004a). The determinants of optimal interchange fees in payment systems. *Journal of Industrial Economics*, 52, 1-26.
- Wright, J. (2004b). One-sided logic in two-sided markets. *Review of Network Economics*, 3(1), 44-64.
- Yereli, A.B. ve Koç, A.F. (2010). Kredi Kartları Piyasasında Takas Komisyonunun Kamu Düzenlemesine Tabi Tutulması. 3. *Rekabet Ekonomisi ve Politikası Sempozyumu* (s. 153-211), Yayın no: 266, Ankara: Rekabet Kurumu.
- Yetim, S. (1997). *Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri*. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.
- Yıldırım Güngör, G. (2011). Kredi Kartları Taksitli ve Pesin İşlemlerinde Bankalar Tarafından Üye İşyerlerine Uygulanan İskonto Oranları. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye'de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 121-140). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Yıldırım Güngör, G. ve Yıldırım, A. (2011). Kredi Kartı Faiz Oranlarını Belirleyen Faktörlerin Tespiti. Aysan, A.F. (Ed.) *Türkiye'de Kredi Kartı Piyasası*, (s. 61-98). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Yılmaz, E. (2000). *Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Zenger, H. (2010). *Perfect surcharging and the tourist test interchange fee*. Munich Personal RePEc Archive (MPRA), Paper no. 27004, MPRA.
- Zinman, J. (2009). Debit or credit? *Journal of Banking and Finance*, 33 (2), 358-366.

EK 1

Veri Seti

Tezin 4.3. Numaralı Bölümünde Kullanılan Veriler

	GSYİH (bin\$)	Özel tüketim (bin\$)	Kişi başı GSYİH (\$)	Kişi başı tüketim (\$)	Kredi kartı toplam işlem tutarı (bin \$) ¹⁸³	Kredi kartı kart başı işlem tutarı (\$)	Toplam kredi kartı sayısı (adet)	Nüfus (bin kişi)
2000Q1	59.347.635,06	45.402.447,66	926,89	709,09	2.546.720,74	-	-	64.028,84
2000Q2	62.965.302,64	44.812.903,54	979,97	697,46	2.736.641,60	-	-	64.252,00
2000Q3	74.838.558,80	49.326.171,27	1.160,81	765,09	3.034.052,13	-	-	64.471,13
2000Q4	68.805.079,10	48.448.202,87	1.063,60	748,92	3.245.720,77	-	-	64.691,00
2001Q1	56.819.265,21	42.055.968,89	875,33	647,90	2.810.520,39	-	-	64.911,62
2001Q2	46.670.629,07	32.499.394,63	716,54	498,97	2.235.306,07	-	-	65.133,00
2001Q3	51.057.024,59	31.763.085,08	781,28	486,04	2.288.471,90	-	-	65.350,66
2001Q4	45.687.059,55	32.041.579,36	696,78	488,67	2.391.139,48	-	-	65.569,04
2002Q1	51.223.288,96	39.021.739,61	778,61	593,14	2.874.893,99	208,59	13.782.339	65.788,15
2002Q2	56.233.162,47	39.563.857,33	851,91	599,38	3.521.465,19	237,70	14.814.560	66.008,00
2002Q3	62.076.344,40	38.265.849,74	937,38	577,83	3.533.389,34	231,22	15.281.289	66.223,20
2002Q4	62.050.366,83	41.583.047,75	933,94	625,88	4.058.531,32	258,42	15.705.370	66.439,09
2003Q1	59.532.651,82	45.784.767,10	893,14	686,88	4.107.886,06	256,72	16.001.369	66.655,69
2003Q2	69.903.187,37	50.732.954,86	1.045,31	758,65	5.429.077,78	319,32	17.001.962	66.873,00
2003Q3	92.531.363,36	60.773.918,71	1.379,33	905,93	6.714.130,40	372,29	18.034.627	67.084,49
2003Q4	85.188.163,15	60.832.679,98	1.265,86	903,95	7.200.372,68	362,50	19.863.167	67.296,66
2004Q1	90.015.828,92	70.191.371,45	1.333,38	1.039,73	8.363.091,97	393,09	21.275.308	67.509,49
2004Q2	90.534.293,51	67.044.382,32	1.336,83	989,98	9.484.626,28	409,51	23.160.807	67.723,00
2004Q3	107.171.457,41	71.097.092,53	1.577,61	1.046,58	10.613.376,56	427,82	24.808.127	67.932,77
2004Q4	104.831.590,80	72.106.871,22	1.538,40	1.058,17	11.685.315,17	437,96	26.681.128	68.143,20
2005Q1	106.846.855,24	81.887.573,93	1.563,13	1.197,99	12.223.302,66	441,00	27.717.507	68.354,27
2005Q2	113.253.115,56	82.370.903,00	1.651,74	1.201,34	13.867.025,12	488,20	28.404.457	68.566,00

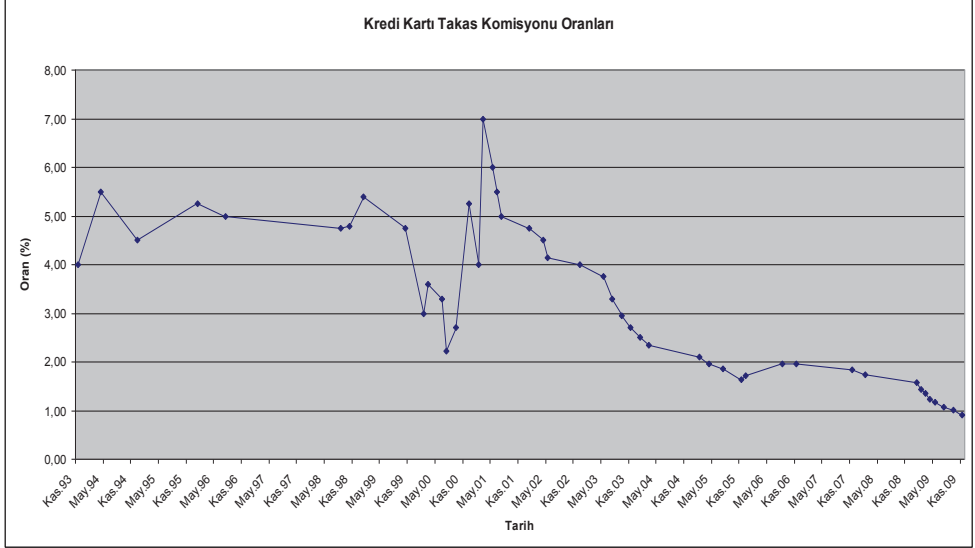
¹⁸³ Yerli Kredi Kartlarının Yurtiçi Kullanımı

2005Q3	136.055.110,71	91.367.717,96	1.978,34	1.328,55	15.067.041,32	518,65	29.050.403	68.772,32
2005Q4	127.778.321,86	91.479.367,00	1.852,42	1.326,19	15.482.152,78	516,45	29.978.243	68.979,25
2006Q1	120.747.519,76	94.098.002,53	1.745,24	1.360,06	15.399.425,20	508,71	30.271.236	69.186,82
2006Q2	126.702.947,97	91.381.106,20	1.825,82	1.316,83	16.772.275,38	536,04	31.289.405	69.395,00
2006Q3	142.717.373,35	92.856.823,22	2.050,56	1.334,17	16.931.169,00	540,68	31.314.427	69.599,10
2006Q4	138.837.084,00	95.748.020,21	1.988,96	1.371,67	18.551.568,18	571,99	32.433.333	69.803,80
2007Q1	133.843.229,89	99.229.064,42	1.911,80	1.417,37	18.737.505,87	569,07	32.926.791	70.009,10
2007Q2	152.416.721,03	109.357.071,63	2.170,71	1.557,46	23.362.207,68	676,75	34.521.062	70.215,00
2007Q3	181.096.737,62	124.246.791,42	2.571,16	1.764,02	25.810.869,40	728,28	35.440.786	70.433,97
2007Q4	185.370.169,18	132.217.922,63	2.623,65	1.871,35	29.747.247,18	796,76	37.335.179	70.653,63
2008Q1	180.184.905,31	132.946.440,69	2.542,33	1.875,81	29.892.719,25	775,75	38.534.106	70.873,97
2008Q2	190.398.619,92	132.923.761,31	2.678,09	1.869,66	32.857.942,84	812,11	40.459.990	71.095,00
2008Q3	217.884.834,80	144.145.361,92	3.054,49	2.020,75	36.677.979,19	868,50	42.231.245	71.332,56
2008Q4	152.080.584,00	107.072.369,91	2.124,89	1.496,03	27.364.285,62	630,60	43.394.025	71.570,91
2009Q1	126.055.478,64	93.604.724,52	1.755,40	1.303,50	24.518.533,11	562,98	43.551.053	71.810,05
2009Q2	146.028.070,93	107.064.682,54	2.026,76	1.485,98	29.323.735,35	666,08	44.024.068	72.050,00
2009Q3	175.234.148,81	119.444.292,23	2.424,14	1.652,36	31.414.485,53	717,11	43.807.286	72.287,08
2009Q4	171.721.357,77	121.792.284,53	2.367,76	1.679,32	31.821.892,01	716,83	44.392.614	72.524,93
2010Q1	161.102.322,48	121.689.292,73	2.214,05	1.672,39	31.132.242,36	697,05	44.662.716	72.763,57
2010Q2	174.427.256,05	124.356.693,55	2.389,32	1.703,45	34.459.221,05	752,57	45.788.648	73.003,00
2010Q3	196.849.672,78	134.340.565,68	2.687,79	1.834,29	36.233.887,53	783,93	46.221.053	73.238,61
2010Q4	204.154.675,01	144.975.463,66	2.778,56	1.973,13	38.476.969,73	819,42	46.956.124	73.474,97

EK 2

BKM Tarafından Belirlenen 1993-2009 Yılları Arasındaki Takas Komisyonu Oranları

Takas Komisyonu Oranları (1993-2009 yılları arası)



Kaynak: BKM (t.y.).

EK 3

20.02.2002 - 19.12.2008 Tarihleri Arasındaki TCMB Gecelik Faiz Oranları

TCMB Faiz Oranları (%),Gecelik (O/N)

Tarih	Borç Alma	Borç Verme	Tarih	Borç Alma	Borç Verme	Tarih	Borç Alma	Borç Verme
20.02.2002	57.00	62.00	08.09.2004	20.00	24.00	26.06.2006	17.25	20.25
14.03.2002	54.00	61.00	20.12.2004	18.00	22.00	28.06.2006	17.25	22.25
08.04.2002	51.00	58.00	11.01.2005	17.00	21.00	21.07.2006	17.50	22.50
30.04.2002	48.00	55.00	09.02.2005	16.50	20.50	14.09.2007	17.25	22.25
05.08.2002	46.00	53.00	09.03.2005	15.50	19.50	17.10.2007	16.75	21.50
11.11.2002	44.00	51.00	11.04.2005	15.00	19.00	15.11.2007	16.25	20.75
25.04.2003	41.00	48.00	10.05.2005	14.50	18.50	14.12.2007	15.75	20.00
04.06.2003	38.00	45.00	09.06.2005	14.25	18.25	18.01.2008	15.50	19.50
16.07.2003	35.00	41.00	11.10.2005	14.00	18.00	15.02.2008	15.25	19.25
06.08.2003	32.00	38.00	09.11.2005	13.75	17.75	16.05.2008	15.75	19.75
18.09.2003	29.00	35.00	09.12.2005	13.50	17.50	17.06.2008	16.25	20.25
15.10.2003	26.00	31.00	02.01.2006	13.50	16.50	18.07.2008	16.75	20.25
05.02.2004	24.00	29.00	28.04.2006	13.25	16.25	23.10.2008	16.75	19.75
17.03.2004	22.00	27.00	08.06.2006	15.00	18.00	20.11.2008	16.25	18.75
						19.12.2008	15.00	17.50

Kaynak: TCMB (t.y.).