

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN SEBEPLER VE
GELİŞİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Amanı Tawfiq Yousef ALQUDAH

Bankacılık ve Sigorta İşletmeciliği Anabilim Dalı
Bankacılık ve Sigorta İşletmeciliği Programı

AĞUSTOS, 2024

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN SEBEPLER VE
GELİŞİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Amanı Tawfiq Yousef ALQUDAH
(Y2012.17002)

Bankacılık Ve Sigorta İşletmeciliği Anabilim Dalı
Bankacılık ve Sigorta İşletmeciliği Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hüseyin SELİMLER

AĞUSTOS, 2024

TEZ SINAV TUTANAĞI

İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri üyeleri önünde, tarihinde tez savunma sınavı yapılan'nın tezi* ile** kararı verilmiştir.

JÜRİ

1. Üye (Tez Danışmanı) :.....
2. Üye :.....
3. Üye :.....

ONAY

İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
..... tarih ve sayılı kararı

(*) Oybirliği/Oyçokluğu hâli yazı ile yazılacaktır.

(**) Kabul kararı hâli yazı ile yazılacaktır.

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Sebepler ve Gelişimi” adlı çalışmanın, tez safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.
(28/08/2024)

Amanı Tawfiq Yousef ALQUDAH

ÖNSÖZ

Tez çalışmamı gerçekleştirdiğim süre içerisinde bilgi birikimini ve desteğini esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. Hüseyin SELİMLER'e sonsuz teşekkür, eder saygılarımı sunarım.

Ağustos, 2024

Amanı Tawfiq Yousef ALQUDAH



KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN SEBEPLER VE GELİŞİMİ

ÖZET

Türkiye'de kredi kartlarının kullanımını ve gelişimini etkileyen nedenleri açıklamak, bireyler, kurumlar ve bankalar için son derece önemlidir.

Bu çalışma, bireyin finansal kültürü açısından kredi kartlarının kavramlarını inceler. Kredi kartının bireyin mali gelirine dayalı olarak verilmesi, kartın nasıl kullanıldığı, kart borçları ve memnuniyet düzeyi açısından ele alınır. Finansal kültür ile kredi kartı kullanımı arasındaki ilişki ve finansal kültürün bireylerin ekonomik kararları üzerindeki etkisi incelenir. Finansal okuryazarlık nedir ve olumlu etkileri nelerdir konusuna değinir. Finansal bilgi eksikliğinin kredi kartı kullanımına etkisi ele alınır. Kredi kartı kullanıcıları için mali yönetim ve borçlarını azaltma stratejileri tartışılır. Ayrıca, kredi kartı dolandırıcılığı kavramı, yöntemleri ve bireyler ile kuruluşlar üzerindeki etkisi üzerine bir analiz yapılır. Kredi kartı kampanyaları ve tüketicilerin tepkileri de ele alınır.

Çalışmada, finansal okuryazarlık seviyesinin, ekonomik, teknolojik, psikolojik ve sosyokültürel faktörlerin kredi kartı kullanımını etkilemekte, kredi kartının gelecekteki durumunun şekillenmesinde de kritik öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Kredi kartı, Finansal Okuryazarlık, Banka.

REASONS AFFECTING CREDIT CARD USE AND ITS DEVELOPMENT

ABSTRACT

Explaining the reasons affecting the use and development of credit cards in Turkey is extremely important for individuals, institutions and banks. Explaining the reasons affecting credit card usage and development is critical for individuals, institutions and banks, especially in Turkey.

This study examines the concepts of credit cards from the perspective of an individual's financial culture. Issuing a credit card based on an individual's financial income is considered in terms of how the card is used, card debts and satisfaction level. The relationship between financial culture and credit card use and the effect of financial culture on individuals' economic decisions are examined. It touches on what financial literacy is and what its positive effects are. The impact of lack of financial information on credit card use is discussed. Financial management and debt reduction strategies for credit card users are discussed. Additionally, an analysis is made on the concept of credit card fraud, its methods, and its impact on individuals and organizations. Credit card campaigns and consumer reactions are also discussed.

In the study, the level of financial literacy, economic, technological, psychological and sociocultural factors affect the use of credit cards and are of critical importance in shaping the future development of credit cards.

Keywords: Credit card, Financial Literacy, Bank.

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	x
I. GİRİŞ.....	1
A. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı	1
B. Çalışmanın Yöntemi	4
C. İlgili Literatür	4
II. KREDİ KARTI İLE İLGİLİ KAVRAMLAR VE ÖDEME YÖNTEMLERİ	10
A. Bankacılık İle İlgili Kavramlar	10
B. Bankacılık Sektöründe Ödeme Yöntemleri	11
C. Kredi Kartı.....	11
1. Kredi Kartlarının Ortaya Çıkışı Ve Tarihsel Gelişimi	11
2. Kartlı Ödeme Sistemleri ve Kart Sistemleri	18
3. Kredi Kartlarının Genel Esasları.....	20
i. İki Taraflı Sistem.....	22
ii. Üç Taraflı Sistem	22
iii. Karma Sistem.....	23
iv. Sistemin işleyişi.....	23
i. Kredi Kartlarının Ödeme Sorumluluğuna Göre Sınıflandırılması	24
ii. Kredi Kartlarının İşlevlerine Göre Sınıflandırılması.....	25
III. KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN SEBEPLER	30
A. Kredi Kartlarının Makroekonomik Etkileri	32

1. Kredi Kartlarının Enflasyona Etkisi	32
2. Kredi Kartlarının İstihdama Etkisi	33
3. Kredi Kartlarının Para Politikasına Etkisi	34
4. Kredi Kartlarının Faiz Oranlarına Etkisi	34
5. Kredi Kartlarının Kamu Gelirlerine Etkisi	35
6. Kredi Kartlarının Turizm Sektörüne Etkisi	35
7. Kredi Kartlarının Ticarete Etkisi.....	35
B. Kredi Kartı Kullanım Etkileyen Sebepler.	36
1. Finansal Yönetim ve Borç Azaltma Stratejileri	37
2. Kredi Kartı Limitlerinin ve Özelliklerinin Değerlendirilmesi	38
3. Kredi Kartı Kullanımının Tatmin Düzeyine Etkisi.....	39
4. Kişisel Gelir Seviyelerinin Kredi Kartı Kullanımına Olan Etkisi.....	40
5. Kredi Kartı Kampanyaları ve Tüketici Tepkileri	41
6. Tüketicilerin Bu Kampanyalara Yanıtı ve Nasıl Etkilendikleri.....	42
IV. FİNANSAL OKURYAZARLIK VE KREDİ KARTI KULLANIMI	
ARASINDAKİ İLİŞKİ	44
A. Finansal Okuryazarlık ve Kredi Kartı Kullanımı Etkisi	44
B. Finansal Okuryazarlık ve Kredi Kartı Kullanımı Arasındaki İlişki	46
C. Finansal Okuryazarlık Eksikliğinin Kredi Kartı Borçlarına Etkisi	49
V. KREDİ KART KULLANIMINA İLİŞKİN TESPİT, ÖNERİ VE	
DEĞERLENDİRMELER	53
A. Kredi Kartı Kullanımının Avantajları.....	53
1. Kredi Kartı Kullanıcıları Açısından	53
2. Kredi Kartını Çıkartan Kuruluşlar Açısından	54
3. Kredi Kartı Çıkartan Kurum ile Anlaşmalı Olan İşyerleri Açısından.....	55
4. Ekonomik Etkiler	56
B. Kredi Kartı Kullanımının Dezavantajları.....	57
1. Kredi Kartı Kullanıcıları Açısından	57
2. Kredi Kartı Çıkartan Kurum ile Üye İşyerleri Açısından	58
3. Kredi Kartını Çıkartan Kuruluşlar Açısından	59
4. Ekonomik Etkiler	59

C. Kredi Kartı Dolandırıcılığı	61
1. Kredi Kartı Dolandırıcılığı Hakkında Bilgiler:	61
2. Modern Dolandırıcılık Yöntemleri ve Teknikleri	62
3. Dolandırıcılığın Bireyler ve Kurumlar Üzerindeki Etkisi	63
VI. SONUÇ	65
VII. KAYNAKLAR	69
ÖZGEÇMİŞ	76



ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1: Yıllara göre toplam kredi kartı sayıları	16
Çizelge 2: Yerli Kredi Kartlarının Yurtiçi ve Yurtdışı Kullanımı (2018-2023)	17
Çizelge 3:Kredi kartı, POS, ATM sayıları – Temmuz 2024.....	30
Çizelge 4:Bireysel Kredi Kartı Bakiyeleri	50



I. GİRİŞ

A. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Dijital bankacılığın en popüler finansal araçlarından biri olan kredi kartlarının, çeşitli ödeme seçeneklerinin yanında istenildiği zaman nakit çekilebilme gibi birçok özelliği bir arada taşıması, kredi kartlarına olan ilgiyi artırmaktadır. Nakit ödemeye alternatif bir ödeme aracı olan kredi kartları 2000’li yılların başından itibaren firmaların pazarlama, ürün tanıtımı, satış teknik ve taktiklerini güncellemesine yol açmıştır. Kredi kart kullanımının taksitlendirme, kredi, nakit puan, promosyon gibi kazançlar sağlaması, kredi kartı kullanım oranını hissedilir derecede arttırmıştır. Satış oranlarını pozitif yönde etkileyebilen kredi kartları için özellikle bankaların sürekli yenilikçi hamleler yapması neticesinde, neredeyse nakit ödemeye alternatif bir finansal araç meydana gelmiştir. Bir yandan kapıda ödeme, temassız ödeme, uzaktan ödeme, mobil ödeme ve kredi kartı ile ödeme seçenekleri geliştirilirken, diğer yandan kredi kartları harcamalarının periyodik olarak kaydedilmesi güvenli alışveriş ortamının sağlanmasına olanak sağlamıştır (Aytekin ve Yücel, 2017).

Finansal piyasalarda gerçekleşen küreselleşme ile ödeme sistemleri finansal yenilikler kazanmıştır (Yetiz ve Ünal, 2018). Bu yenilikler fon arz edenler ile fon talep edenler arasındaki ilişkiyi gerçekleştiren mali ve finansal piyasalardır. Finansal piyasalar işlem hacmine göre para piyasası ve sermaye piyasası olmak üzere ikiye ayrılırlar (Tunalı, 2020). Para piyasası; bir yıl veya daha kısa vadeli fon arz ve talebinin karşılaştığı piyasalarken, sermaye piyasası orta ve uzun vadeli fonların alınıp satıldığı piyasalardır. Para piyasalarında en çok işlem gören ödeme araçları kredi kartları, banknot, çek, poliçe ve bonolardır (Kağıticioğlu, 2016). Sermaye piyasalarında en çok işlem gören ödeme araçları ise hisse senetleri ve tahvillerdir (Gündoğdu, 2015).

Kredi kartı; bankalar ve finansal kuruluşlar tarafından sunulabilen ve hizmet satın alma ve nakit çekme amaçları için hanehalklarına yardımcı olan, mülkiyeti bankalara ait, kullanma hakkı kişilere özgü bir ödeme aracıdır. İlk kredi kartı 1894

yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Hotel Credit Letter Company tarafından çıkartılmıştır. İlk dönemlerde belirli sınırlandırmalarla nakit ödemenin yerine kullanılmaya başlanmış, daha sonraki yıllarda dönemin ihtiyaç ve isteklerine göre bankalar ve finansal aracı kuruluşlar tarafından sürekli geliştirilmiştir. Bu çalışmalar neticesinde 1950 yılında belirli bir bölge sınırlandırılması olmadan nakit para yerine ödeme aracı olarak kullanılan ilk kredi kartı merkezi New York'ta Diners Club tarafından oluşturulmuştur (Kaya, 2009).

Türkiye'de ise ilk kredi kartı 1968 yılında Koç grubuna bağlı Setur A.Ş. şirketi tarafından çıkarılmıştır. Türkiye'de 1970'li yılların ortalarından itibaren kredi kartları, nakit para için önemli bir alternatif seçenek olmuştur (Özkul ve Tapşın, 2010). Kredi kartlarının giderek yaygınlaşması hanehalklarının tercihlerine de etki yapmaktadır (Kasaian, Murthi ve Steffes, 2022). Kartlı ödeme sistemleri teknolojik ve ekonomik gelişme ve globalleşme neticesinde sıklıkla tercih edilen alternatif bir ödeme aracıdır (Sezgin, Denk ve Demir, 2018). Kredi kartları tüketicilerin para tutmanın, fırsat maliyetlerinden kaçınmasına yardımcı olarak likidite hizmeti sağlar. Özellikle kredi kartının hem borçlanma hem de ödeme aracı olma fonksiyonlarını bir arada bulundurması hanehalklarının kullanım tercihlerini olumlu yönde etkilemektedir (Koç, 2012). Bireylerin tüketim harcamaları için popüler bir ödeme yöntemi olarak kullandığı kredi kartlarının tüketici borçlanmasına aracılık etme rolü de vardır. Sağladığı kolaylık sayesinde yetmişli yılların ortalarından itibaren hem dünyada hem de Türkiye'de kredi kartı kullanımı sürekli artmaktadır. Bu artış tüketicilerin kredi kartlarının sağladığı faydalara yönelik isteklerini yansıtmaktadır. Banka, kredi kartı sektörü son yıllarda hızla büyümüş ve kredi kartı bankacılık sektörünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Klasik iktisat mübadele amacıyla parayı elde bulundurma güdüsünü, ihtiyaçları anında karşılamak için paranın elde tutulması olarak ifade ederken, kredi kartlarının da hanehalkları üzerinde aynı etkiye yol açtığı kabul edilmektedir (Turan, 2001). Yeni klasik iktisat teorisine göre, insanların tüketici davranışlarını etkileyen en önemli faktörler ekonomik ve rasyonel olan beklentilerdir. Hanehalkları harcama yaparken geliri kapsamında ihtiyaçlarını en yüksek tatmini sağlayacak şekilde bölüştürme çabası içerisindedir (Başaran, Budak ve Yılmaz, 2012). Hanehalkı tüketim harcamaları gelir seviyelerine göre toplam talep içerisinde GSYH'nın etkin kullanımı makro ekonomik

açından davranışsal ilişkiler içermektedir. Milton Friedman sürekli gelir hipotezinde tüketim harcamaları ile gelir arasında oransal bir ilişkinin varlığını savunarak sürekli gelir, beşeri servet ve finansal getirilerin tüketicilerine kullanılabilir gelirini belirleyerek hane halklarının tercihlerini etkileyeceğini savunulmaktadır (Sivri ve Eryüzlü, 2010). Türkiye’de kredi kartları kullanılarak yapılan özel nihai tüketim harcamalarına, gelirin etkisi yüksektir (Altan ve Göktürk, 2007). Öte yandan kredi kartı kullanımı akılcı/bilinçli harcamalar, tüketici davranışları, ihtiyaçlar, tutumlar, kültür, aile, referans grupları vb. daha birçok sosyo- ekonomik ve demografik faktörlerden etkilenmektedir (Cömert ve Durmaz, 2006).

Kredi kartı kullanım etkinliğini ve kredi kartı sahipliğine etki eden faktörler incelendiğinde, demografik, sosyal ve ekonomik unsurların etkili olduğu görülmektedir. Bu faktörler ise kredi kartı özelliklerine ve bankalardan alınan hizmet memnuniyetine göre kredi kartı sahipliğini etkileyebilir (Oktay, Özen ve Alkan, 2009). Kredi kartı işlem hizmetlerinin büyümesi üzerindeki güçlü etkisi hanehalklarının para arz ve talebinde gerçekleşen makroekonomik işleyiş için etkilidir (Liu, Dery ve Serletis, 2020). Nakit ödemeye alternatif bir ödeme aracı olan kredi kartları, parasal aktarım mekanizması içerisinde her geçen gün işlem hacminde ve müşteri sayısında yaşanan artışın önemli etkilerine paralel olarak devlet ve merkez bankası politikaları üzerinde önemli etkiye sahip olmaktadır (Kabaklarli, 2015).

Türkiye’deki bankaların ve kredi kartlarının kural ve standartlarını geliştirmek ve takip etmek amacıyla 1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığı ile takas, hesaplaşma, yetkilendirme ve yurtiçi kurallar geliştirme fonksiyonunu yerine getirmesi amacıyla, Bankalararası Kart Merkezi (BKM) kurulmuştur (Kaya, 2009).

Kredi kartları yoğun rekabet ortamında, harcama eğilimi üzerinde modern bir ödeme aracı haline gelmiştir (Durukan, Elibol ve Özhavzalı, 2005). Son yıllarda internet kullanımının hızla artmasına paralel olarak bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar, mobil uygulamalar ve online kanalların sıklıkla kullanılması, geleneksel alışverişin önemini azaltmaya başlamıştır. Kredi kartı kullanımının dijital bankacılık üzerinde olumlu etkileri vardır (Canatan ve İpek, 2021). Kredi kartlarının hijyenik bir ödeme kolaylığı sağlaması hanehalklarının internet üzerinden yapılan ödemeler gıda, giyim, eğitim, ulaşım, faturalar, akaryakıt ve turizm gibi daha birçok alanlarda ödeme yapabilme imkanı hanehalklarının kredi kartı kullanım tercihleri üzerinde pozitif

etkiler sağlamaktadır. Neticede kullanım kolaylığı ve güvenli ödeme seçeneklerini bir arada sağlayabilen tüm bu özellikler, hanehalklarının kredi kartı kullanım tercihleri üzerinde etkili bir faktör olduğu söylenebilir (Eren, 2020).

B. Çalışmanın Yöntemi

Araştırmanın konusu ve amacı belirlendikten sonra kaynak tarama çalışmasına geçilmiştir. Araştırmanın çeşitli bölümlerine göre, konuyla ilgili yeterli bilgi edinmek ve konuyu zenginleştirmek için konuyla ilgili daha önceki makalelerden yararlanılmıştır.

Araştırma “doküman analizi” yöntemi kullanılarak gerçekleştirilecektir. Çalışmanın literatür taramasında konu ile ilgili daha önce yazılmış makaleler, dergiler, kitaplar ve internet kaynakları taranmıştır. İnceleme, tarama ve çeviri yoluyla elde edilen veri kaynakları, “doküman analizi” yöntemi kullanılarak ayrıntılı olarak analiz edilmiş ve sınıflandırılmıştır.

C. İlgili Literatür

Karamustafa ve Biçkes (2003) Nevşehir’de demografik etkilerin ve tüketim alışkanlıklarının kredi kartı kullanıcıları üzerindeki etkilerini belirlemek üzere çalışma yapmışlardır. Çalışmada yaş, cinsiyet, eğitim, medeni hal, gelir ve iş yeri gibi değişkenler kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarında demografik değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve kredi kartlarının nakit para, alışveriş, taksit imkanı gibi özellikleri vasıtasıyla tüketim üzerinde arttırıcı etkilerinin olduğu belirlenmiştir.

Pinto, Parente ve Mansfield (2005) üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımında görülen artışın nedenlerini araştırmak üzere yaptıkları çalışmada, T-testleri yardımıyla ebeveynler, akrabalar, medya ve okullardan alınan kredi bilgileri incelenmiştir. Ebeveynler tarafından sağlanan kredi desteğinin kredi kartlarında ödenmemiş bakiye düşüklüğünün medya, eğitim, akran ve kredi olanaklarının kredi artı kullanımına önemli etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tuğay ve Başgöl (2007) Burdur ilinde yaptıkları çalışmada kredi kartlarının kullanıcılarının finansal kaynakları ve harcamaları üzerinde etkilerinin olup olmadığını kullanıcıların yaşlarını, cinsiyetlerini ve eğitim seviyelerini dikkate alarak araştırmışlardır. Hanehalklarının kredi kartı kullanım sıklığının değişkenler üzerinde pozitif etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Yazarlar, devlet ve sivil toplum kuruluşları gibi kurumların destekleriyle kredi kartı kullanıcıları için seminer, panel, konferans vb. etkinlikler düzenleyerek kredi kartı kullanıcıların bilinç düzeyinin artırılmasını önermişlerdir.

Rutherford ve Devaney (2009) çalışmalarında 2004 Tüketici Finansmanı Araştırmasında yer alan hane verilerini kullanarak Lojistik regresyon modeli yardımıyla, hanehalklarının, planlı davranışı kapsamında kredi kartlarının kullanım kolaylığını etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Analiz sonuçlarında kredi kartı kullanıcılarının alışveriş alışkanlığı, medeni hal, yaş, eğitim ve gelir seviyelerinin olumlu etkilerinin olduğu görülmüştür.

Oktay, Özen ve Alkan (2009) Erzurum merkez ilçedeki hanehalkları üzerinde yapılan anket çalışması yoluyla kredi kartı özelliği ve bankalardan alınan hizmetin memnuniyetinden kaynaklı kredi kartı sahipliğine etki eden faktörleri incelemişlerdir. Logit model analizi sonucunda kredi kartı sahipliği üzerinde meslek, gelir ve araç sahipliği gibi faktörlerin etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca kredi kartının tüketim artırıcı özelliği olduğunu düşünenlerin kredi kartı edinmedikleri yönünde çıkarımda bulunmuşlardır.

Khare, Khare ve Singh (2012) Hindistan'ın altı metropol şehrinde kredi kartı kullanımında kredi kartı özelliklerinin, yaşın ve cinsiyetin etkilerini araştırmışlardır. Elde edilen bulgularda, yaş değişkeni gençlerin tercihlerinde daha etkili olduğu, kadın ve erkek bireylerin kredi kullanımını tercih ettikleri gözlemlenmiştir.

Yayar ve Karaca (2012) Sivas ilinde tüketicilerin kredi kartı sahipliğini etkileyen faktörleri belirleyebilmek için; 18 yaş üzeri kişilere anket uygulamışlardır. Anket yöntemi ile elde edilen veriler Binom Logit modeli yardımı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında cinsiyet, hane reisinin eğitim düzeyi, yaş, medeni durum, ev hanımı istihdamı, ailede gelir sahibi kişi sayısı ve kredi kartı borcunun ödenmesi gibi

değişkenlerin kredi kartı sahipliği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Mercatanti ve Li (2014) İtalya’da gelir anketi verilerini kullanarak hanehalklarının banka kartlarına olan tutumlarını, logit modeli yardımıyla analiz etmişlerdir. Yapılan analiz sonuçlarında, İtalya’da hanehalklarının harcamalarında kredi kartı kullanımının gelirle pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Dong (2014) Çin’de yaşayan kredi kartı kullanıcıları üzerinde yaptığı ampirik çalışmada, logit ve sıralı logit modellerini kullanarak, yaşın, medeni halin ve hane büyüklüğünün kredi kartı kullanım artış hızının belirlenmesi kapsamında etkili faktörler tespit edilmek istenmiştir. Tüm değişkenlerin etkili olduğu çalışmada, hanehalklarının her birinin en az bir tane kredi kartı tercih ettiği ve bu tercihin giderek artacağı yönünde fikirler sunulmuştur.

Ünal, Düğer ve Söylemez (2015) ekonomi okuryazarlığının kredi kartı kullanım tercihleri üzerinde etkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. Veriler öğrenciler üzerinde yapılan anket çalışması yardımı ile elde edilip, çoklu regresyon modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Ekonomi okuryazarlığı ileri seviyede olan bireylerin, ekonomik alanda daha bilinçli hareket ettiği ve kredi kartı kullanımı üzerinde pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Amendola, Pellicchia ve Sensini (2015), 1991-2010 dönemini kapsayan İtalyan hane panel veri setini kullanarak kredi kartı sayısını etkileyen gelir, eğitim düzeyi, demografik, sosyoekonomik ve coğrafi faktörleri analiz etmişlerdir. Kredi kartı kullanımı üzerinde tüm değişkenlerin etkili faktör olduğu söylenilebilir.

Gan, Cohen, Tran, Dong ve Wang (2016) Logit modeli yardımıyla kredi kartı sahibi olmadaki etkenleri ve kredi kartı limitinin etkilerini incelemek üzere yaptıkları çalışmada Çin’nin Hebei eyaletinde ikamet eden 409 kullanıcıyla konuşularak elde edilen verilerden yararlanmışlardır. Çalışmanın sonucunda kullanımda avantaj, kredi kartı faizleri, talepler, hanehalklarının fert sayısı, kupon, medeni hal, limit ve yaş durumlarının kredi kartı kullanım tercihlerini etkilediği tespit edilmiştir.

Basnet ve Adonsou (2016) Tobit model yardımı ile internet üzerinden yapılan alışverişlerin, kredi kartı borçlanmalarına karşı etkisinin olup olmadığını, 2013 tüketici

finansmanı anketi verileri yardımıyla araştırmışlardır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde, aşırı borçlanmalara karşı eğitim alınması gerektiği ve eğitimin olumlu etkilerinin olduğu yapılan çalışmada ortaya konmuştur.

Amendola, Pellecchia ve Sensini (2016) çalışmalarında İtalya’da hanehalklarının kredi kartı kullanımını etkileyen faktörler sayım veri modelleriyle analiz edilmiştir. Analizde kullanılan sosyo-ekonomik değişkenler; yaş, cinsiyet, belediye büyüklüğü ve gelirdir. Yazarlar sosyo-ekonomik değişkenlerle birlikte coğrafi konumun etkisinin de önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Azman, Hamdan, Suki ve Shari (2017) sosyo-ekonomik ve psikolojik faktörlere bağlı olarak kentte yaşayan hanehalklarının borçlanmadaki amaçlarını Sabah ve Sarawak kent bölgesinde yaşayan 143 hanehalkına ilişkin verilerden yararlanarak lojistik regresyon modeli yardımı ile araştırmışlardır. Analiz sonuçlarında yaş, eğitim seviyesi, gelir ve hanehalklarının tasarruf tercihi ve kredi kartı kullanımındaki özel durumlar gibi faktörlerin, kentte yaşayan hanehalklarının borç kullanma durumu üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Kredi kartı kullanımının aşırı borçlanmalara karşı, bilinçli hareket edilmesinin eğitim desteğiyle çözüme kavuşturulacağı fikri önerilmiştir.

Lin, Revindo, Gan ve Cohen (2019) Çin’li tüketicilerin kredi kartı harcamaları ve kartla finanse edilen borçları etkileyen faktörleri 2013 yılı hanehalkı finansmanı araştırmasından elde edilen verileri kullanarak en küçük kareler yöntemi ile analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarında kredi limitinin kart harcamaları ve kart borçları üzerinde pozitif, yaş, cinsiyet ve gelir üzerinde negatif etkisinin olduğu tahmin edilmiştir.

Yücel ve Çiftçi (2019) üniversite öğrencilerinin kredi kartı tercih etmelerinde demografik etkilerin olup olmadığını ANOVA ve t-testi gibi parametrik testler kullanılarak araştırmışlardır. Çalışmada sınıf, cinsiyet ve gelir değişkenleri kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarında öğrencilerin %62.3’ünün kredi kartı kullanmayı tercih ettiği ve kullanılan değişkenlerin kredi kartı kullanım tutumunda etkili faktörler olduğu, hanehalklarının gelir seviyesinin duygusal, kavramsal ve güven açısından önem arz ettiği tespit edilmiştir.

Ayla, Dilek, Pilatin ve Bayrak (2020) hanehalklarının kredi kartı sahiplik ve kullanımında etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında, Doğu Karadeniz bölgesinde (Artvin Rize Gümüşhane Trabzon Giresun Ordu) bölgelerinde ikamet eden hanehalklarına yüz yüze anket çalışması yapmışlardır. Yazarlar hanehalklarının taksitli alışveriş ve ödeme kolaylığı gibi özelliği sayesinde kredi kartı kullanımını tercih ettiği, buna karşın harcamalarda artışlara sebep olduğu düşüncesinden hareketle de kredi kartı kullanımını tercih etmediklerini saptamışlardır.

Köktürk ve Çetinkaya (2020) kredi kartı kullanımında etkili olabilecek faktörleri varyansların homojen dağılması durumlarında ANOVA testi, varyansların homojen dağılmaması durumlarında ise Welch testi yardımıyla araştırmışlardır. Gruplar arasındaki yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, aylık gelir, demografik özellikler ve meslekler gibi farklılıkları dikkate alarak yaptıkları araştırmada, bankaların güvenilirliği, şube sayıları, faiz oranları, ATM sayıları, pos cihazları, sunulan hizmetin kalitesi gibi durumların hanehalklarının kredi kartı kullanımında etkili olduğunu belirlemişlerdir.

Koşaroğlu, Ünal ve Yalman (2020) çalışmalarında hanehalklarının aylık ortalama gelirlerinin kredi kartı ve nakit para tercihlerindeki etkilerini araştırmışlardır. Anket yöntemi ile elde edilen veriler Ki-kare testi yardımı ile analiz edilmiştir. Aylık ortalama gelir, nakit para, taksitli alışveriş, borçlanma, tasarruf, online alışveriş, gayrimenkul, gıda, ulaşım ve temizlik alanları üzerinde anlamlı ilişkilerin olduğu, covid-19 salgınında aylık gelir ile kredi kartı kullanım oranlarında bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Hohnen ve Hansen (2021) Danimarka hanehalklarının kredi tüketimi, finansal risk, banka ve kredi kartı borcu, gelirlerine orantılı olarak kredi kullanıp kullanmadıkları, alınan kredilerin ve kredi kartı borçlarını ödeyebilme kapasitesini, (banka kredileri ve kredi kartı borcu) sosyodemografik idari kayıt verilerini kullanarak incelemişlerdir. Yüksek gelirli kredi ve kredi kartı gibi borçların ödemelerinde sıkıntı yaşamazken, orta ve düşük gelirli hanehalklarının ödemede sıkıntı yaşadıkları sonuçlar arasındadır. Hanehalklarının gelir seviyesinin kredi ve kredi kartı kullanımı üzerinde çok etkili bir faktör olduğu söylenilebilir.

Canatan ve İpek (2022) ARDL sınır testi yöntemiyle mobil bankacılık işlemlerinin bankaların net karlarına etkilerini belirlemek istedikleri çalışmada, kredi kartı kullanımının dijital bankacılık üzerinde olumlu etkilerinin olduğu ve bu etkilerin online alışverişlerin artması, ödeme kolaylığı sağlaması ve pandemi nedeniyle temassız ödemelerin tercih edilmesi gibi faktörlerin kredi kartı kullanımını büyük oranda arttırdığı bulgular doğrultusundaki çıkarımları arasındadır.

Karaaslan (2022) hanhalklarının kredi kartı kullanımı ve online alışveriş tutumlarını etkileyen faktörleri araştırmak üzere yaptığı çalışmada, TÜİK verilerinden yararlanmış ve probit regresyon modeli kullanmıştır. Çalışmada demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin hanhalkı kredi kartı kullanımı ve online alışveriş tutumları üzerinde pozitif etkilerinin olduğu saptanmıştır.

II. KREDİ KARTI İLE İLGİLİ KAVRAMLAR VE ÖDEME YÖNTEMLERİ

A. Bankacılık İle İlgili Kavramlar

Bankalar, tüzel ve gerçek kişilerin birikimlerini toplayarak, bunları kazanç sağlayıcı işlere kredi kullandırmak şeklinde kanalize eden, bireysel ve ticari ödemelere aracılık yapan, çek ve senet tahsili, para nakli, havale, emanet kabulü, EFT gibi çeşitli hizmetler sunan ve bunlar karşılığında faiz, komisyon, masraf, vadesiz mevduat ve kambiyo geliri elde eden finansal araçlardır. Bankaların gelirinin temelini geleneksel olarak para alırken uyguladığı fiyat (faiz) ile satarken uyguladığı fiyat (faiz) arasındaki fark oluşturmaktadır. Ancak modern bankacılıkta faiz dışı gelirlerin de önemi artmış ve faiz gelirleri kadar önemli hale gelmiştir. Bankalar, fon fazlası olan kişilerden kaynakları toplayarak fon talepkarlarına kredi olanağı sağlayan aracı vazifesi görmektedirler. Böylece bankalar değişimin gerçekleşmesini sağlayan düzenleyiciler olarak da tasarruflar ile yatırımlar arasında en uygun akışı sağlayarak önemli bir görevi yerine getirmektedirler. Ayrıca bankalar küçük miktardaki tasarrufların bir havuzda biriktirilerek büyük yatırımların finanse edilmesine olanak sağlamaktadırlar. Bu sayede de ekonomideki sürekli fon ihtiyacını karşılayarak sürekliliği sağlama noktasında büyük öneme sahiptirler. Bankaların günümüzde, para, kredi ve sermayeye ilişkin konularına önemli görev ve fonksiyonları vardır. Günlük hayatın, yurt içi ve yurt dışı ödeme işlemlerinin düzenli olarak yürütmesi ancak bankaların varlığı ile mümkün olabilmektedir.

Banka, çeşitli mevduatları kabul eden, elde ettiği kaynakları verimliliği maksimum kılarak farklı kredi işlemlerinde kullanmayı amaçlayan ya da faaliyetlerinin temel konusu düzenli bir sistemle kredi almak ya da kredi vermek olan ekonomik bir kuruluştur. Farklı bir ifadeyle banka, para, kredi ve sermaye konularına giren her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen, özel veya kamusal kişilerle işletmelerin bu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerinde bulunan ekonomik birimdir. En basit tanımını ise şöyle yapabiliriz: Bankalar faizle para alıp veren, kredi,

iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarında para, değerli belge, eşya saklayan ve bunun dışındaki diğer ekonomik etkinliklerde bulunan kuruluşlardır (MEB, 2008).

B. Bankacılık Sektöründe Ödeme Yöntemleri

İnsanoğlu, tarihin erken dönemlerinde sınırsız olan ihtiyaçlarını karşılamak için takas yöntemi, madeni paralar, senetler, çekler, banknotlar, tahviller gibi araçlar ve yöntemler geliştirmiştir (Davies, 2010).

Çekler sahibinin hesabına ilişkilendirilmiş ve üzerinde tutar bilgisi bulunmayan kâğıt formlarda oluşur. Esasen alıcının doldurup satıcıya verdiği kâğıt formlardır. Satıcı çeki bankasına verir, banka işlemi gerçekleştirir ve birkaç gün sonra para alıcının hesabından düşülür. Hızlı ödemeye yönelik artan eğilimle birlikte, çekler yavaş ve biraz modası geçmiş olarak görülmektedir. Senet ise “bir kimsenin ödemeye ya da yapmaya borçlu olduğu şeyi göstermek üzere imzalayıp ilgiliye verdiği belge” olarak tanımlanabilir. Bunlar gibi ödeme yöntemleri günümüzde halen kullanılırlar da her geçen gün kullanım kolaylığı anlamında önemlerini yitirmektedirler.

Özellikle Sanayi Devrimi sonrasında büyük bir hızla büyüyen küresel ticaret hacmi (Ashworth, 2017) kullanımı daha kolay ve hızlı ödeme araçlarını zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde bilgi teknolojileri alanında yaşanan yüksek ivmeli gelişmelerle birlikte, ödeme yöntemlerinin geçirdiği bu gelişim süreci, kripto para birimlerinin ödeme araçlarına dönüşmesine dair tartışmaları başlatmış; çok yüksek tutarlı ödemelerin dahi milisaniyeler içerisinde tamamlanabilmesini mümkün kılan bu teknolojinin geleceğin ödeme aracı olacağının gündeme gelmesini sağlamıştır (Todorov, 2017). Ödeme araçlarının binyıllardır süren ve gelecekte de süreceği anlaşılan bu gelişim sürecinde en yaygın kullanılan türlerinden biri kredi kartı olmuştur.

C. Kredi Kartı

1. Kredi Kartlarının Ortaya Çıkışı Ve Tarihsel Gelişimi

Bu bölümde kredi kartlarının Dünya’da ve Türkiye’de nasıl ortaya çıktığı ve nasıl bir tarihsel süreçten geçtiği konusunda bahsedilmektedir.

a. Kredi Kartlarının Dünyada Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

Kredi kartı, kart sahibi kişilerin mal ve hizmet satın almak için yaptıkları alışverişleri, nakit ödemek yerine taksitli bir şekilde ödeme imkânı sunar ve ilk olarak 19. yüzyılın sonlarında, Amerika Birleşik Devletleri'nde piyasaya çıkmıştır (Yılmaz, 2000). Dünya'da ilk kredi kartını 1894 yılında, ABD'deki Hotel Credit Letter Company şirketi çıkarmıştır ve bu kart o dönemde sadece turizm alanında kullanılan bir kart olarak kredi kartı tarihinin başlangıcını oluşturur (Baydemir, 2004). Bunun akabinde, 1914 yılında Western Union Bank “Şimdi al sonra öde” kampanyası ile tanıttığı bir kredi kartı çıkarmıştır. 1915 yılında bazı otel, mağaza ve telgraf şirketleri müşterilerine bozuk para veya metal jeton şeklinde olan ve bir aylık kredi yerine geçen bir sistem sunmuşlardır. Bu para ve jetonların üzerinde müşterilerin hesap numaraları yer almaktaydı. General Petroleum Corporation of California ise 1924'de sadece çalışanlarına ve önemli müşterilerine sunduğu ilk petrol kredi kartını çıkarmıştır. Diğer petrol şirketleri de bu gelişmeden sonra müşterilerine, sadece benzin alırken kullanabilecekleri bir kart vermiştir. Fakat bu kartlar çok dar bir coğrafi alanda kullanıma sahipti. Tüm bu süreçlerden sonra büyük mağazalar, satışlarını yükseltmek için müşterilerine, aylık kredilendirme yapılmasını sağlayan kartlar vermişlerdir. Üzerinde müşteri hesap numaralarının bulunduğu bu kartlar tam bir kredi kartı sayılmasa da kredi kartlarının ortaya çıkmasına önemli bir katkı sağlamıştır.

1929 yılındaki Dünya Ekonomik Buhranı ile kredi kartlarının gelişimi büyük oranda yavaşlamış ve hatta durma noktasına gelmiştir. Yine 1939-1945 yılları arasındaki II. Dünya Savaşı döneminde kredi kartlarının kullanımı Amerika Birleşik Devletleri'nde yasalarla kısıtlanmıştır. Kredi kartı sektörü savaş sonrasında tekrar gelişmeye başlamış ve çeşitli kartlar piyasaya çıkmıştır.

1950'li yıllara gelindiğinde ise ABD'de Diners Club'un kurucusu Frank Mc Namara tarafından bir kredi kartı ortaya çıkarılmıştır. Bu kart kredi kartlarına günümüzdeki şeklini veren ilk kart olarak kabul edilir. Bahsedilen kart yemek ve seyahatlerde hesabın ödenmesini sağlar ve ortaya çıktığı andan itibaren önce ABD'de, ardından da Avrupa'da hızla yayılmıştır. Diners Club' un çıkardığı kartın önemli bir özelliği de, ilk uluslararası kart olmasıdır. Yine 1950 yılında İngiliz Otel ve Lokantalar Birliği (British Hotel and Restaurant Association-BHR) de kendi kredi kartını çıkartmıştır (Kaya, 2009).

Diners Club'un kredi kartından sonra, 1951 yılında Franklin National Bank kredi kartı çıkarmıştır. 1952 yılında ise Standart Oil of California "Chevromatic" adında "charge plateleri" çıkartmıştır. ABD'de kredi kartlarına gösterilen yoğun ilgi diğer bankaların da bu konuya yönelmelerine sebep olmuş ve sonrasında 1958 yılında Bank of America, "Bank Americard" isimli ilk uluslararası kartı; American Express Company ise "American Express" adındaki kredi kartını çıkararak sektöre giriş yapmıştır (Yılmaz, 2000). Kredi kartı piyasaya çıkaran bankalar, hesap dönemi sonunda borçları ödenmeyen kartlara 1959 yılında ilk kez faiz işletmeye başlamışlardır (Kaya, 2009). 1965 yılında ise Bank of America başka bankaların "Bank Americard"ı çıkarabilmesi için lisans vermeye başlamıştır.

Tüm bu gelişmelerden sonra 1965 yılında ABD'deki 14 banka, Bank Americard'a rakip olarak Interbank Card Association (Bankalararası Kart Birliği) adlı uluslararası kart sistemini kurmuştur. 1969'da ise Interbank Card Association (Bankalararası Kart Birliği) "Master Charge" adını kullanmaya başlamıştır. 1970-1974 yılları arasında ABD dışındaki bankalar da "Master Charge"a katılmışlardır. Bankaların küçük bir bölümü kendi özel kredi kartlarını çıkarmayı tercih ederken, büyük çoğunluğu ya Master Charge ya da Bank Americard çıkarmayı tercih etmiştir. 1970 yılında Master Charge hem ABD hem de diğer ülkelerdeki piyasalarda açık ara lider konumda iken, zamanla Bank Americard Master Charge'ye yetişmiş ve hatta sonrasında onu geçerek pazar lideri olmayı başarmıştır (Çırpan, 2000). 1979 yılında "Interbank Master Charge" "Master Card" adına geçerken; 1980 yılında da "Bank Americard" ismini değiştirerek "Visa Card" adını almıştır. Ve bu iki ödeme sistemi, iki büyük rakip olarak günümüze kadar gelmişlerdir (Kaya, 2009).

Seyahat ve eğlence kartlarında da büyük bir rekabet söz konusuydu. American Express Diners Club'u ezici bir üstünlükle geçerek Pazar lideri konumuna gelmiştir.

Tüm bu gelişmelerden sonra İngiltere'deki bankalar da harekete geçmiş ve National Westminster Bank, Lloyds Bank, Midland Bank, Royal Bank of Scotland, Williams and Glyn's Bank yeni bir kredi kartı çıkarmak amacıyla "Joint Credit Bank Company Limited Şirketini" kurmuşlardır. "Joint Credit Bank Company" 1972 yılında "Access" i çıkarmıştır (Çırpan, 2000).

1972'den sonra dünya genelinde kredi kartlarının kullanımı hızla yayılmaya başlamıştır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, Avrupa'da, Amerika Birleşik Devletleri'ne göre daha sonraki yıllarda olmuştur. Bunun sebebi o dönemde Avrupa'da garantili çeklerin kullanılıyor olmasından dolayıdır (Karabulut, 2008).

1970'li yılların sonlarına doğru bankalar kendi özel ATM sistemlerini kurmaya başlamıştır. Nakit veren makine olarak bilinen ATM sistemlerini Visa ve Master Card sahipleri de kullanabilmekteydi. ATM'ler 1980'li yıllarda tüm dünyada hızlı bir şekilde yayılmaya devam etmiştir. 1983 yılında Master Card ilk kez kartlarda hologramı uygulamıştır. 1986 yılında Visa, Plus ATM kartlarını dağıtmaya başlamış ve kart sahiplerinin banka hesaplarından nakit çekebilmelerine imkân vermiştir. 1988 yılında da Master Card, Cirrus ATM kartı programını başlatmıştır (Sungur, 2013). 1992 yılında ise Eurocard ve Eurocheque birleşmiş ve bu birleşimden Europay International kurulmuştur (Çırpan, 2000).

Kartların bugünkü haline gelmesinin ilk adımları ise 1996 yılında New York'da çıkarılan akıllı kartlar (Smart Card) aracılığıyla olmuştur.

1997 yılına gelindiğinde Greenpeace bir İngiliz bankasıyla birlikte, şeker ve tahıldan yapılan dünyanın ilk çevreci kredi kartını üretmiştir (Çırpan, 2000).

Eurocard, American Express, Visa, Master Card, Diners Club gibi kartlar kredi kartı piyasasında en başarılı olan kartlar arasına girmeyi başarmıştır.

b. Kredi Kartlarının Türkiye'de Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de ilk kredi kartı uygulaması 1963-1964 yıllarında başlamıştır. Bu yıllarda İstanbul Turizm, "Le Diners Club" ve "Carte Blanche" adındaki iki kredi kartını çıkarma yetkisi almasına rağmen, 1968 yılında bu yetkisini Diners Club International ve Koç grubuna bağlı Setur A.Ş.'ye satmıştır. Türkiye'deki ilk kredi kartı böylece 1968 yılında Diners Club International ve Setur A.Ş. tarafından çıkarılmıştır (Sungur, 2013). Bunun hemen arkasından Türk Ekspres Havacılık ve Turizm Ltd. Şti. "Amerikan Express" kartlarını çıkarmıştır. 1975 yılına kadar sadece bu iki kart piyasada faaliyet göstermiştir. 1975 yılından sonra Interbank Grubuna bağlı olarak Eurocard, MasterCard ve Access kredi kartlarının piyasaya girdiği görülmektedir. Daha sonra bu üç kartın temsilciliği Anadolu Kredi Kartları Turizm A.Ş.'ye devredilmiştir (Yılmaz, 2000).

1980 yılından itibaren bankalar da kredi kartlarına olan yoğun ilgiyi ve sektördeki kârlılığı fark edip kredi kartı çıkarmaya başlamış ve böylece kredi kartı sektöründeki gelişim daha da hızlı bir şekilde artmaya devam etmiştir. Bununla birlikte 1975 yılından sonra MasterCard, Eurocard, Access ve VisaCard piyasaya girmiş ve anlaşmalı işyerlerinde kartların kullanılma imkânı doğmuştur (Kaya, 2009).

1984 yılında Koç grubu American Bankası'nın uluslararası American Express (Amex) kartını piyasaya sunarken, sonraki yıllarda bu kartı Akbank, Egebank ve Türkiye İş bankası da piyasaya sunmuştur. 1987'de Amex üye işyeri faaliyetlerini sürdürmek amacıyla Türkiye ofisini kurmuş, fakat kart piyasasında önemli bir başarı elde edemediği için 1994 yılında Türkiye ofisini kapatmıştır (Sungur, 2013). İktisat Bankası ve İmar Bankası da 1986 yılında VisaCard ile bu sektöre giriş yapmıştır (Kaya, 2009). 1984 yılında bankalar kart ihracına başlamıştır (Çırpan, 2000).

1990 yılına gelindiğinde Akbank T.A.Ş., İktisat Bankası T.A.Ş., Osmanlı Bankası A.Ş., Pamukbank A.Ş., Türk Dış Ticaret Bankası A.Ş., Türkiye Emlak Bankası A.Ş., Türkiye Garanti Bankası A.Ş., Türkiye Halk Bankası A.Ş., Türkiye İş Bankası A.Ş., Türkiye Tütüncüler Bankası A.Ş., Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O., T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve Yapı Kredi Bankası A.Ş. bir araya gelerek 'Bankalararası Kart Merkezi A.Ş.'yi (BKM) kurmuşlardır. Bankalararası Kart Merkezi A.Ş. kurulana kadar bankalar birbirlerinden olan kart alacaklarını, satış belgelerini birbirlerine vererek yapıyorlardı. Fakat BKM'nin kurulmasıyla kart sahiplerinin yaptıkları alışverişlerden kaynaklanan borç ve alacak işlemlerinin bankalar arasındaki takası BKM bünyesinde yer alan bir takas merkezi aracılığıyla gerçekleştirilmeye başlamıştır (Baydemir, 2004).

2010 yılında ülkemizdeki POS sayısı 2.102.585 adet iken, bu sayı 2019 yılında 2.911.909 adete ulaşmıştır. Ayrıca 2016 yılında POS sayısı 2.499.319 iken, 2017 yılında POS sayısında ciddi bir düşüş olmuş ve 2.169.471 adete kadar gerilemiştir. Bunun sonrasındaki iki yılda POS sayılarında tekrar artış yaşanmıştır.

POS terminallerinin artışıyla birlikte kredi kartı kullanımı artışı da büyük bir hız kazanmıştır. 1997 yılında ilk ortaklı(co-branded) kredi kartı piyasaya çıkmıştır. 1999 yılında Esbank ve Tuzcular Şirketi market ve bakkallar için Smart Kart ile dahili ödeme sistemi oluşturmuştur (Çırpan, 2000).

Türkiye’deki kredi kartı pazarının büyük bir kısmını bankaların uluslararası organizasyonlarla imzaladıkları lisans sözleşmeleri çerçevesinde çıkardıkları Visa, EuroCard/MasterCard, American Express gibi kartlar oluşturmaktadır.

2000’li yıllara gelindiğinde her kesimin ihtiyacına yönelik kartlar çıkarılmıştır. 2000 yılında BKM ve üye kuruluşları chip ve pin uygulamasına geçiş kararı almışlardır. 2006 yılında Avrupa’nın ilk temassız kredi kartı Türkiye piyasasına giriş yapmıştır. BKM, 2007 yılında internetten yapılacak alışverişlerin daha güvenli olması için BKM 3D Secure sistemini oluşturmuştur (Kaya, 2009).

2006 yılında 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu yürürlüğe girdi. Bu kanun, kredi kartı kullanıcılarının haklarını koruma altına aldı ve kredi kartı piyasasını düzenledi. Asgari ödeme oranları ve kredi kartı limitleri gibi konular bu kanunla belirlendi.

2013 yılında Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), kredi kartı taksit sınırlamaları ve asgari ödeme oranları gibi konularda yeni düzenlemeler getirdi. Bu düzenlemeler, kredi kartı borçlanmasını kontrol altına almak amacıyla yapıldı.

2020 ve sonrasında COVID-19 pandemisi, kredi kartı kullanımında önemli değişikliklere yol açtı. Temassız ödeme teknolojileri ve dijital bankacılık hizmetleri öne çıktı. Bu dönemde, nakit avans limitleri ve taksit sayılarıyla ilgili düzenlemeler yapıldı.

Bankalararası Kart Merkezi verilerine bakıldığında kredi kartı sayılarının yıllara göre dağılımı şöyledir:

Çizelge 1: Yıllara göre toplam kredi kartı sayıları

YILLAR	TOPLAM KREDİ KARTI SAYISI
2023	117.713.320
2022	99.489.990
2021	83.791.396
2020	75.697.214
2019	69.825.826
2018	66.304.603
2017	62.453.610
2016	58.795.476
2015	58.215.318
2014	46.956.124

Kaynak : Bankalararası kart Merkezi (BKM), www.bkm.com.tr

Kredi kartı pazarındaki tüm bu gelişmeler sonucunda bireyler satın alacakları ürün ve hizmetleri artık nakit olarak almak yerine kredi kartı ile almayı tercih etmeye başlamıştır.

Çizelge 2: Yerli Kredi Kartlarının Yurtiçi ve Yurtdışı Kullanımı (2018-2023)

	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Kredi Kartı sayısı (milyon adet)	117,7	99,4	83,7	75,6	69,8	66,3
İşlem Sayısı (milyon adet)	8.404.004	6.112.456	5.112.213	4.104.325	4.137.375	3.716.851
İşlem Hacmi (milyon TL)	5.508.165,31	3.444.158,35	1.103.891,86	777.044,06	708.414,35	604.584,01
İnternetten Yapılan İşlem Sayısı (milyon adet)	529.662.975	487.558.925	391.019.995	330.980.565	284.655.424	228.393.762
İnternetten Yapılan İşlem Hacmi (milyon TL)	2,013.651,75	1.251.78,75	452.941,66	277.696,43	221.272,89	189.721,48

Kaynak : Bankalararası kart Merkezi (BKM), www.bkm.com.tr

Türkiye'de 2024 yılında kredi kartlarına ilişkin son düzenlemeler ve kanun değişiklikleri aşağıdaki gibidir:

1. Kredi Kartı Limiti ve Taksit Sınırlamaları:

- İlk yıl için kredi kartı limiti, aylık ortalama net gelirin 2 katı, ikinci ve sonraki yıllar için ise 4 katı ile sınırlandırılmıştır.
- Nakit avans taksit sayısı 12 aydan 3 aya düşürülmüştür ve nakit avans çekim tutarı kredi kartı limitinin %25'i ile sınırlandırılmıştır.

2. Asgari Ödeme Tutarı:

- Kredi kartı dönem borcunun asgari ödeme tutarı, borcun %20'sinden aşağı olamaz.
- Bankaların, kart limiti belirlerken geliri belgeleyemeyen kişiler için toplam limit 5.000 TL'ye yükseltilmiştir.

3. Faiz Oranları ve Diğer Kısıtlamalar:

- Kredi kartı nakit avans işlemlerine uygulanan faiz oranları %4.42 seviyesine yükseltilmiştir.

- Tüketimi kısıtlamak amacıyla kredi kartı alışverişlerinde ve nakit çekimlerinde taksit sayısı için ilave tedbirler alınacaktır.

Bu düzenlemeler, tüketimi kontrol altına almak ve ekonomik istikrarı sağlamak amacıyla uygulanmaktadır. Yeni düzenlemelerin etkilerini gözlemlemek için bankaların ve kullanıcıların bu değişikliklere uyum sağlaması beklenmektedir.

2. Kartlı Ödeme Sistemleri ve Kart Sistemleri

Kartlı ödeme sistemlerini yedi başlık altında inceleyebiliriz. Bu sistemlerden American Express ve Diners Clup seyahat ve eğlence kartları grubunda, Master Card ve Visa kredi kartı grubunda, Eurocheque ve Postcheque uluslararası çek sistemi grubunda yer alan kart türleridir (Atay, 1993). Türkiye'nin ilk ve tek yerli ödeme sistemi olan Troy ise, bu ödeme sistemlerine alternatif olarak ortaya çıkmış bir uygulamadır.

a. American Express

American Express Company, merkezi New York olan bir nakliye şirketi olarak 1850 yılında hayatımıza girmiş, sonrasında seyahat çeki hizmeti sunan bir şirket halini almıştır. 1891 yılında dünyanın ilk seyahat çeki olan "Travellers Check"i; 1958 yılında ilk seyahat ve eğlence kartını çıkarmaya başlamıştır (Americanexpress, 2019). Birçok şube açarak müşterilerine farklı ülkelerde hizmet vermeye devam etmiş, hizmet verdiği ülke sayısını da sürekli arttırmayı başarmıştır. 1986 yılı sonunda çok sayıda farklı para birimleriyle işlem gören kartlar çıkarmıştır (Çırpan, 2000).

Şirket ayrıca kart müşterilerinin kullanabileceği bir bankamatik şebeke sistemi kurarak hizmet vermeye başlamıştır.

American Express'in seyahat çeki, ATM kartı ve kredi kartı alanında ürünleri bulunmaktadır.

b. Diners Club

Diners Club 1950 yılında kurulmuş, seyahat ve eğlence kartı pazarında faaliyette bulunan bir şirkettir. Daha çok New York ve çevresindeki otel ve restoranlarda geçerli bir karttır ve kurucusu Frank McNamara'dır. Frank McNamara bir gün restoranda yemek yemiş, cüzdanını diğer takım elbisesinde bıraktığı için hesabı

ödeyememiş ve karısından onu kurtarması için yardım istemiştir. Karısı restorana gelmiş ve hesabı ödeyerek sorunu çözmüş, fakat bu olay Frank McNamara için bir dönüm noktası olmuş ve Diners Club'u kurmuştur. Bir yıl sonra da Dünya'nın ilk çok amaçlı şarj kartını çıkarmış, ardından 1955 yılında franchising ağı ile Avrupa, Asya ve Orta Doğu pazarında hızlı bir şekilde yayılmıştır (Dinersclub, 2019). 1981 yılında Citicorp şirketi satın almış, aynı grubun seyahat ve eğlence kartı olan Carte Blanche bünyesine katmıştır (Çırpan, 2000).

Günümüzde ise Diners Club International Ltd., ABD finansal hizmetlerindeki en iyi markalardan biri olan Discover Financial Services bünyesinde yer alan önemli bir bankacılık ve ödeme hizmeti şirketidir (Dinersclub, 2019).

c. Mastercard ve Ortakları

Interbank Card Association (Bankalararası Kart Merkezi-ICA) 1966 yılında Amerika'daki 17 finans kurumunun anlaşmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu 17 banka piyasada en fazla paya sahip olan Bank of America'nın çıkarmış olduğu "Bank Americard"ı kullanmayan kuruluşlardı ve bu bankalar güçlerini birleştirerek ICA'yı (Bankalararası Kart Merkezi) kurmuşlardır (Çırpan, 2000).

1969 yılında ICA "Master Charge" ismini ve kesişen daireler logosunu almış, 1974 yılında ise İngiltere "Access" ile sisteme dahil olmuştur. Master Charge ismi ise 1979 yılında günümüzdeki halini almış ve "Master Card" olarak değiştirilmiştir. Master Card 1980'li yıllarda ilk ticari kredi kartını piyasaya sürmüş, 2002 yılında Europay International ile birleşmiş, 2006 yılında New York Borsası'nda işlem görmeye başlamıştır. Master Card ve Europay International'ın ATM kartı, borç kartı ve kredi kartı ürünleri bulunmaktadır (Mastercard, 2019).

d. Visa

Bank of America 1950 yılında "Bank Americard"ı çıkarmış, 1969 yılında ilk ATM makinesini kullanıma açmış, 1976 yılında ise "Bank Americard" "Visa" adını almıştır. Bugün Bank of America'nın Amerika Birleşik Devletleri'nde 400.000'in üzerinde, dünya çapında 3 milyon ATM'si bulunmaktadır (Bankofamerica, 2019).

Visa'nın seyahat çeki ve kredi kartı alanında ürünleri bulunmakta olup, kredi kartı alanında "Premier (Gold)", "Classic" ve "Electron" olmak üzere üç farklı türde kartı bulunmaktadır.

e. Eurocheque (Euro Çek)

14 Avrupa ülkesindeki bankaların birbirlerinin çeklerini bozarken ortaya çıkan sorunlarına karşı bir standart sağlanması amacıyla oluşturulmuş bir sistem olup, 1968 yılında uygulanmaya başlanmıştır. 1974 yılında ise bazı Avrupa ülkeleri tek bir "Eurocheque" sistemine geçmişlerdir (Çırpan, 2000).

Zaman içinde banka kartlarının ortaya çıkması çek garanti kartı sisteminin kullanımını büyük oranda azaltmış ve bu sistem 2002 yılının sonuna doğru tamamen sona ermiştir.

f. Postcheque (Posta Çeki)

Eurocheque sistemine alternatif olarak çıkarılan Avrupa posta çeki sistemidir. Postcheque daha az maliyetli olduğu için kişiler tarafından tercih edilen bir sistem olmayı başarmıştır. Kullanılabilmesi için müşterilerin öncelikli olarak bankada bir posta çeki hesabı açtırmaları gerekmektedir. Postcheque'ler Eurocheque'lerden daha geniş bir alanda faaliyette bulunan bir çek sistemidir. Postcheque'ler yerel para birimiyle yazılmakta ve bozdurma sırasında herhangi bir masraf alınmamaktadır (Baydemir, 2004).

g. Troy

Troy(Türkiye'nin Ödeme Yöntemi), BKM tarafından kurulan Türkiye'nin ilk ve tek yerli ödeme sistemidir. BKM, Troy faaliyetleri için 31 Mart 2016 tarihinde BDDK'dan kartlı sistem kurmak üzere faaliyet izni almıştır. Troy kredi kartı, banka kartı ve ön ödemeli kart hizmeti sunmaktadır. 2017 yılında 'Discover card' ağı aracılığıyla dünya genelinde kabul edilmeye başlamıştır (Troy, 2021).

3. Kredi Kartlarının Genel Esasları

Kredi kartlarının genel esaslarını dört bölüm altında incelemek mümkündür. Bunlar; kredi kartlarının tanımı, kredi kartı sisteminin tarafları, kredi kartlarının sınıflandırılması, kredi kartlarının olumlu ve olumsuz yönleri şeklindedir.

a. Kredi Kartlarının Tanımı

Literatüre baktığımızda kredi kartlarının çok çeşitli tanımları mevcuttur. Bu tanımlardan bazıları şunlardır:

Bir tanıma göre kredi kartı; çeşitli alanlarda ürün ve hizmet sunan işyerlerinde para yerine kullanılabilen ve kullanımı belirli bir bölge ile sınırlı olmayan ödeme araçlarıdır (Uludağ & Arıcan, 2001).

Bankalararası Kart Merkezi'nin kredi kartı tanımı; "bankalar ve çıkartmaya yetkili kuruluşların müşterilerine belirli limitler dâhilinde açtıkları kredilerle, nakit kullanmaksızın mal ve hizmet alımı, nakit kredi çekme imkânı sağlamak için verdikleri ödeme aracı" olarak ifade edilmiştir.

Yılmaz (2000) kredi kartını; "kişinin nakit ödeme yapmadan da mal ve hizmet satın almasını sağlayan, aynı zamanda banka şubeleri ve atm'lerden kredi çekme imkânı veren bir ödeme ve kredi aracıdır." şeklinde tanımlamıştır.

5464 sayılı ("Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu," 2006)'nın 3. maddesinde ise kredi kartından; "Nakit kullanmadan mal ve hizmet alımı veya nakit çekme olanağı sağlayan basılı kartı veya fiziki varlığı bulunmayan kart numarasını ifade eder." şeklinde bahsedilmiştir.

Başka bir tanımda Baydemir (2004) kredi kartından "Banka ve kartlı sistem kurma veya kart çıkarma amacıyla kurulmuş şirketlerin kendi kurdukları sistem çerçevesinde yurt içinde ya da yurt dışında kartlı sistem kurma ya da kart çıkarma amaçlarıyla kurulmuş şirketler ile yaptıkları anlaşmalara dayanarak, sahipliği kendilerine ilişkin olmak üzere çıkardıkları, taşıyana mal, hizmet veya para sağlama ile her türlü ödemeleri yapma olanağı sağlayan karttır." şeklinde bahsetmektedir.

Zarakolu (2003)'nun kredi kartı tanımı, "Banka tarafından ticari amaçla kullanmamak kaydı ile tüketicilerin mal ve hizmet almalarını finanse etmek amacıyla gerçek kişilere açılan kredilere dayanılarak verilen, kart sahiplerinin aldıkları mal ve hizmetleri bununla ödeme imkanı sağlayan kartlardır." şeklindedir.

b. Kredi Kartı Sisteminin Tarafları

Kredi kartlarını çıkaran kuruluşlara baktığımızda bankaları, özel kredi kartı kuruluşlarını ve bazı ticari kuruluşları sayabiliriz. Bazı kredi kartları sadece o kartı

çıkaran kuruluştaki kullanılırken bazıları ise kartı çıkaran kuruluşun anlaşma yaptığı diğer işyerlerinde de kullanılabilir.

Kredi kartı sisteminin taraflarına baktığımızda bunları üç gruba ayırabiliriz.

i. İki Taraflı Sistem

İki taraflı sistemde taraflardan biri kartı çıkaran ve kredi kartı kabul ederek ürün ve hizmeti pazarlayan işletmeler iken, diğer taraf ise kredi kartı kullanan, ürün ve hizmeti satın alan müşterilerdir (Koç, 2013).

Ürün veya hizmeti sunan işletme, alışveriş için sadece kendi işyerinde geçerli olan bu kartı müşterilerine verir, müşteriler de verilen kart ile ürün/hizmeti satın alırlar. Kartın sahibi olan müşteri, kartı başka herhangi bir işletmede kullanamaz. Sadece o işletme veya o işletmenin herhangi bir şubesi varsa orada kullanabilir.

Ürünü satan işletme alışverişten sonra müşteriye harcamalarını gösteren bir hesap özeti gönderir ve müşteriden borcunu ödemesini ister. Müşteri borcunu taksitle ya da peşin olarak ödeme imkânına sahiptir.

Öğretide basit kart, tacir kart, satıcı kredi kartı, işletmeye özgü kart diye de nitelendirilen bu sistemdeki kartın gerçek anlamda bir kredi kartı sistemi oluşturmadığı açıktır. Çünkü ticari işletme bu kartı çıkarmaya gerek olmadan da müşterilerine taksitle mal satabilir (Teoman, 1996).

ii. Üç Taraflı Sistem

Bu sistemde kartı çıkaran işletme, kart hamili ve üye işyeri olmak üzere üç taraf bulunmaktadır. Kartı çıkaran işletme piyasaya kartı sunar ve aynı zamanda mal ve/veya hizmet sunan işletmelerle üyelik sözleşmesi imzalar. Bu sözleşme ile kart hamili, üyelik sözleşmesini imzalayan tüm ticari işletmelerde nakit kullanmaksızın kartıyla alışveriş yapma imkânına sahip olur.

Bu sistemde kartı çıkaran kuruluş üyelik sözleşmesi imzaladığı tüm işletmelere karşı, kart hamilinin yaptığı alışveriş bedellerinin ödenmeme riskini de üstüne almış olur. Yani kart hamili kart borcunu ödemezse kredi kartını çıkaran kuruluş üye işyerine borcu ödemeyi taahhüt eder.

Sistemin işleyişi şu şekildedir. Kartı çıkaran kuruluş, üye işyerine, kart hamilinin yaptığı alışveriş sonucu oluşan borcunu öderken; diğer taraftan da kart

hamiline belirtilen zamanda borcunun tamamını veya asgari tutarını ödemesi gerektiğini bildiren bir hesap özeti gönderir. Kart hamili de bu süre içinde borcunu ödemeye çalışır. Borcun tamamının ödenmediği durumda kart hamilinin borcuna faiz işletilir.

Burada önemli olan nokta şudur. Alışveriş yapılan üye işyeri, kart hamili borcunu ödese de ödemesi de kartı çıkaran kurumdan, kart hamilinin yaptığı harcama tutarını tahsil eder.

Eğer üye işyerinde POS terminalini koyan bankadan başka bir bankanın kredi kartı kullanılırsa, bu sefer dört taraflı bir sistem oluşmuş olur. Hatta bu durum Visa, Mastercard gibi uluslararası kartlarda meydana gelmişse beşli bir ilişki söz konusu olur (Reisoğlu, 2004).

iii. Karma Sistem

Karma sistemin hem iki taraflı sistem hem de üç taraflı sistem ile benzer noktaları bulunmaktadır. Karma sistemde, kart mal ve hizmeti sunan işletmeler tarafından çıkarılır, bu bakımdan iki taraflı sisteme benzemektedir. Fakat diğer taraftan kart hamili, bu kartı, sadece kartı çıkaran işyerinde kullanmakla sınırlandırılmamıştır; anlaşmalı diğer işyerlerinde de kartı kullanma hakkına sahiptir. Bu durum karma sistemi iki taraflı sistemden ayıran ve üç taraflı sisteme yaklaştıran bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Baydemir, 2004).

Kısacası, mal veya hizmet sunan bazı ticari işletmelerin, kendi aralarında anlaşmak suretiyle ortak kredi kartı çıkararak, bu kartı sadece ihraç eden kuruluştaki değil, anlaşmaya taraf diğer işletmelerde de kullanmasına olanak tanıyan sistem karma sistem olarak ifade edilir. Karma sisteme dayalı kredi kartları ya aynı bölgede ya da aynı branşta kullanılabilen kartlardır. Bu sistemde kartı çıkaran kurum diğer yandan da üye işyeri olarak farklı iki işlev görebilmektedir (Teoman, 1996).

iv. Sistemin işleyişi

Kredi kartı çıkaran kuruluşlar, bu kartların yurtiçinde ve yurtdışında kullanılabilmesi için Bankalararası Kart Merkezi ile sözleşme imzalayıp üye olmak zorundadırlar; aksi durumda ihraç ettikleri kartlar kullanılamaz. Ayrıca kredi kartı çıkaran kurumlar isteyen her kişiye kartını vermez; kişilerin kartı alabilmesi için belirli

kriterleri sağlaması gerekir. Kredi kartı çıkaran kuruluş, kart başvurusunda bulunan kişinin yaş, cinsiyet, meslek, gelir durumu gibi bilgilerine bakarak bir puanlama yapar ve kişinin kart vermeye uygun olup olmadığına karar verir; gerekli puanı alan kişiye kartını çıkarır.

5464 sayılı ("Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu," 2006)'nın 9.maddesine göre; "Kart çıkaran kuruluş tarafından bir gerçek kişinin sahip olduğu tüm kredi kartları için tanınacak toplam kredi kartları limiti, ilk yıl için, ilgilinin aylık ortalama net gelirinin iki katını, ikinci yıl için ise dört katını aşamaz".

Kredi kartları, mal veya hizmet satın almak için, işyerlerinde imprinter ya da POS cihazlarında, nakit kredi çekmek amacıyla banka şubeleri ve ATM'lerde, ayrıca telefonla sipariş, mail order ve internette yapılan ticarete kullanılabilmektedir (Yılmaz, 2000).

c. Kredi Kartlarının Sınıflandırılması

Kredi kartlarını, ödeme sorumluluğuna ve işlevlerine bakarak çeşitli gruplara ayırabiliriz.

i. Kredi Kartlarının Ödeme Sorumluluğuna Göre Sınıflandırılması

Kredi kartları ödeme sorumluluğuna göre bireysel müşteri kartı ve şirket kartları olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır.

Bireysel Müşteri Kartları

Bir banka ile bir gerçek kişi arasında yapılan sözleşme sonucunda verilen kredi kartlarıdır. Karttan yapılan harcamaların tüm sorumluluğu sadece kart sahibi gerçek kişiye aittir. Bireysel kredi kartlarını sadece sözleşmeyi imzalayıp adına kart çıkarılan kişi kullanabilir. En yaygın kullanılan kart türü bireysel kartlardır.

Şirket Kartları

Şirket kredi kartı bir tüzel kişilik veya tüzel kişiliğin yetkilisi olan gerçek kişi adına düzenlenebilen ve tüzel kişiliğin yetkilileri tarafından kullanılabilen kartlardır. Özellikle iş için seyahat eden iş insanlarına, firmaların üst düzey yöneticilerine ve pazarlama elemanlarına verilen kartlardır Takan ve Acar Boyacıoğlu (2015). Şirket kartlarından yapılan harcamalardan tüzel kişiliğin kendisi sorumludur, bireysel olarak şirket yetkililerinin bir sorumluluğu bulunmamaktadır.

Kredi kartında hem tüzel kişi hem tüzel kişiyi temsil eden gerçek kişinin adı birlikte yer alabilir. Böyle bir durumda sorumluluk iki tarafa da aittir; yani kredi kartından yapılan harcamalardan tüzel kişi şirket ve gerçek kişi birlikte sorumlu olur (Kaya, 2009).

ii. Kredi Kartlarının İşlevlerine Göre Sınıflandırılması

Kredi kartlarını işlevlerine göre klasik ve premium kartlar, ortak kartlar, sanal kartlar ve akıllı kartlar olmak üzere dört grupta toplayabiliriz.

Klasik Kart ve Premium Kartlar

Kredi kartlarını müşterilerin ekonomik durumlarına göre klasik kart ve premium kartlar olarak da sınıflandırmak mümkündür.

Klasik kartlar, ödeme gücü daha az olan müşterilere sunulan kartlardır. Premium kartlar ise daha üst düzey gelir grubuna sahip olan müşterilere bankaların sunduğu kartlardır. Premium kartlar hem yurtiçinde hem de yurtdışında kullanılabilir bir özellikte olup; hesap özeti yurtdışında yapılan kart harcamaları için dolar ve euro üzerinden, yurtiçi harcamaları için ise TL üzerinden sunulur.

Premium kartların “Word Signia”, “Platinum”, “Gold” ve “Black” olmak üzere 4 çeşidi bulunmaktadır. Gold ve Platinum kartlar klasik kartlara göre bazı üstün yanları olan kartlardır. Gold kartın üstünlükleri şöyledir:

- Harcama ve işyeri limitleri daha yüksektir.
- Gold kart sahipleri çeşitli sigorta imkânlarından ücretsiz olarak yararlanma hakkına sahiptir (Kaya, 2009).

Platinum kartlar, Gold kartların sunduğu hizmetlerin yanında ekstra birtakım üstünlüklere de sahip kartlardır. Bu üstünlükleri şöyle sıralayabiliriz:

- Çiçek gönderir.
- Tiyatro, sinema ve konserlere rezervasyon yaptırır.
- Seyahat bileti olarak verilen adreslere ulaştırır (Kaya, 2009).

Ortak Kartlar

Ortak kartları mal ve hizmet üreten işletme ile banka ortaklaşa çıkarır. Bu kartların diğer kredi kartlarından tek farkı, kartın sahibine ekstra bir takım avantajlar

sunmasıdır. Ortak kartlarda, kredi kartının üzerinde banka, kart sistemi sağlayıcısı ve işyerinin logo veya isimleri bulunmaktadır (Yılmaz, 2000). Bu kartlar dünyada ilk olarak General Motors (GM) ve Master Card işbirliği ile ortaya çıkmıştır.

Mağaza kartları sadece kartı çıkaran işletmenin şube ve mağazalarında geçerli iken; ortak kartlar dünyada kartlı ödeme yapılabilen tüm işletmelerde geçerli olan kartlardır. Ortak kartları genel olarak iki başlık altında inceleyebiliriz.

Co-Brand Kartlar

Bilinen ünlü bir marka ile bir bankanın anlaşarak ortaklaşa bir kart çıkarmasına dayalı bir sistemdir. Co-Brand Card, hem marka, hem banka, hem de kart kullanıcısına bazı avantajlar sağlar. Markalar bu kart ile daha çok insan tarafından tanınabilir, aynı zamanda marka imajlarını güçlendirerek pazarda rekabet avantajı yaratabilir ve pazar paylarını büyütebilirler. Kart kullanıcısı ise o markanın kampanyalarından haberdar olur; ürünlerini satın alırken promosyonlardan yararlanma imkânına sahip olur. Co-Brand Kartlar, kart kullanıcılarına anında indirim, hediye çeki, puan (bonus) kazanma imkânı, taksitli alışveriş imkânı, kayıp çalıntı kart sigortası gibi avantajlar sunar (Kaya, 2009).

Affinity Kartlar

Affinity Kartlar dernek, vakıf, spor kulübü gibi daha çok sosyal bir amaca hizmet eden kuruluşların kullandığı bir kart sistemidir. Türkiye’de bankalar çeşitli üniversite mezunlarına, bazı vakıf, dernek ve spor kulüplerine Affinity Kart çıkarmaktadır (Yılmaz, 2000). Bu kartlar diğer kredi kartları gibi kart sahibine avantaj sağlamak amacıyla çıkarılmaz. Kart sahibinin üyesi olduğu kuruluşa yapılan işlemler üzerinden bir komisyon ödenmesi işlevi görür (Kaya, 2009).

Sanal Kartlar (Virtual Cards)

Sanal kartlar sadece internet ortamında geçerli olan; bu sebeple çalınma ya da kaybolma gibi bir durum olursa negatif bir risk barındırmayan kartlardır. Sadece internet üzerinden yapılan alışverişlerde kullanılabilirler ve bir ana kredi kartına bağlı olarak çalışırlar. Üzerinde manyetik şerit ve chip bulunmadığı için fiziken yapılan alışverişlerde geçersiz olan kartlardır. Sanal kartın numarası ve güvenlik kodu ana karttan farklıdır. Kartın üzerinde kartı çıkaran banka ve sistemi sağlayan kuruluşun

logosu bulunur. Sanal kartların limiti başlangıçta sıfır TL'dir; kart hamili daha sonra sanal kartın limitini kendisi belirler. Her alışveriş esnasında kart hamili tarafından kullanılabilir bir limit tahsis edilir. Yapılan alışverişler asıl kartın limitinden düşer fakat asıl kartın bilgileri internette kesinlikle paylaşılmaz. Sanal kartla yapılan alışverişlerde, diğer tüm kartlar gibi taksit yaptırma imkânı da söz konusudur. Kart hamili isterse limiti sıfırlayıp kartını kullanıma da kapatabilir.

Sanal kart hamili internet bankacılığında veya çağrı merkezi aracılığıyla istediği an limitini belirleyebilir ya da sıfırlayabilir. Ayrıca tüm dünyada vefat, sürekli sakatlık ve ferdi kaza sigortasından faydalanma imkânına sahiptir. Sanal kartlar mail order ve telefon order işlemlerinde de kullanılabilir (Kaya, 2009).

Order işlemleri, ürün satan işletmelerin internet ortamında ya da posta yoluyla almış oldukları siparişlerin ödemesini alırken, kredi kartının fiziki olarak pos cihazından geçirilerek değil de; bunun yerine sadece kart hamilinin verdiği kart bilgilerinin pos cihazına tuşlanmasıyla ödemenin yapılmasını sağlayan bir sistemdir (Hürriyet, 2018).

Mail order işleminde, kart hamili kredi kartı bilgilerini genellikle faks yoluyla alışveriş yapılan işyerine gönderir. İşyeri, gönderilen bu kart bilgilerini fiziki pos makinesine girer ve ödemeyi tahsil eder.

Ürünü satan üye işyerlerinin mail order işlemi yapabilmesi için kredi kartını çıkaran banka tarafından mail order yetkisi alması gerekir. Mail order işleminde kart hamili, alışveriş yaptığı işyerine mail order talep formu, kart numarası, kartın geçerlilik tarihi ve CVV2 numarası bilgilerini gönderir. Üye işyeri de üye işyeri yetkilendirme talep formu ile birlikte Kredi Kartları Merkezi'nden yetkilendirme alır. Bu yetkilendirme numarası ile üye işyerine alışveriş bedeli ödenir (Kaya, 2009).

Malı satan işletme elektronik ortamda tüketiciye teslim edilen gayri maddî malların ve sunulan hizmetlerin teslimatının ayıpsız olarak yapıldığını ispatla yükümlüdür. Alışveriş esnasında müşteri ile malı satan işletme hiç karşı karşıya gelmediği için, müşterinin bir itirazı söz konusu olursa ispat yükümlülüğü malı satan işletmeye aittir ("Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun," 2003).

Akıllı Kartlar (Chipli Kart/Smart Kart)

Akıllı kartlar bir entegre devrenin oluşturulması, bunun üzerine bir işletim sistemi ve çeşitli uygulamaların eklenmesi, ardından kişiselleştirme işlemi yapılan chipin bir plastik karta yerleştirilmesi sonucu ortaya çıkan kartlardır (Kaya, 2009). Akıllı kartlar manyetik kartlara göre daha güvenilir, kart bilgilerinin çalınmasının daha zor olduğu, daha kullanışlı olan ve işlem maliyetlerinin daha düşük olduğu kartlardır. Bunun yanı sıra akıllı kartlar manyetik kartlara göre 80 kat daha fazla bilgi ve program depolayabilir.

1994 yılında Europay, Master Card ve Visa tarafından yapılan ortak çalışmalar sonucu geliştirilen EMV sertifika programı, chipli kartların kullanımı konusunda işlerliğin sağlanmasına yönelik standartlar oluşturan ve chipli kartlarla işlem yapılabilmesini sağlayan uluslararası bir sertifika programıdır. EMV programı chipli kartların güvenliği konusunda iki önemli soruna çözüm bulmuştur. Bu çözümlerden ilki her akıllı kartın üzerinde kart sahibinin belirleyeceği bir şifre olmasıdır. Kartın POS cihazında işlem yapabilmesi için mutlaka bu şifrenin doğru bir şekilde girilmesi gerekmektedir; şifre yanlış girildiği takdirde işlem gerçekleşmez. Şifrenin birkaç defa yanlış girilmesi halinde ise kart bloke olur ve kullanıma kapatılır. Kart güvenliği konusunda bulunan ikinci çözüm ise kart üzerindeki bilgilerin kopyalanamamasıdır. Şifrelenmiş olan bu bilgiler kartın kullanıldığı bu terminallerde, terminal tarafından kontrol edilmekte ve detaya dışarıdan bir müdahale olduğu tespit edildiği anda işlem gerçekleştirilememektedir (Kaya, 2009).

EMV standartlarındaki akıllı kartlar sayesinde kayıp, çalıntı kart ve kart dolandırıcılığı konusunda insanların başına gelen mağduriyetler büyük ölçüde azalmıştır. Türkiye, Dünya’da akıllı kart sistemine geçişi tamamlayan ülkeler sıralamasında ilk üç içine girmeyi başarmıştır.

Akıllı kartlar manyetik kartlara göre daha dayanıklı olan kartlardır. Ayrıca elektromanyetik alanlardan ve X ışınlarından etkilenmez. Akıllı kartlara gömülü olan mikroçip her türlü ortama dayanabilecek bir yapıda üretilmekte ve kartın başkaları tarafından kullanılmasını imkânsız hâle getirmektedir.

Mikroçipler kumdan (quartz) üretilmektedir. Kum sıvı hâle getirilip bir takım kimyasal işlemlerden geçerek silikon halini alır. Eritilen silikona bir mono kristal

ekirdeęi eklenir ve yavaş yavaş oluşan bu kristalden 5 metre uzunluğunda bir silikon parça elde edilir. Bu parçadan da binlerce chip üretilir (aktaran Yılmaz, 1998). Akıllı kartlara akıllı olma özelliğini bu mikroçipler vermektedir.



III. KREDİ KARTI KULLANIMINI ETKİLEYEN SEBEPLER

Kullanımı etkileyen sebepleri açıklamadan önce kredi kartı, ATM, POS, üye işyeri ve ödeme kaydedici cihaz verilerinin Temmuz 2024 itibariyle sayıları şu şekildedir.

Çizelge 3:Kredi kartı, POS, ATM sayıları – Temmuz 2024

	2024 Temmuz
Kredi Kartı Sayısı - Adet	124.878.671
Banka Kartı Sayısı	190.972.500
Ön Ödemeli Kart Sayısı	96.674.062
ATM	53.574
POS	1.955.389
Üye İşyeri Sayısı	5.598.510
Ödeme Kaydedici Cihaz	2.418.299
Temassız Kredi Kartı Sayısı	93.526.705

Kaynak : TBB ve BKM

Yukarıda yer alan verileri özetlenirse; Temmuz 2024 itibariyle Türkiye’de 124,8 milyon adet kredi kartı vardır. Yine bu kartlar yaklaşık 38 milyon birey tarafından kullanılmaktadır. Bunun yanında, kişiler tarafından ATM işlemleri ve alışverişlerde kullanılan 190,7 milyon adet banka kartı vardır.

Ön ödemeli kartlar ise, kredi kartlarının yapabildiği birçok işlemi yapmaya imkan veren, bir banka hesabına ihtiyaç duymadan harcama yapmayı sağlayabilen kartlardır. Bunlarında sayısı da ihraç eden kuruluşların artmasına bağlı olarak da artmakta ve sayısı 96,7 milyon adede ulaşmıştır.

Yine kredi ve banka kartının kullanım adet, tutar ve alanının genişlemesine etki eden ATM ve POS sayıları da sırasıyla 53.574 ve 1.955.389 adettir. Bunların sayıları ve dağılımları, kredi ve banka kartının kullanımını arttıran faktörlerdir.

Ödeme kaydedici cihaz, yazar kasa olarak bilinen klasik ödeme kaydedici cihazlar ile alışverişlerde bankacılık kartları için kullanılan POS cihazlarının özelliklerini bir arada bulunduran ve teknik özellikleri Gelir İdaresi Başkanlığı’nca

belirlenen cihazdır. Kredi kartı kullanıcıları mal ve hizmet alımı sonrası kredi kartlarını bu cihazlarda kullandıklarında kredi kartı slipi ile fiş aynı ana cihaz tarafından üretilmektedir.

Temassız kredi kartları ise POS cihazına fiziksel olarak temas ettirilmeden gerekli miktarın satıcı kasasına aktarılmasına olanak tanımakta ve satın alma işleminin bu sayede hem hızlı hem de güvenli bir şekilde tamamlanmasını sağlamaktadır.

Kredi kartı kullanımını etkileyen sebepler aşağıdaki ana faktörleri sıralayabiliriz:

Ekonomik Faktörler:

Gelir Düzeyi: Gelir düzeyi, kredi kartı kullanımını doğrudan etkiler. Yüksek geliri bireyler kredi kartlarını daha sık kullanabilirler ve borçlarını ödeme kapasiteleri daha yüksektir. Araştırmalar, gelir seviyesinin kredi kartı sahipliği ve kullanım sıklığı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir (Lee & Kwon, 2002).

Faiz Oranları: Kredi kartı faiz oranları, kullanıcıların kart kullanma eğilimlerini etkiler. Yüksek faiz oranları, kullanıcıları kredi kartı kullanmaktan caydırırken, düşük faiz oranları kredi kartı kullanımını teşvik edebilir (Gross & Souleles, 2002) .

Enflasyon: Enflasyon oranları arttığında, bireyler enflasyonist baskılardan korunmak amacıyla kredi kartı kullanımını artırabilirler. Bu durum, özellikle yüksek enflasyon dönemlerinde daha belirgin hale gelir.

Sosyal ve Demografik Faktörler:

Yaş ve Eğitim: Genç bireyler ve yüksek eğitim seviyesine sahip kişiler kredi kartlarını daha sık kullanma eğilimindedir. Yaşlı bireyler ise kredi kartı kullanımında daha temkinli olabilirler.

Cinsiyet: Bazı araştırmalar, erkeklerin kredi kartı kullanımında kadınlara göre daha fazla harcama yaptığını göstermektedir (Kaynak, Kucukemiroglu & Ozmen, 1995).

Psikolojik Faktörler:

Finansal Bilinç ve Davranış: Bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi ve risk alma eğilimleri, kredi kartı kullanımını etkileyen önemli faktörlerdir. Finansal bilinç

düzeyi yüksek olan bireyler, kredi kartı borçlarını daha dikkatli yönetirler (Hilgert, Hogarth & Beverly, 2003).

Ayrıca bireyler açısından bir mal ve hizmetin satın alınmasının nakit olarak veya kredi kartı ile alınması davranışsal finans açısından farklılık arz etmektedir. Kişiler kredi kartı ile harcama yaparken daha rahat harcama davranışı sergilemektedir. Ancak bu harcama nakit olarak yapıldığında bireyler rahat olamamaktadır. Özellikle enflasyonist dönemlerde kartla alışveriş yapmak ödemeleri ötelediğinden dolayı ayrıca tercih edilmektedir.

Tüketim Alışkanlıkları: Kredi kartlarının sunduğu kolaylıklar ve ödül programları, tüketim alışkanlıklarını etkileyebilir. Kredi kartı kullanıcıları, alışveriş yaparken bu avantajlardan yararlanma eğilimindedir (Prelec & Simester, 2001).

Düzenleyici Faktörler:

Yasal Düzenlemeler ve Politikalar: Hükümetlerin ve düzenleyici kurumların getirdiği kısıtlamalar ve teşvikler, kredi kartı kullanımını doğrudan etkiler. Örneğin, kredi kartı faiz oranlarına getirilen tavanlar veya asgari ödeme oranları, kullanıcıların kredi kartı kullanma biçimlerini değiştirebilir.

Bu faktörler, kredi kartı kullanımını belirleyen başlıca unsurlardır ve bireylerin finansal davranışlarını şekillendirir.

A. Kredi Kartlarının Makroekonomik Etkileri

Kredi kartı kullanımının enflasyona, istihdama, para arz ve talebine, faiz oranlarına, kamu gelirlerine, turizme ve ticarete bazı etkileri mevcuttur. Bu etkileri şöyle açıklayabiliriz.

1. Kredi Kartlarının Enflasyona Etkisi

Enflasyon, bir ülkede fiyatlar genel düzeyindeki sürekli artışlardır. Enflasyon ile paranın değeri ve tüketicilerin alım gücü azalır. Fiyatlar genel düzeyinin artmasına, ürün ve hizmetlere olan aşırı talep veya emeğe ödenen ücret artışları sebep olur.

Kredi kartları da kişilerin borçlanma düzeylerini yükselttiği için ürün ve hizmete olan talebin artmasına sebep olur; talebin artmasıyla arz toplam talebi

karşılayamaz hâle gelir, böylece ürün ve hizmetlerin fiyatları yükselmeye başlar. Aynı zamanda kredi kartları ekonomide kaydi bir para yaratır, bu da enflasyonu arttırıcı bir etki yapar.

Kredi kartları nakit bulundurmadan ürün ve hizmet alınmasını; yapılan alışverişlerin ileri bir vadede taksitlendirilmesini sağladığı için insanlar tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. Kredi kartı ile gerçekleştirilen işlemler bireylerin ödeme ve borçlanma imkânlarını arttırıp kişilerin ceplerinde tuttukları para miktarını azalttığı için toplam talebin canlı tutulmasına neden olur.

Sonuç olarak kredi kartlarının kullanımındaki artış talebi arttırır. Fakat arz yeterli düzeye ulaştığı zaman, yani talebi karşılayabildiği zaman piyasada bir denge fiyatı oluşur (Kaya, 2009).

2. Kredi Kartlarının İstihdama Etkisi

Kredi kartı kullanımı elektronik ticaretin artmasına sebep olmuştur. İnsanlar dünyanın neresinde olursa olsun ihtiyaç duydukları ürün ve hizmetlere kredi kartları aracılığı ile çok rahat bir şekilde sahip olurlar. Kredi kartları bireylere, banka şubesine gitmeden ve sıra beklemeden, ATM aracılığı ile para çekme imkânı da sunar.

Günümüzde artık insanlar çek ve senet kullanımı yerine kredi kartı kullanımını tercih etmektedirler. Çek ve senet işlemlerinin sisteme girişi manuel olarak yapılırken, kredi kartları bilgisayar ortamında otomatik olarak sisteme aktarılmaktadır. Tüm bu nedenler bankada çalışan işgücü miktarının azalmasına sebep olmuş, bu da yapısal işsizliğe yol açmıştır. Yapısal işsizlik ekonominin yapısal özelliklerinden, tüketim anlayışındaki ve üretim yöntemlerindeki değişikliklerden kaynaklanır ve meydana gelme nedenlerinden biri de kartlı ödeme sistemlerinin ortaya çıkmasıdır.

Kredi kartları kaydi para yarattığı için toplam talebi arttırır, insanların daha çok harcamasına sebep olur. Harcamaların artması üretimi arttırır; üretimin artması da işsizliğin azalmasına sebep olur. Dolayısıyla teknolojik alandaki yenilikler şube bankacılığındaki istihdamı olumsuz etkilerken, kredi kartı pazarının büyümesi sonucunda yeni istihdam alanları yaratır. Kredi kartı kullanımı ile kredi kartlarını izleyen ve kayıt altına alan Bankalararası Kart Merkezi, Kredi Kayıt Bürosu ve lojistik şirketlerin kurulması da istihdamı arttırıcı etki yaratmıştır (Kaya, 2009).

3. Kredi Kartlarının Para Politikasına Etkisi

Kredi kartlarının para politikasına etkilerini para arzına etkisi ve para talebine etkisi olarak ayrı ayrı incelemek gerekmektedir.

Para Arzına Etkisi

Kredi kartları piyasada kaydi para yaratır. Kaydi para, müşterilerin bankaya yatırdığı mevduatlardan kanuni karşılıklar ayrıldıktan sonra, kalan kısmın krediye dönüştürülmesidir. Kaydi para özellikle çek sisteminin kullanıldığı ülkelerde oldukça etkilidir. Bu ülkelerde para nakit olarak piyasada dolaşmaz, havale ve EFT'ler yoluyla hesaplar arasında aktarımlar yoluyla dolaşır.

Fiziki paranın ekonomide dolaşımı kredi kartları nedeniyle kısıtlanır; bireyler ürün ve hizmet alımlarını nakit ödeyerek değil de kredi kartı kullanarak yaparlar. Dolayısıyla bireyler harcamadıkları ceplerindeki parayı bankalarda mevduat olarak tutarlar. Bankalar da müşterilerinin bu mevduatları ile diğer insanlara kredi verirler; bu da para arzını arttırır. Aynı zamanda kredi kartlarının kredi kullandırma özelliği de para arzını arttırıcı etki yapar (Yılmaz, 2000).

Para Talebine Etkisi

Kredi kartıyla yapılan alışverişlerde bireyler hem nakitlerini kullanmamış olur hem de taksit imkânından faydalanır. Bireyler harcamalarını kart ile yapabildikleri için nakit paraya ihtiyaç duymazlar; bu durum para talebini azaltıcı etki yapar. Alışverişlerde taksitlerin uzun vadelere yayılması da yine para talebinin azalmasına sebep olur (Yılmaz, 2000).

4. Kredi Kartlarının Faiz Oranlarına Etkisi

Kredi kartları nakit paraya olan ihtiyacı azalttığı için bireyler ceplerindeki parayı bankada mevduat olarak değerlendirirler; bu durum da bankaların verdiği kredi faiz oranlarının düşmesine sebep olur. Aynı zamanda kartlar taksitli alışveriş imkânı sunduğu için vadeli borçlanmayı kolaylaştırarak tüketim harcamalarını arttırır. Bu borçlanma yönündeki talebin artması, gelecekte faiz oranlarının yükselmesine neden olabilir. Fakat ürün satan işletmeler arasındaki rekabetin artması, teknoloji ile birlikte maliyetlerin düşmesi gibi sebepler de faiz oranlarını düşürebilir (Yılmaz, 2000).

Sonuç olarak kredi kartı kullanımı ile faiz oranları arasında doğrudan bir ilişki bulunmamakla birlikte, piyasada likit tercihinin azalması, müşterilerin nakitlerini mevduat olarak saklamaları ve bankaların bu fonları kredi olarak vermesinin genel faiz oranlarının azalmasına sebep olduğu söylenebilir.

5. Kredi Kartlarının Kamu Gelirlerine Etkisi

Kredi kartıyla yapılan alışverişlerde, kart hamili borcunu son ödeme tarihinden daha ileri bir tarihte öderse banka borca faiz işletir. İşletilen bu faizden kazandığı gelir üzerinden BSMV, KKDF ve Damga Vergisi gibi vergileri kamu idaresine ödemek zorundadır; bu durum da kamu gelirlerini arttırır.

Kredi kartı kullanımının artması ile kayıt dışı ekonomi kayıt altına alınmış olur. Devlet kayıt altına alınan ekonomiden vergi geliri elde eder, bu durum kamu gelirlerini arttırıcı yönde bir etki yapar.

6. Kredi Kartlarının Turizm Sektörüne Etkisi

Dünyanın çoğu ülkesinde kişiler nakit taşımadan sadece kredi kartlarını yanlarında bulundurarak seyahat ve alışveriş yapabilme imkânına sahiptirler. Bireyler yurtdışına çıktıklarında yanlarında nakit para taşımalarına gerek olmadığı için, bu paraların ilgili ülkenin parasına dönüştürülmesi işlemlerinde karşılaşılan sorunlardan da kurtulmuş olurlar; bu da turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır.

7. Kredi Kartlarının Ticarete Etkisi

Eskiden ticarete çek ve senet gibi ödeme araçları tercih edilirken, günümüzde artık bu araçlar kullanımının ve tahsil kabiliyetinin zor olması sebebiyle önemini yitirmiş, yerini kredi kartlarına bırakmıştır. Firma sahiplerinin bireysel kredi kartlarını toptan ticarete sıklıkla kullanması sonucunda bankalar ticari nitelikli kredi kartları geliştirmişlerdir. Bu tür kredi kartları oldukça talep görmüş ve ticarete tercih edilen bir yöntem haline gelmiştir.

Günümüzde artık elektronik ticaretin bireyler tarafından en çok tercih edilen yöntem olması ve artan rekabet koşulları firmaları bu alana girmeye mecbur bırakmış; söz konusu durum da ticaretin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Elektronik ticaret sayesinde firmalar maliyetlerini büyük oranda azaltırken, kredi kartları da ticareti en kolay ve en kısa zamanda yapmayı sağlamıştır. Bununla birlikte işletmeler artan rekabet koşullarında ayakta kalabilmek için müşterilerinin taleplerine anında cevap verme, sürekli ürün geliştirme gibi konulara ağırlık vermiş; bu durum arzın talebe daha hızlı ayak uydurmasına olanak sağlamıştır.

Sonuç olarak, tüm dünyada internet kullanımı ve internetten yapılan ticaret hacmi gün geçtikçe artmakta; bu da kredi kartı kullanımını arttırmaktadır.

B. Kredi Kartı Kullanım Etkileyen Sebepler.

Kredi kartı kullanım kalıplarının araştırılması, kişilerin kredi kartlarını nasıl kullandıklarını, harcama eğilimlerini, ödeme davranışlarını ve kartlarını nasıl yönettiklerini anlamaya yardımcı olur. Bu bağlamda, tipik olarak aşağıdaki hususlar değerlendirilmektedir:

1. **Harcama Kalıpları:** Bireylerin kredi kartlarını kullanarak harcadıkları giderlerin kategorilerini inceleyerek analiz yapmayı sağlar. Örnek olarak: günlük ihtiyaçlar, eğlence ve seyahat gibi alanlardaki harcamalar incelenir.
2. **Kredi Kartı Limiti Kullanımı:** Kredi kartı sahiplerinin belirtilen kredi kartı limitlerini ne ölçüde kullandıkları değerlendirilir. Bu, kredi kartı limitini aşmak veya tüm limiti rutin olarak kullanmak gibi durumları kapsamaktadır.
3. **Geri Ödeme Alışkanlıkları:** Kişilerin kredi kartı borçlarını ne sıklıkta kapattıklarını araştırır. Asgari ödemenin yapılıp yapılmadığı veya toplamın tamamının ödenip ödenmediği de dahil olmak üzere geri ödeme alışkanlıkları incelenir.
4. **Kart Borçları ve Faiz Ödemeleri:** kredi kartı borçlarını ve bu borçlara havale edilen faizlerin toplamını kapsamaktadır. Ayrıca gecikmiş ödeme örneklerini ve ilgili maliyetleri de dikkate alır.
5. **Kredi Kartı Sadakati:** Bireylerin aynı kredi kartını kullanmaya olan kalıcı eğilimi değerlendirilir. Kart değişikliklerinin sıklığı ve sadakat düzeyi üzerindeki etkileri incelenir.
6. **İndirimlerden ve Avantajlardan Yararlanma:** Çalışma, kredi kartı sahiplerinin kartlarının sağladığı indirimlerden, geri ödeme programlarından ve diğer avantajlardan nasıl yararlandıklarını araştırmaktadır. Bu analiz şekli, finansal

kurumların ve pazarlamacıların tüketicilerin kredi kartı kullanım modellerini daha iyi anlamalarını sağlayarak iyileştirilmiş hizmetlerin sunulmasını kolaylaştırır. Aynı zamanda, tüketicilere kendi finansal davranışlarını değerlendirme ve geliştirme fırsatı sunar (Denk vd., 2018).

1. Finansal Yönetim ve Borç Azaltma Stratejileri

Bireylerin mali durumlarını ele almak ve borçlarını azaltmak için kullanabilecekleri yaklaşımlar sekiz alt başlıkta sınıflandırılmıştır:

1. Bütçe Oluşturma ve İzleme: Bireylerin aylık gelir ve giderlerini belirleyerek bir bütçe oluşturmaları tavsiye edilir. Bu bütçe, harcamaları yönetmeye ve tasarrufları arttırmaya yardımcı olabilir.
2. Acil Durum Fonu Oluşturulması: Öngörülemeyen durumlar veya beklenmeyen harcamalar için acil durum fonu oluşturulması, finansal belirsizliklere hazırlıklı olunmasını sağlar.
3. Kredi Kartı Borçlarının Konsolide Edilmesi: Birden fazla kredi kartı borcu olan kişiler, borç konsolidasyon programlarına katılarak faiz oranlarını düşürebilir ve geri ödemelerini kolaylaştırabilir.
4. Borçlara Öncelik Verilmesi: Değişen faiz oranlarına sahip borçlar arasında öncelik verilmesi, yüksek faizli borçlara öncelik vererek toplam faiz maliyetini azaltabilir.
5. Ek Gelir Elde Etmek: Ek işler veya yan projeler yürütmek ek gelir kaynakları sunabilir. Bu, toplam geliri artırarak borç geri ödeme sürecini hızlandırabilir.
6. Tasarruf ve İndirimler: Tasarruf stratejilerinin uygulanması ve indirimlerden yararlanmak bütçe disiplini artırabilir ve tasarruf potansiyelini artırabilir.
7. Profesyonel Finansal Danışmanlık Aramak: Karmaşık finansal durumlarla karşı karşıya kalan bireyler, borç azaltma ve yönetim stratejileri konusunda profesyonel finansal danışmanlardan rehberlik isteyebilirler.
8. Kredi Puanının Arttırılması: Kredi puanının düzenli olarak izlenmesi ve iyileştirme stratejilerinin uygulanması gelecekteki kredi fırsatlarını olumlu yönde etkileyebilir. Bu stratejilerin uygulanması, bireylerin finansal refahlarını koruma, borçlarını yetkin bir şekilde ele alma ve gelecekteki finansal hedeflere ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır (Yılmaz vd., 2022).

2. Kredi Kartı Limitlerinin ve Özelliklerinin Değerlendirilmesi

Kredi kartlarının kullanımı sırasında kredi kartı limitlerinin ve kart özelliklerinin değerlendirilmesine yönelik stratejiler incelenmelidir. Bu bağlamda dikkate alınan hususlar şunlardır:

1. Kredi Kartı Limiti Tespiti: Kredi kartı limiti banka veya finans kurumu tarafından belirlenir. Bireylerin finansal durumları, gelir düzeyleri, kredi geçmişleri ve genel kredi riski gibi faktörler bu belirlemede rol oynamaktadır. Son olarak, kredi kart limitinin belli alışkanlıklar ve ihtiyaçlar ile uyumlu olup olmadığı değerlendirilir.
2. Limit Arttırma Talebi: Bireyler, maddi durumlarında olumlu bir değişiklik olduğunda veya ihtiyaçları doğrultusunda daha yüksek bir kredi kartı limitine ihtiyaç duyduklarında kredi kartı limit artırımını için dilekçe verebilirler. Bu, kredi kartlarını daha etkin kullanmalarını sağlayarak harcama kapasitelerini artırır.
3. Faiz Oranları ve Ücretler: Kredi kartını kullanırken göz önünde bulundurulması gereken önemli bir faktör faiz oranlarıdır. Ek olarak, yıllık üyelik ücretleri, gecikme ücretleri ve nakit avans ücretleri gibi ekstra ücretler de değerlendirilir. Bireyler, kredi kartı sağlayıcısı tarafından sunulan faiz oranlarını ve ücretleri karşılaştırarak en uygun kartı seçmeye çalışabilirler.
4. Özel Avantajlar ve Özellikler: Kredi kartları kullanıcılara çeşitli avantajlar sunabilir. Nakit geri ödeme programları, özel indirimler, seyahat sigortası ve havaalanı salonuna erişim gibi özellikler kredi kartı seçimini etkileyebilir. Kişiler ihtiyaçlarına ve yaşam tarzlarına en uygun özelliklere sahip kartları değerlendirebilir.
5. Güvenlik ve Korumalar: Kredi kartlarındaki güvenlik özellikleri ve kartın kaybolması veya çalınması durumunda alınacak önlemler gibi hususlar da değerlendirilir. Kart sahipleri, sağlayıcı tarafından sunulan korumaları gözden geçirerek kartlarının güvenliğine güven duyabilirler. Bu değerlendirmeler, bireylerin kredi kartlarını kullanırken ve özel finansal ihtiyaçlarını karşılayan kartları seçerken daha bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olabilir (Gazete, 2007).

3. Kredi Kartı Kullanımının Tatmin Düzeyine Etkisi

Bu kategori altında kredi kartı kullanımının müşterilerin kişisel memnuniyetleri üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Kredi kartı kullanımının memnuniyet üzerindeki etkisi şu şekilde değerlendirilmektedir:

1. Finansal Rahatlık ve Esneklik: Kredi kartları, ani ihtiyaçlar, acil masraflar veya öngörülemeyen masraflar için kaynak görevi gören bireylere finansal esneklik sunar. Bu, finansal rahatlık duygusunu teşvik eder ve bireylerin beklenmedik durumlarla başa çıkmalarına yardımcı olur.
2. Ödüller ve Avantajlar: Kredi kartı verenler tarafından sağlanan geri ödeme programları, özel indirimler ve seyahat avantajları gibi özellikler, kart sahipleri için memnuniyet seviyelerini arttırabilir. Bu tür avantajlar, kredi kartlarının kullanımını daha kolay bir deneyim haline getirebilir.
3. Kolaylık ve Hız: Kredi kartları, özellikle dijital ödeme yöntemleriyle eşleştirildiğinde, ödeme işlemlerini hızlandırarak alışveriş ve harcama süreçlerini kolaylaştırır. Bu erişilebilirlik, kullanıcılara kolaylık sağlayarak artan memnuniyete katkıda bulunur.
4. Borç Yönetimi: Kredi kartları, kullanıcıları giderleri izlemek ve yönetmek için araçlarla donatır. Aylık tablolar, harcama raporları ve çevrimiçi hesap erişimi, bireylerin borçlarını daha etkin bir şekilde yönetmelerine yardımcı olur.
5. Kredi Geçmişi ve Puanı: Kredi kartı kullanımı, bireylerin kredi geçmişi oluşturmalarına ve kredi puanlarını arttırmalarına yardımcı olabilir. Olumlu bir kredi geçmişi, gelecekteki kredi fırsatlarına kapı açar ve böylece memnuniyet seviyelerini yükseltir.
6. Risk ve Kontrol: Kredi kartları, nakit taşıma ihtiyacını azaltarak güvenliği ve risk kontrolünü artırır. Kayıp veya hırsızlık durumunda, kart sahipleri güvenliklerini sağlamak için kontrolü ele alabilirler. Bu değişkenler bireylerin kredi kartı kullanımının memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisini şekillendirmektedir. Kredi kartları, makul bir şekilde kullanıldığında finansal memnuniyeti artırabilirken, aynı zamanda dikkatli bir yönetim gerektirmektedir (Yılmaz vd., 2009).

4. Kişisel Gelir Seviyelerinin Kredi Kartı Kullanımına Olan Etkisi

Buradaki incelenen konu başlığı kişilerin gelir düzeylerinin kredi kartı kullanımlarını nasıl etkilediği olup, kişisel gelir düzeylerinin kredi kartı kullanımına etkisi altı alt başlıkta değerlendirilmiştir.

1. **Harcama Kapasitesi:** Yüksek gelir düzeyine sahip bireyler tipik olarak daha yüksek bir harcama kapasitesine sahiptir. Bu eğilim, daha yüksek limitli kredi kartlarını tercih etmelerine yol açarak daha önemli harcamalara olanak sağlayabilir.
2. **Tasarruf ve Yatırım:** Daha yüksek gelir düzeyine sahip olanlar genellikle tasarruf ve yatırım için daha fazla esnekliğe sahiptir. Kredi kartları sadece bir harcama aracı olarak değil, aynı zamanda nakit akışını yönetmek ve yatırım stratejilerini desteklemek için araçlar olarak da hizmet etmektedir.
3. **Kredi Kartı Limiti Talepleri:** Daha yüksek gelir düzeyine sahip kişiler genellikle artan kredi kartı limitlerine ihtiyaç duyarlar. Sonuç olarak, kredi kartı sağlayıcılarından limit arttırma talepleri daha yaygın olabilir.
4. **Özel Avantajlar ve Üyelikler:** Yüksek gelirli gruplar için tasarlanmış Premium kredi kartları genellikle özel avantajlar, seyahat ayrıcalıkları ve üyelik programları sunar. Bu avantajlar, daha yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin kredi kartı seçimlerini önemli ölçüde etkilemektedir.
5. **Finansal Planlama ve Yönetim:** Daha yüksek gelir düzeyine sahip olanlar genellikle daha karmaşık finansal planlama ve yönetimle uğraşırlar. Kredi kartları, bu kapsamlı finansal stratejilerin bir parçası olarak harcama ve ödeme planlamasında rol oynamaktadır.
6. **Kredi Puanı ve Geçmişi:** Yüksek gelirli bireyler genellikle daha iyi kredi geçmişlerine ve daha yüksek kredi puanlarına sahiptir. Bu, onlara daha düşük faiz oranlarına sahip daha uygun kredi kartı tekliflerine erişim sağlayabilir. Daha yüksek gelir seviyeleri genellikle kredi kartı kullanımında daha fazla seçenek ve avantaj sağlarken, daha büyük sorumluluklar da gerektirir. Her gelir düzeyine karşılık gelen uygun bir kredi kartı stratejisinin uyarlanması, bireylerin kartlarını finansal hedefleriyle uyumlu şekillerde kullanmalarına yardımcı olmaktadır (Başaran vd., 2012).

5. Kredi Kartı Kampanyaları ve Tüketici Tepkileri

Burada ise, kredi kartı sağlayıcıları tarafından düzenlenen kampanyaları araştırıyor ve bu girişimlere yönelik tüketici tepkileri incelenerek, kredi kartı kampanyalarının ve tüketici yanıtlarının değerlendirilmesi altı alt başlıkta ele alınmıştır.

- 1- İndirim ve Geri Ödeme Kampanyaları: Kredi kartı sağlayıcıları, belirli satın alımlar için geçerli olan veya belirli süreler içinde indirim veya geri ödeme kampanyaları başlatabilir. Tüketiciler genellikle bu tür teşviklere olumlu yanıt vererek kredi kartı kullanımlarını bu kampanyaların koşullarıyla uyumlu hale getirmektedirler.
- 2- Üyelik ve Sadakat Programları: Müşteri sadakatini artırmak için kredi kartı sağlayıcıları müşteriler için özel üyelik programları ve sadakat puanları sunabilir. Genel olarak tüketiciler, bu tür programlara katılmaya ve bunlara katkıda bulunmaya yönelik olumlu bir eğilim sergileme eğilimindedir.
- 3- On Yıllık Faizsiz Taksit Kampanyaları: Belirli satın alımlar için on yıl boyunca faizsiz taksit planlarının cazibesini sunan kampanyalar tüketiciler arasında popülerlik kazanabilir. Bu tür kampanyalar, önemli harcamaları daha yönetilebilir hale getirmektedir.
- 4- Kredi Kartı Başvuru Kampanyaları: Yeni kart başvurularını teşvik etmek amacıyla düzenlenen bu kampanyalarda özel başvuru avantajları ve karşılama hediyeleri yer alabilir. Tüketiciler bu nitelikteki kampanyalara ilgi duyabilirler.
- 5- Dijital ve Mobil Özellikler: Kredi kartı sağlayıcıları, dijital özellikleri veya mobil uygulamaları kullanarak özel kampanyalar hazırlayabilir. Mobil ödemeler ve hızlı onay süreçleri gibi avantajların tüketiciler tarafından olumlu karşılanması muhtemeldir.
- 6- Özel Etkinlikler ve İşbirlikleri: Kredi kartı sağlayıcıları, özel etkinliklere veya işbirliklerine bağlı kampanyalar düzenleyerek kart sahiplerine ayrıcalık duygusu sağlayabilir. Tüketiciler genellikle bu tür özel tekliflere olumlu yanıt verir, ancak bu kampanyaların şeffaflığı ve netliği çok önemlidir (Kaya, 2009).

6. Tüketicilerin Bu Kampanyalara Yanıtı ve Nasıl Etkilendikleri

Tüketicilerin kredi kartı kampanyalarına nasıl tepki verdikleri ve bu kampanyaların tüketiciler üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi aşağıdaki şekillerde incelenmektedir:

- 1- İlgi ve Katılım: Kredi kartı kampanyaları genellikle tüketicilerin, özellikle indirimler, geri ödeme avantajları veya özel fırsatlar içerenlerin ilgisini çeker ve böylece tüketici katılımını teşvik eder.
- 2- Sadakat ve Kullanım Sıklığı: Katılımcılar arasında artan kredi kartı kullanımı gözlemlenerek kredi kartı kampanyalarının etkinliği ölçülebilir. Sadakat programları ve özel avantajlar genellikle tüketicileri belirli bir kredi kartını daha sık kullanmaya yönlendirir.
- 3- Harcama Kalıpları: Kampanyaların katılımcıların harcama davranışları üzerindeki etkisi not edilebilir. Örneğin faizsiz taksit planları sunan kampanyalar, tüketicilerin daha önemli harcamalarda bulunmasına neden olabilir.
- 4- Yeni Kart Başvuruları: Kredi kartı kampanyaları genellikle yeni kart başvurularında artışa neden olur. Özellikle karşılama bonusları veya özel uygulama avantajları içerenler, tüketicileri yeni kartlar almaya teşvik etme eğilimindedir.
- 5- Duygusal Tepkiler: Kampanyalara verilen duygusal tepkiler önemli bir rol oynar. Tüketiciler, kendilerini özel hissettiren veya benzersiz avantajlar sunan kampanyalardan duygusal olarak etkilenebilir.
- 6- Kampanya Şeffaflığı ve Netliği: Kampanyaların şeffaflığı ve netliği, daha olumlu tüketici yanıtlarına katkıda bulunur. Karmaşık veya gizli maliyetleri olan kampanyalar genellikle olumsuz bir tepkiye neden olur.
- 7- Sosyal Medya Etkileşimi: Kredi kartı kampanyaları tüketiciler arasında sosyal medya aracılığıyla çoğalabilir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan tüketici tepkileri kampanya etkileşimini artırabilir. Tüketicilerin kampanyalara verdiği yanıtlar, kampanya tasarımı, sunulan avantajlar, rekabetçi farklılaştırıcılar ve tüketici beklentileri gibi çeşitli faktörlere bağlıdır. Başarılı bir kampanya genellikle tüketicilerin dikkatini çeker, aktif katılımı teşvik eder

ve uzun vadeli müşteri sadakatini teşvik eder (Bayrakdaroğlu ve Altuntaş, 2015).



IV. FİNANSAL OKURYAZARLIK VE KREDİ KARTI KULLANIMI ARASINDAKİ İLİŞKİ

A. Finansal Okuryazarlık ve Kredi Kartı Kullanımı Etkisi

Finansal okuryazarlık, kişilerin ve çevrenin genel olarak parasal konularda bilgilenme, bu konularda bilinçli kararlar alma ve finansal yükümlülüklerini yerine getirme kapasitesiyle ilgilidir. Finansal okuryazarlığın amacı, bireyleri gelir, harcama, tasarruf, yatırım, borç yönetimi gibi alanlarda anlayışla güçlendirmek ve finansal karar alma süreçlerinde bilgili seçimler yapmalarını sağlamaktır (Yücel ve Kuyumcu, 2018).

Kişilerin parasal konularla ilgili bilgiye sahip olma, parayı ustaca yönetme, yatırımları anlama, krediyi etkin kullanma, borçları yönetme, bütçelemeye katılma ve bilinçli finansal kararlar alma yeteneklerini ifade eder. Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal konularda anlayışlı, bilgili ve bilgili olmalarını sağlayarak ekonomik açıdan ihtiyatlı kararlar almalarını destekler.

Bireyin finansal koşullarını anlama, kişisel bütçelemeyi denetleme, koruma, yatırım yapma, yükümlülükleri yerine getirme ve kredi kartlarının kullanımını düzenleme gibi yetkinlikleri kapsar. Aynı zamanda finansal risklerin değerlendirilmesi, finansal hedeflerin belirlenmesi ve gelecekteki finansal senaryo için strateji oluşturma gibi yeterlilikleri de gerektirir (Karyağdı, 2018).

Finansal okuryazarlık, bireylerin parasal bağımsızlığa ulaşmalarına, finansal baskıyı hafifletmelerine, gelecekteki güvenliği oluşturmalarına ve finansal hedefleri gerçekleştirmelerine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, finansal okuryazarlık, toplum genelinde ekonomik istikrarı geliştirme ve finansal aldatmacaya karşı daha dirençli bir topluluğu teşvik etme potansiyeline sahiptir (Yalçınkaya ve Turan, 2019).

Finansal okuryazarlık, bireyleri güçlendirmeyi, bilgilerini geliştirmeyi ve finansal konuları ele alırken güven aşlamayı sağlar. Toplum içindeki finansal okuryazarlığın artırılması, bireylerin finansal durumunu iyileştirme, borçla ilgili sorunları azaltma ve genel ekonomik refahı artırma potansiyeline sahiptir. Sonuç

olarak, eğitim ve finansal okuryazarlık konusunda farkındalık yaratmak çok önemli bir rol oynamaktadır (Yücel ve Kuyumcu, 2018).

Finansal okuryazarlık, bireyler için sürekli öğrenme yoluyla sürekli yenilenmeyi gerektiren bir beceridir. Eğitim, farkındalık girişimleri ve finansal okuryazarlık programları, toplumun bu yöndeki genel yeterliliğini yükseltmek için kilit mekanizmalar olarak hizmet etmektedir. Finansal okuryazarlık yeterliliği, bireylerin finansal hedefleri gerçekleştirmelerine, finansal refahlarını artırmalarını ve parasal istikrarı garanti etmelerini sağlamaktadır (Yalçınkaya ve Turan, 2019).

Kişilerin finansal konuların temelini anlamalarını, kişisel finansal koşullarında ustaca gezinmelerini ve akıllıca aydınlanmış finansal seçimler yapmalarını sağlayan bir dizi yetkinlik ve içgörü anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, finansal okuryazarlık, gelir gözetimi, tasarruf, yatırımlar, borç kontrolü, bütçeleme ve finansal hedeflere ulaşmak için etkili yaklaşımlar oluşturma gibi konularda bilgi sahibi olmayı kapsamaktadır (Yardımcıoğlu ve Yörük, 2016).

Finansal Okuryazarlığın Önemi:

- **Kişisel Finansal İstikrar:** Finansal okuryazarlık, bireylerin kişisel finansal koşullarını daha iyi anlamalarını ve yönetmelerini sağlayarak kişisel finansal istikrarı geliştirir.
- **Doğru Finansal Seçimler:** Finansal okuryazarlık, bireylere kredi kartı kullanımı, yatırım ve borç yönetimi gibi konularda doğru ve bilinçli seçimler yapma yetkisi verir.
- **Gelirin En iyi şekilde Kullanılması:** Düşünceli bütçe planlaması ve tasarruf uygulamaları, gelirin en iyi şekilde kullanılmasını garanti eder.
- **Yatırım Zekası:** Finansal okuryazarlık, bireylerin yatırım araçları hakkında farkındalık kazanmalarını ve gelecekteki finansal hedeflere ulaşmak için uygun yatırım stratejileri oluşturmalarını sağlar.
- **Borç Gözetimi:** Finansal okuryazarlık, krediler ve borçlar hakkında sağlam kararlar almak için çok önemlidir. Borçları etkin bir şekilde yönetmek finansal esnekliği artırabilir.

- Emekliliğe Hazırlık: Finansal okuryazarlık, bireylerin emeklilikten tasarruf etme ve çalışma sonrası yıllarını planlama konusunda bilgili seçimler yapmalarına yardımcı olur.
- Ekonomik Katılım: Finansal okuryazarlık, bireylerin ekonomik faaliyetlere katılımının artmasını teşvik eder ve toplumun ekonomik güçlenmesinin ilerletilmesinde rol oynar.
- Risklerin Azaltılması: Finansal okuryazarlık, riskleri daha etkin bir şekilde anlama ve ele alma yeteneği sağlayarak öngörülemeyen durumlarda direncin artırılmasında değerli olduğunu kanıtlamaktadır.
- Hükümet Önlemlerine Katılım: Finansal okuryazarlığı olan bireyler, toplum içindeki ekonomik bilincin artmasına ve daha etkili kamu politikalarının oluşturulmasına katkıda bulunmaya aktif olarak katılabilirler (Turhan, 2020).
- Finansal okuryazarlık, bireylerin günlük finansal tercihlerini önemli yatırımlara kadar kapsayan geniş bir finansal konu yelpazesinde farkındalık ve hesap verebilirlikle hareket etmelerini sağlar. Sonuç olarak bu, hem bireylerin hem de toplumun finansal istikrarı ve ekonomik refahı için büyük önem taşımaktadır (Kavas ve Erkan, 2022).

B. Finansal Okuryazarlık ve Kredi Kartı Kullanımı Arasındaki İlişki

Kredi kartı kullanımını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır ve bu faktörler genellikle bireyin finansal okuryazarlık düzeyiyle yakından ilişkilidir. İşte kredi kartı kullanımını etkileyen faktörler ve finansal okuryazarlık ile ilişkisi (Dilara vd., 2020):

Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörler (Dilara vd., 2020):

- Gelir Seviyesi:

Bir bireyin gelir seviyesi, kredi kartı kullanımını etkileyen önemli bir faktördür. Daha yüksek gelirli olanlar genellikle birden fazla kredi kartı kullanma esnekliğine sahiptir.

- Finansal Durum:

Bireyin genel finansal durumu, kredi kartı kullanımına yaklaşımlarını şekillendirir. Finansal zorluklar yaşayan bireylerin kredi kartı kullanımlarında daha dikkatli olmaları muhtemeldir.

- Kredi Geçmişi:

Bir bireyin kredi geçmişi, kredi kartı başvuru onaylarında ve kredi limitlerinin belirlenmesinde çok önemli bir rol oynar. Uygun kredi geçmişleri, daha avantajlı kredi kartlarına erişim sağlar.

- Harcama Kalıpları:

Bireyin harcama kalıpları kredi kartı kullanımını etkiler. Tutarlı ve kontrollü harcama alışkanlıkları, kredi kartlarının nasıl kullanıldığını olumlu yönde etkileyebilir (Dilara vd., 2020).

- Faiz Oranları:

Kredi kartlarıyla ilişkili faiz oranları, bireylerin bunları nasıl kullandıkları konusunda önemli bir belirleyicidir. Yüksek faiz oranları, borç tahakkukuna ve finansal zorluklara neden olabilir.

- Promosyonlar ve Avantajlar:

Kredi kartı şirketlerinin sunduğu özel promosyonlar, ayırt edici avantajlar ve indirimler, bireylerin kredi kartı seçimiyle ilgili tercihlerini etkileyebilir. Kredi kartı kullanımının çok yönlü manzarası, gelir, finansal durum, kredi geçmişi, harcama davranışları, faiz oranları ve promosyonların ve faydaların cazibesi gibi faktörlerle karmaşık bir şekilde örülmüştür. Bu dinamikleri anlamak, kredi kartı kullanımında bilinçli seçimler yapmak için çok önemlidir (Dilara vd., 2020).

- İhtiyatlı Kullanım:

Finansal açıdan zeki bireyler bilinçli kredi kartı kullanımı sergilerler. Gider yönetimi ve bütçeleme konusundaki yeterlilikleri, kredinin makul bir şekilde kullanılmasını kolaylaştırır.

- Risklerin Farkında Olma:

Sağlam finansal okuryazarlığa sahip bireyler, kredi kartı kullanımıyla ilişkili potansiyel riskleri daha etkin bir şekilde kavrar. Yüksek faiz oranları ve borç birikimi gibi zorlukları öngörmek için daha donanımlıdır.

- Bütçe Planlaması:

Finansal okuryazar bireyler, bütçeleri formüle etme ve harcamalarını düzenleme konusunda gelişmiş yetenekler sergilerler. Bu ustalık, kredi kartlarının daha düzenli kullanılmasına katkıda bulunur.

- Kredi Kartı Seçimini Ayırt Etmek:

Finansal okuryazarlığı yüksek bireyler kredi kartı seçiminde titizlik gösterirler. Bu karara, en uygun kartı seçmek için faiz oranları, ücretler ve avantajlar gibi faktörleri değerlendirerek artan farkındalıkla yaklaşırlar.

- Yetkin Kredi Kartı Borç Yönetimi:

Finansal okuryazarlığı yüksek bireyler, kredi kartı borçlarını makul bir şekilde yönetme konusunda daha fazla yeteneğe sahiptir. Genellikle zamanında borç ödemelerine bağlı kalma disiplini sergilerler. Finansal okuryazarlık derecesi, bireyin kredi kartı kullanımını etkileyen incelikleri anlama ve gezinme kapasitesini belirlemede önemli bir rol oynar. Finansal refahı sürdürmek için vicdanlı ve sorumlu kredi kartı kullanımı zorunludur (Pilatin, 2021).

Finansal okuryazarlık eksikliği, bireylerin kredi kartı kullanımını olumsuz etkileyebilir ve finansal sorunlara yol açabilir.

Finansal okuryazarlık eksikliğin kredi kartı kullanımına etkileri (Kavas ve Erkan, 2022):

- Bilinçsiz Harcama:

Finansal okuryazarlık eksikliği, bireylerin harcama alışkanlıklarını düzenleyememesine neden olabilir. Bu senaryo genellikle düşüncesiz harcamalara ve gereksiz borçlanmaya neden olur.

- Faiz ve Ücretlere İlişkin Cehalet:

Yetersiz finansal okuryazarlık, kredi kartı faiz oranlarını ve ek ücretleri anlamada zorluklar yaratabilir. Bu anlayış eksikliği, önemli faiz ödemelerine ve finansal zorluklara yol açabilir.

- Bütçe Planlamasında Karşılaşılan Zorluklar:

Finansal okuryazarlığı olmayan bireyler bütçelerin formüle edilmesinde ve harcamaların planlanmasında engellerle karşılaşabilirler. Bu çıkmaz, kredi kartı harcamalarını dizginlemeyi zorlaştırıyor.

- Kredi Kartı Seçiminde Dikkatsizlik:

Finansal okuryazarlığın olmaması, bireylerin kredi kartı seçiminde daha az titiz olmalarına neden olabilir. Faiz oranları, ücretler ve faydalar gibi önemli faktörleri değerlendirmekte zorlanabilirler.

- Kredi Kartı Borç Yönetiminde Mücadeleler:

Finansal okuryazarlıktan yoksun bireyler, kredi kartı borçlarının etkin yönetiminde gezinmeyi zor bulabilir. Bu zorluk genellikle borç birikimine ve ödemelerin gecikmesine neden olarak finansal çıkmazlara neden olur.

Finansal okuryazarlık eksikliğinin yansımaları, bilinçsiz harcamalar, kredi kartı inceliklerini anlamakta zorluk, bütçelemedeki zorluklar, kredi kartı seçimi sırasındaki dikkatsizlik ve kredi kartı borçlarını yönetmedeki mücadelelerde kendini gösterir. Finansal okuryazarlık kazanmak bu zorlukları hafifletebilir ve daha ihtiyatlı finansal uygulamaları teşvik edebilir (Kavas ve Erkan, 2022).

C. Finansal Okuryazarlık Eksikliğinin Kredi Kartı Borçlarına Etkisi

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) verilerine göre, Bireylerin kredi kartı kullanımı yıllar itibariyle artmaktadır. Temmuz 2023 ayı itibariyle Aralık 2020 ayına göre kredi bakiyesi %967,8 artmıştır. Özellikle 2023 yılındaki artış daha yüksek olmuştur. Bunun yanında kredi kartı kullanımında taksit sayısındaki sınırlamaların da etkisi ile 2023 ve 2024 yıllarında taksitsiz kredi kullanım tutarları da artmıştır. İlgili dönemde kredi kartı kullanan kişi sayıları da Türkiye

Bankalar Birliği verilerine göre 35 – 38 milyon kişi aralığında olmuştur. Kişi başına ortalama bireysel kredi kartı riski (bakiyesi) ise Temmuz 2024 itibariyle 41.662 TL’dir. Temmuz 2023 ayında bu tutar 24.177 TL idi (TBB, www.tbb.org.tr).

Çizelge 4:Bireysel Kredi Kartı Bakiyeleri

	Tem.24	Ara.23	Ara.22	Ara.21	Ara.20
Bireysel Kredi Kartları	1.545.480	1.185.215	452.478	209.948	144.731
Bireysel Kredi Kartları - Taksitli	528.789	506.937	219.974	85.982	63.091
Bireysel Kredi Kartları - Taksitsiz	1.016.691	678.278	232.504	123.967	81.640

Kaynak : BDDK, www.bddk.org.tr

Kredi kartı borçları, insanların finansal refahını önemli ölçüde etkiler ve bu borçları birkaç kritik faktör etkiler (Dilara vd., 2020):

- Faiz Oranları:

Kredi kartı borçları yüksek faiz oranlarına tabidir, bu da bireylerin borçlarını ödemeleri için zorluklar yaratır ve daha hızlı borç tırmanmasına yol açar.

- Düzenli demeler:

Kredi kartı ödemelerin düzenli ve zamanında yapılması kredi kartı borçlarını etkileyen önemli bir faktördür. Belirtilen tarihlere kadar en azından asgari ödemenin yapılmaması, faiz yüklerini artırarak borç büyümesini teşvik eder.

- Toplam Borç Tutarı:

Bireyin taşıdığı toplam borç tutarı, kredi kartı borçlarının yönetiminde çok önemli bir rol oynar. Yüksek borç tutarları, özellikle gelire kıyasla, ödeme zorluklarını artırabilir.

- Borç Yapısı:

Kredi kartı borçları genellikle kısa vadeli yatırımlar ve acil ihtiyaçlar dahil olmak üzere çeşitli harcamalardan kaynaklanır. Borç yapısının değerlendirilmesi, etkin borç yönetimine yardımcı olur.

- Ek Masraf ve Ücretler:

Kredi kartlarının kullanılması, yıllık üyelik aidatı, gecikme ücreti ve nakit avans ücreti gibi ek masraf ve ücretlere neden olarak borcun artmasına neden olabilir. Kredi kartı sözleşmelerini kapsamlı bir şekilde gözden geçirmek esastır.

- Borç Ödeme Planı:

İyi tanımlanmış bir ödeme planının varlığı kredi kartı borçlarını etkiler. Planlı ve düzenli ödemeler borçların kontrolüne yardımcı olurken, planlanmamış ödemeler borç yükünü yoğunlaştırabilir.

- Finansal Okuryazarlık Düzeyi:

Bireyin finansal okuryazarlık düzeyi, kredi kartı borçlarını yönetme yeteneğini önemli ölçüde etkiler. Finansal okuryazar bireyler kredi kartı kullanımı ve borçları hakkında daha bilinçli kararlar alırlar.

Kredi kartı borçlarını etkileyen bu faktörlerin bilinçli yönetimi, borçluların finansal sağlıklarını sürdürmelerine ve gelecekteki finansal hedeflere ulaşmalarına yardımcı olmada etkilidir (Dilara vd., 2020).

Finansal okuryazarlık eğitimi, kişileri finansal konular hakkında bilgi sahibi kılmak, bilinçli kararlar almalarını ve finansal refahlarını etkin bir şekilde yönetmelerini sağlamak için tasarlanmıştır. Bu eğitim, kredi kartı kullanımını önemli ölçüde etkileyebilir:

Düşünceli Kredi Kartı Seçimi:

- Finansal okuryazarlık eğitimi, kredi kartı seçerken çok önemli faktörlerin anlaşılmasını sağlar.
- Bireylere faiz oranları, yıllık ücretler, ek maliyetler ve faydalar gibi hususlarla ilgili bilinçli kararlar vermelerinde yardımcı olur.
- Gider Kontrolü ve Bütçe Yönetimi:
- Finansal okuryazarlık, bireylere harcamalarını düzenleme ve bütçelerini formüle etme becerileri kazandırır.
- Planlı ve bilinçli kredi kartı kullanımı yapmalarını sağlar.

Faiz ve Ücretleri Anlama:

- Finansal okuryazar bireyler, kredi kartı faiz oranlarını ve buna bağlı ücretleri anlama yeteneğine sahiptir.
- Bu bilgi, borç birikiminin önlenmesine ve maliyetlerin etkin bir şekilde değerlendirilmesine yardım sağlamaktadır.
- Tehlikelerin ve Sorumlulukların Anlaşılması,
- Finansal okuryazarlık eğitimi, kredi kartı kullanımı ve bireysel sorumluluklarla ilişkili potansiyel tehlikelerin anlaşılmasına yardımcı olur.

Borç Yönetimi ve Geri Ödeme Planları:

- Mali okuryazar bireylere etkin borç yönetimi ve düzenli ödeme planlarının oluşturulması konusunda rehberlik eder.
- Bu kılavuz, borç birikiminin önlenmesinde ve finansal refahın sürdürülmesinde etkilidir.

Finansal Hedeflerin ve Tasarrufların Belirlenmesi:

- Finansal okuryazarlık, finansal hedeflerin belirlenmesi ve tasarruf alışkanlıklarının geliştirilmesi konusunda rehberlik eder.
- Kredi kartı kullanımının uzun vadeli finansal hedefleri nasıl etkileyebileceğini açıklar.
- Sahtecilikle Mücadele Tedbirleri:
- Finansal okuryazarlık eğitimi, kredi kartı sahtekarlığı konusunda farkındalığı artırır ve koruyucu tedbirler hakkında bilgi verir.
- Finansal okuryazarlık eğitimi, bireylere kredi kartı kullanımıyla ilgili bilinçli ve ihtiyatlı kararlar vermelerini sağlar. Sonuç olarak, finansal okuryazar bireyler kredi kartlarını yetkin bir şekilde kullanabilir ve finansal refahlarını koruyabilir (Güneş, 2022).

V. KREDİ KART KULLANIMINA İLİŞKİN TESPİT, ÖNERİ VE DEĞERLENDİRMELER

Günümüzde yaygın olarak kullanılan kredi kartları, tüketiciler, işletmeler, bankalar ve diğer finansal kuruluşlar için birçok fayda sağlarken, elektronik ticaretin ve teknolojik ilerlemelerin artmasıyla birlikte artan riskleri de beraberinde getirmektedir (Torlak, 2002).

A. Kredi Kartı Kullanımının Avantajları

Kredi kartlarının kullanımı, çeşitli faydalar sağlamanın yanı sıra yanlış ve bilinçsiz kullanımı durumunda zararlara yol açabilir. Bu faydalar ve zararlar, kredi kartı kullanıcıları, kart veren kurumlar, iş ortakları ve ekonomik etkiler olmak üzere dört ana başlık altında incelenebilir.

1. Kredi Kartı Kullanıcıları Açısından

Kredi kartı kullanımının faydaları kredi kartı kullanıcıları açısından incelediğinde bu faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

- a. Kredi kartı kullanıcıları açısından kredi kartlarının faydaları incelendiğinde, kişilerin yanlarında nakit para taşımadan istedikleri ülkede istedikleri mal ve hizmeti alabilme imkanı sağladığı ve böylece çalıntı veya kayıp gibi risklerden koruduğu gözlemlenmektedir (Çavuş, 2006:178; Çiçek ve Demirdelen, 2010: 48-49). Nakit taşıma gerekliliğinin ortadan kalkmasıyla birlikte, kart sahipleri paralarını vadeli mevduat hesaplarına yatırarak veya faiz getiren diğer varlıklara yatırarak faiz geliri elde edebilirler (Çöğür, 2015: 242). Ayrıca, yurtdışı seyahatlerinde döviz ile ilgili sorunlar yaşamadan, limitler dahilinde bulundukları ülkenin parasını çekebilir ve kredi kartlarıyla alışverişlerini kolaylıkla gerçekleştirebilirler (Bilgen, 2008: 25-26).

- b. Kredi kartları, sahiplerine banka tarafından sağlanan güvenilirlikleri nedeniyle, özellikle yüksek limit ve kart sayısı gibi unsurlarla saygınlık ve itibar kazandırmaktadır (Çavuş, 2006: 175).
- c. Kredi kartı sahipleri, yaptıkları alışverişlerin bedelini belirli bir süre sonra, verilen ödeme periyodu içinde ödemektedirler. Bu durum, harcamanın yapıldığı zaman ile ödemenin gerçekleştiği zaman arasında faizsiz bir kredi imkanı sunar ve kredi kartı kullanıcıları, limitleri dahilinde bu krediye sürekli erişim sağlarlar (Bilgen, 2008: 25-29).
- d. Kredi kartı kullanıcıları, alışverişlerinde taksit, kampanya ve promosyon gibi avantajlardan faydalanmanın yanı sıra, alışveriş yapılan işyerlerinden indirimli alışveriş yapma ve tüm harcamalarının karşılığında puan toplama gibi olanaklardan da yararlanabilirler (Çiçek, Demirdelen, 2010: 49; Bilgen, 2008: 26). Ayrıca, kredi kartı kullanıcılarının ek kart çıkartma olanağı, aile bireylerinin nakit kullanmadan alışveriş yapabilmesine imkan tanırken (Çavuş, 2006: 178), harcamalarının tek bir hesapta toplanarak kolaylıkla denetlenebilmesine olanak sağlar (Çiçek, Demirdelen, 2010: 49).
- e. Tüketiciler, kredi kartları sayesinde internet üzerinden alışveriş yapabilirler; istedikleri ürünleri çeşitli seçenekler arasında karşılaştırarak daha kısa sürede ve daha uygun fiyata satın alabilirler (Çiçek, Demirdelen, 2010: 49).

2. Kredi Kartını Çıkartan Kuruluşlar Açısından

Kredi kartı kullanımının faydaları kredi kartını çıkartan kuruluşlar açısından incelendiğinde bu faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

- a. Kredi kartı veren finansal kuruluşlar ve bankalar, kredi kartı kullanımı ve bunların zamanında geri ödenmesi durumunda düzenli nakit akışı sağlayabilir (Altan, Göktürk, 2007: 28).
- b. Kart çıkartan kuruluşlar, kart kullanıcıları ve anlaşmalı üye işyerlerinden yıllık kart aidat geliri, gecikmeli borç ödemelerinden kaynaklanan faiz geliri ve kendi kartlarıyla yapılan alışverişlerden belirli bir komisyon geliri elde ederler (Çavuş, 2006: 179). Ayrıca, yüksek gelir düzeyine sahip tüketiciler, aynı zamanda kart çıkartan kuruluşlar için iyi bir mevduat müşterisi olarak hizmet verebilirler; kredi kartları aynı zamanda bir reklam aracı olarak kullanılarak,

kurum reklam giderlerini azaltırken müşteri portföyünü artırabilir (Bilgen, 2008: 27-28).

- c. Kredi kartları, çok sayıda kart kullanıcısı arasında dağıtılarak bankalar açısından kredi riskini azaltır. Bir başka deyişle, kredi kartları aracılığıyla kullandırılan kredilerin geri ödenmemesi durumunda ortaya çıkacak riskler çok sayıda kart kullanıcısı arasında dağıtılmakta ve bankaların kabul ettiği risk düzeyi azalmaktadır (Bilgen, 2008: 27; Çavuş, 2006: 179).
- d. Kredi kartlarına aşırı limit getirilmesi, tüketicilerin gelirlerinin üzerinde harcama yapmalarına ve kredi kartı borçlarının artmasına neden olmaktadır. (Apak, Yılmaz, 2009: 8).
- e. Çeşitli finansal ürünler sunar.

3. Kredi Kartı Çıkartan Kurum ile Anlaşmalı Olan İşyerleri Açısından

Kredi kartı kullanmanın faydalarını, kredi kartı veren kuruluşlar ve anlaşmalı işyerleri açısından şu şekilde sıralayabiliriz.

- a. Kredi kartları, satın alma gücü düşük tüketicilerin satın alma gücünü artırarak nakit parası olmayan tüketicilerin alışveriş yapmasına olanak tanıyarak işletmenin hem mevcut müşteri portföyünü büyütmesine hem de mevcut satış oranını artırarak daha fazla kar elde etmesine olanak tanır. Ayrıca bir işletme, kredi kartlarını tanıtmak için kart veren kuruluş reklamlarından yararlanarak reklam maliyetlerini düşürür ve popülerliğini artırma şansını artırır (Bilgen, 2008: 26).
- b. İşyerinde fiziki bir varlığa ihtiyaç duymadan kredi kartları kullanılarak ürünler internet üzerinden satılabilir, böylece işletme maliyetleri en aza indirme ve yüksek kar marjları elde etme şansına sahip olur (Kaya, 2008: 62-63).
- c. Güçlü finansal kuruluşlar ve diğer kuruluşların çıkardığı kredi kartları, tüketicilerin satın alma gücünü desteklediğinden, kriz, siyasi çalkantı veya doğal afet dönemlerini bile talep hacmini önemli ölçüde azaltmadan aşabilmektedir (Çiçek, Demirdelen, 2010: 47-48; Türkiye Bankalar Birliği Vergi Konseyi, 2011: 57-58).

4. Ekonomik Etkiler

Ekonomik etki açısından kredi kartı kullanmanın faydalarına bakıldığında bu faydalar şu şekilde sıralanabilir.

- a. Kredi kartları ekonomik kriz zamanlarında en etkili kredi kanalı olup, kredi kartlarının sağladığı bu kredi fonksiyonu talepte ciddi bir azalmanın önüne geçerek tüketicilerin alım gücünün korunmasını ve böylece krizin daha da ağırlaşmasını engellemektedir (Türkiye Bankalar Birliği Vergi Kurulu, 2011: 5758). Ayrıca talepte büyük bir azalmanın da önüne geçilecek ve bu dönemlerdeki fiyat dalgalanmaları minimum düzeyde olacaktır (Bilgen 2008: 28).
- b. Kredi kartı kullanımı sonucunda insanlar gelecekteki gelirlerini şimdi kullanarak ek satın alma gücü elde edebilmekte, böylece nihai tüketim harcamaları artmakta ve toplam talep artmaktadır (Elgin vd., 2015: 6). Bir başka ifadeyle kredi kartları ile tüketici harcamaları arasında paralellik bulunmaktadır (Özkan, 2014: 10-11). Toplam talepteki artış yerli üretimin artmasına neden oluyorsa milli gelir düzeyinde de artış olacaktır. Ayrıca üretimin artması yatırımın artmasını gerektirdiğinden ülkedeki yatırım düzeyi de artacak ve bu da reel gelir düzeyine olumlu etki edecektir (Uzgören vd., 2007: 248).
- c. Kredi kartları nakit kullanım ihtiyacını azalttığı için dolaşımdaki para miktarı azalacak, taksitlendirme ve yeterli asgari ödeme gibi avantajlar sayesinde kart sahiplerinin mevduat tasarrufları artacak ve ekonomideki tasarruf miktarı artacaktır. (Bankalar Birliği Vergi Konseyi, 2011: 14-16; Dayan, 2015: 144; Kızılot ve diğerleri, 2011: 12-13).
- d. Kredi kartlarının para talebini azaltarak yaratacağı tasarruf artışı, faiz oranlarını düşürecek ve yatırımcıların daha ucuz kredi bulmasına olanak sağlayacaktır (Uzgören, 2007: 248). Bu da yatırımların artmasına ve dolayısıyla ekonomik büyümeye katkı sağlayacaktır (Kızılot vd., 2011: 12-13).
- e. Nakit paranın kartlı ödeme sistemlerine göre daha yoğun kullanıldığı ülkelerde kayıt dışılık düzeyi daha yüksektir. Bunun nedeni nakit kullanıldığında ödeme kanıtlarının ortadan kaldırılmasının kolaylığıdır (Gelir İdaresi, 2009: 16). Kredi kartı kullanımının artması ekonomide kayıt dışılığı azaltacak ve buna

bağlı olarak vergi kayıpları ve vergi kaçakçılığı azalacak ve vergi gelirleri artacaktır (Kızılot vd., 2011: 7; Uzgoren, 2007: 249). Artan vergi gelirleri kamu harcamalarını finanse etmek için daha az borç kullanılmasına yol açacak ve ekonomideki istikrarsızlık azalacaktır (Çöğür, 2015: 247).

- f. Birçok mal ve hizmetin alıcısı olan devletin kredi kartıyla satın alması, satın alma sürecinde bazı devlet işlem maliyetlerini azaltarak tasarruf sağlayacaktır (Türkiye Bankacılar Birliği Vergi Kurulu, 2011: 14-16). Ayrıca nakit dolaşımına olan ihtiyacın azalmasıyla ekonominin karşıladığı para basma maliyetlerinde de azalma meydana gelecektir (Yayar vd., 2011: 153).
- g. Ülkemizde kartlı ödeme sistemlerini uygulayacak altyapı, teknik destek ve personel ihtiyacı, yeni bir iş alanının ortaya çıkması ve istihdamın artması anlamına gelmektedir. Kartlı ödeme sistemlerinin gelişmesiyle birlikte büyüyen e-ticaret, pek çok yeni sektörü bünyesinde barındırmakta ve istihdam olanaklarının artmasına yol açmaktadır (Bilgen, 2008: 33-34).
- h. Ülkeye gelen yabancı turistler genellikle kredi kartıyla ödeme yapıyor ve bu nedenle ülkeye ithal edilen döviz miktarında artış yaşanıyor (Türkiye Bankacılar Birliği Vergi Kurulu, 2011: 14-16).

B. Kredi Kartı Kullanımının Dezavantajları

Kredi kartı kullanımının zararları dört alanda ele alınabilir: Kredi kartı kullanıcıları, kredi kartı kurumu, kart kurumuyla anlaşması olan işyerleri ve ekonomik etkisidir.

1. Kredi Kartı Kullanıcıları Açısından

Kredi kartı kullanıcıları açısından kredi kartı kullanmanın zararlarını ele alırsak bunları şu şekilde sıralayabiliriz.

- a. Kredi kartlarının tüketicilere sağladığı faydalar, insanların tüketim alışkanlıklarını değiştirebilmekte, ihtiyaçlarından fazlasını tüketmelerine, yanlış tüketim alışkanlıkları edinmelerine neden olabilmektedir (Altan, Göktürk, 2007: 29). Kart kullanan tüketiciler, yanlarında para olmasa bile istedikleri ürünü satın alabilmekte, bu nedenle kart sahipleri bazen gelirlerinin

çok üzerinde, hatta gelirlerine bakılmaksızın harcama yapma eğiliminde olabilmektedir (Yurtseven, 2014: 119-120). Gelirinin üzerinde harcama yapan kart kullanıcıları, alışverişlerinin tamamını ödemek yerine asgari ödeme yaparak borçlarını erteleyebilir, böylece borçlarını gelecek aylara yayabilir. Ancak bu durumda kart kullanıcıları faiz maliyetine maruz kalmakta ve bu maliyetlere rağmen kullanıcılar kredi kartını basit bir finansman aracı olduğu için kullanmaya devam etmek istemektedirler (Akbulut, Özbolat, 2015: 35). kredi kartı kullanıcısının kartını kredi amacıyla mı yoksa alışveriş yaparken kolaylık sağlamak için mi kullandığı; Genel olarak kart kullanan tüketiciler, kart kullanmayanlara göre daha fazla harcama yapma eğilimindedir (Bilgen, 2008: 28). Bunun temel nedeni ise kredi kartlarının soyut bir ödeme yöntemi olması ve özellikle internet üzerinden yapılan alışverişlerde kişinin cebinden çıkan para miktarını somut olarak algılayamamasıdır (Yurtseven, 2014: 119-120). Bu nedenle başta sabit gelirli tüketiciler olmak üzere tüm kart kullanıcılarının kartlarını temel ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmaları ve lüks harcamalar için kullanmamaya çalışmaları, ödeyemeyecekleri bir borç yüküne düşme ihtimallerini azaltacaktır (Altan, Göktürk, 2008: 111).

- b. Kredi kartı veren kuruluşa üye işyerlerinin söz konusu kart için ödedikleri komisyon satış fiyatlarına yansıtılmakta ve kart kullanıcısı ürünü daha yüksek fiyattan almak zorunda kalmaktadır (Şener, Güven, 2005: 185).
- c. Kredi kartlarının çalınması, sahteciliği, başkaları tarafından kullanılması veya çevrimiçi dolandırıcılığa maruz kalması durumunda kart sahipleri sorumludur. Kayıp, hırsızlık gibi durumların kartı veren kuruluşa bildirilmesi durumunda kart sahibinin hukuki sorumluluğu azalır ancak sorumluluğun bir kısmını paylaşmak zorunda kalabilir (Kurtsova, 2007: 24).
- d. Kart sahipleri, kartlarını hiç kullanmasalar bile yıllık kart ücreti olarak sözleşme ücreti ödemek zorundadırlar (Şener, Güven, 2005: 185).

2. Kredi Kartı Çıkartan Kurum ile Üye İşyerleri Açısından

Üye işyerleri, kartla yapılan alışverişler için kartı çıkaran kuruluşa bir komisyon öder. Bu komisyon satış fiyatlarına yansıtılsa da yüksek fiyatlardan dolayı müşteri kaybedilebilir veya satışlar düşebilir. Bu nedenle işyeri karlılığı açısından

olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir (Bilgen, 2008:29). Bankalar üye işyerlerine POS vermek veya bireylere kredi kartı vermek suretiyle işlem hacmini artırmak ve bu suretle faiz ve komisyon gelirlerini artırmak isterler. Ancak, üye işyerleri açısından her ne kadar bu faaliyetler işyerlerinin satış ve ciro rakamlarını olumlu etkilese de komisyon ödemelerine de yol açmaktadır. Özellikle enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde bankalar bu komisyonları da yüksek tutmakta, bu durum da işyerlerinin ödeyeceği komisyon nedeniyle maliyetlerini de etkilemektedir.

3. Kredi Kartını Çıkartan Kuruluşlar Açısından

Kredi kartı sahibinin iflas etmesi veya borcunu ödeyememesi durumunda risk tamamen kredi kartını veren kuruluşa aittir. Ayrıca ekonomik kriz dönemlerinde kredi kartı harcamaları artma eğiliminde olsa da kart borçlarının geri ödenmesinde sıklıkla aksaklıklar yaşanmakta ve kartı çıkaran kuruluş da büyük riske maruz kalmaktadır (Çavuş, 2006: 177).

4. Ekonomik Etkiler

Kredi kartı kullanımının zararlarını ekonomik sonuçlar açısından ele alırsak şu şekilde sıralayabiliriz.

- a. Tüketicinin talep ettiği mal ve hizmetlerin yurt içinde ihtiyacı karşılayamaması durumunda, tüketicinin artan talebinin yurt dışında üretilen mal ve hizmetlere yöneltmesi ile ithalat talebi artışı dolayısıyla da cari açığa olumsuz etkileri olabilecektir (Demiresen, 2015: 33-34).
- b. Tüketicilerin yurtdışında üretilen mal ve hizmetlere yönelik harcamaları ülkemizden döviz çıkışına neden olmakta ve bu durum ödemeler dengesini de olumsuz etkilemektedir (Çavuş, 2006: 59). Ayrıca kredi kartı sektöründe kullanılan teknoloji ürünleri, yazılım ve makineler gibi birçok ürünün temini için temin ithal edildiği ülkelere döviz cinsinden ödemeler yapılmaktadır. Yine bu durumda ödemeler dengesi üzerinde olumsuz bir etki söz konusudur (Bilgen, 2008: 44-46).
- c. Kredi kartı faiz oranı ekonomik gelişmeler sonucu artığında, tüketiciler kredi kartı borçlarını kapatabilmek için diğer kredilere de talebini

arttırabilmektedirler (Bilgen, 2008: 1). Özellikle kredi kartı faiz oranlarının diğer bireysel kredi faiz oranlarından farklı belirlendiği (Türkiye’de kredi kartı faiz oranları TCMB’nin faiz kararlarına bağlı olarak belirlenmektedir), asgari ödeme oranının artırıldığı, nakit çekim limitinin sınırlandırıldığı dönemlerde bu talep daha çok etkilenmektedir. Öte yandan kredi kartları insanların işlem ve tedbir amaçlı para talebinin azalmasına neden oluyor. Yani insanlar kredi kartı kullandıklarında daha az nakit kullanacak ve kullanılmayan parayı birikime dönüştürecekler. Para arzı sabit kaldığı sürece para talebindeki azalma ve tasarruftaki artış faiz oranını azaltıcı etki yapacaktır. Faiz oranları üzerindeki bu iki olumsuz etkinin büyük olanı faiz oranlarının nihai durumunu belirleyecektir (Kızılot vd., 2011: 12-13). Kredi kartlarının faiz oranlarına etkisini belirleyecek bir diğer konu ise söz konusu ülkenin kredi kartı pazarındaki rekabet gücü olacaktır. Kredi kartı piyasasında rekabet arttıkça, kartların borçlanma amaçlı kullanılmasından kaynaklanan faiz artışının etkisi de bastırılacaktır (Altan, Göktürk, 2007: 31-32).

- d. Kredi kartları maddi olmayan ödeme aracı olduğundan tüketim eğilimlerinin ve dolayısıyla genel talebin artmasına neden olmaktadır. Toplam talepteki bu artışa karşılık toplam arzda bir artış olmazsa talep yönlü enflasyon meydana gelecektir. Öte yandan kredi kartları işlem ve tedbir amaçlı para talebini azaltarak para talebinin ve paranın hızının azalmasına neden olur. Kredi kartlarının ekonomideki banka parası miktarını artırarak para talebini azaltma ve toplam para arzını artırma etkisi dikkate alındığında enflasyon oranında bir düşüş yaşanacaktır (Uzgören vd., 2007: 248-249). Ayrıca kredi kartı kuruluşuna ücret ödeyen işletmeler ödedikleri ücreti satılan malın maliyetine ekleyerek fiyatların yükselmesine ve enflasyonun yükselmesine neden olmaktadır (Bilgen, 2008: 30-48).
- e. Kredi kartı kullanımından kaynaklanan tüketimin artmasının etkisi talep artışına neden olmakta, bu da piyasada arz-talep dengesinde oluşarak enflasyonun artmasına neden olmaktadır.

C. Kredi Kartı Dolandırıcılığı

1. Kredi Kartı Dolandırıcılığı Hakkında Bilgiler:

Kredi kartı sahtekarlığı, kötü niyetli kişi veya kuruluşlar tarafından yasadışı olarak elde edilen kredi kartı bilgileri yoluyla finansal fayda elde etmek amacıyla gerçekleştirilen bir suç faaliyetidir. Kredi kartı dolandırıcılığı hakkında önemli bilgiler yedi alt başlıkta değerlendirilmiştir:

1. Çeşitli Kredi Kartı Sahtekarlığının Farklı Yöntemleri: Kredi kartı sahtekarlığı çeşitli yöntemlerle ortaya çıkabilir. Yaygın türler arasında kimlik avı saldırıları, sahte web siteleri, kartta gezinme ve kimlik avı bulunmaktadır.
2. Kimlik Avı Saldırıları: Kredi kartı bilgilerine sahip olmayı amaçlayan kimlik avı saldırıları, mağdurları sahte web siteleri veya güvenlerini kazanan e-posta mesajları aracılığıyla dolandırmaktadırlar.
3. Kartta Kayma (Kart Kopyalama): Kartta kayma, genellikle atm'lerde, benzin istasyonlarında veya perakende satış noktalarında kart okuyuculara yerleştirilen cihazları kullanarak fiziksel kart bilgilerinin kopyalanmasını gerektirir.
4. Aldatıcı Web Siteleri: Aldatıcı web siteleri, kullanıcıları kredi kartı bilgilerini girmeleri için kandırmak için meşru işletmelerin veya finansal kurumların görünümünü taklit etmektedirler.
5. Kimlik Avı (Pharming): Kimlik Avı, kullanıcıları gerçek web sitelerine benzeyen sahte sitelere yönlendirmek için DNS (Alan isim Sistemi) saldırıları gibi teknik yöntemler kullanır ve bu da onların bilmeden hassas bilgileri paylaşmalarına neden olur.
6. Kredi Kartı Bilgilerinin Güvence Altına Alınması: Kredi kartı sahipleri, sağlam şifreler kullanarak, hesap özetlerini rutin olarak inceleyerek, saygın çevrimiçi platformları tercih ederek ve kredi kartı şirketleri tarafından sağlanan güvenlik özelliklerinden yararlanarak bilgilerini koruyabilmektedir.
7. Bankalar ve Kredi Kartı Şirketleri ile İletişim: Kartın kaybolması veya çalınması durumunda, kredi kartı sahipleri öncelikle bankalarına ve kredi kartı şirketlerine başvurmalıdır. Böylelikle, yapılan hızlı davranış, potansiyel zararı azaltmaya yardımcı olabilir. Kredi kartı dolandırıcılığının farkında olmak ve koruyucu

önlemlerin uygulanması, bireyleri bu tür suç faaliyetlerinden korumada çok önemli bir adımdır (Özbek, 2007).

2. Modern Dolandırıcılık Yöntemleri ve Teknikleri

Teknolojinin sürekli gelişmesiyle birlikte kredi kartı dolandırıcılığı yapan dolandırıcılar sürekli olarak yeni ve sofistike yöntemler geliştirmektedir. Modern dolandırıcılık yöntem ve tekniklerisekiz alt başlıkta sınıflandırılmıştır:

1. Kimlik Avı Saldırıları: Kimlik avı saldırıları, kullanıcıları sahte e-postalar, SMS veya sosyal medya mesajları aracılığıyla sahte web sitelerine yönlendirmeyi amaçlar. Kullanıcılar bilmeden bu aldatıcı sitelere giriş yaparak kredi kartı bilgilerini paylaşırlar.
2. Vishing (Sesli Kimlik Avı): Vishing, sesli aramalar yoluyla hileli faaliyetleri içerir. Failler, mağdurlardan telefonla iletişime geçerek kişisel veya kredi kartı bilgilerini çıkarmaya çalışır.
3. SMiShing (SMS Kimlik Avı): SMiShing, dolandırıcıların hedeflerine zararlı bağlantılar içeren aldatıcı SMS mesajları göndererek kişisel bilgileri çalmaya çalıştıkları bir yöntemdir.
4. SIM Kart Değiştirme Saldırıları: Dolandırıcılar, telekom operatörlerine sahte kimliklerle yaklaşarak bir kişinin SIM kartında hileli bir değişiklik talep edebilir. Bu, kurbanın telefon numarasının kontrolünü ele geçirerek çeşitli hesapları ele geçirmelerini sağlar.
5. Ortadaki Adam Saldırıları: Bu tür saldırılarda dolandırıcılar kullanıcı iletişimlerini dinler ve bilgi alışverişini manipüle eder. Kullanıcılar, güvenli bir bağlantıya sahip olduklarını düşünerek, bilgilerini istemeden dolandırıcılara gönderirler.
6. Fidye Yazılımı Saldırıları: Fidye yazılımı, bilgisayar sistemlerine sızdıktan sonra dosyaları şifreleyen ve fidye talep eden bir tür kötü amaçlı yazılımdır. Bu saldırılar mağdurların kişisel ve finansal bilgilerini hedef alabilir.
7. Deepfake Dolandırıcılığı: Deepfake teknolojisi, dolandırıcıların sahte videolar ve ses kayıtları oluşturmasını sağlar. Bunu istismar eden dolandırıcılar, mağdurların güvenini kazanarak çeşitli hileli faaliyetler yürütebilirler.

8. Sosyal Mühendislik Saldırıları: Sosyal mühendislik, insan psikolojisini kullanarak insanları manipüle eden dolandırıcıları içerir. Örneğin, dolandırıcılar mağdurları güven oluşturarak kişisel bilgileri ifşa etmeye ikna etmeye çalışabilirler. Bu çağdaş dolandırıcılık yöntemleri, artan güvenlik önlemleri ve bilinçli eylemler gerektiren bireylerin ve şirketlerin dikkatini gerektirir. Bu tür saldırılara karşı koruma, güvenilir güvenlik yazılımının kullanılmasını, ihtiyatlı internet kullanımını ve sağlam şifrelerin uygulanmasını içermektedir (Kılıç, 2010).

3. Dolandırıcılığın Bireyler ve Kurumlar Üzerindeki Etkisi

Kredi kartı dolandırıcılığı, bireylerin ve kurumların finansal güvenliğini ciddi şekilde tehdit edebilen bir suçtur. Dolandırıcılığın etkileri şu şekilde özetlenebilir:

Bireyler Üzerindeki Etkileri: Kredi kartı dolandırıcılığı, kişi ve kurumların finansal güvenliğini önemli ölçüde tehlikeye atabilecek bir suçtur. Dolandırıcılığın etkileri şu şekilde özetlenebilir:

Bireyler üzerindeki Etkiler:

1. Mali Zararlar: Kredi kartı sahtekarlığı nedeniyle bireyler maddi zarara uğrayabilir. Failler, kişisel bilgiler edinerek yetkisiz harcamalar yapabilir veya mağdurun hesaplarından para çekebilir.
2. Kredi Puanı Etkisi: Dolandırıcılıktan kaynaklanan mali kayıplar bireylerin kredi puanlarını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu durum, kredilerin güvence altına alınması veya gelecekteki finansal işlemlerde bulunulması üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabilir.
3. Kimlik Hırsızlığı: Kredi kartı sahtekarlığı sıklıkla kimlik hırsızlığı ile bağlantılıdır. Dolandırıcılar, kişisel bilgileri edindikten sonra, sahte hesaplar açmak ve kişi adına suç faaliyetlerinde bulunmak için mağdurun kimliğini kullanabilir.
4. Güven Kaybı ve Psikolojik Etkiler: Dolandırıcılık mağdurları güven kaybına uğrayabilir. Bu, diğer finansal işlemlerde veya çevrimiçi satın alımlarda güvensizlik duygusu uyandırabilir. Ek olarak, bu tür olaylar kişisel olarak stres ve endişeye neden olabilir. Bu etkiler, kredi kartı sahtekarlığıyla ilişkili riskleri

azaltmak için sağlam güvenlik önlemlerinin ve artan farkındalığın öneminin altını çizmektedir (Özbek, 2007).

Kurumlar Üzerindeki Etkileri:

1. Müşteri Güveninin Kaybı: Finansal kurumların veya ticari işletmelerin, müşterilerinin kredi kartı bilgilerinin güvenliğine güven duymaları gerekmektedir. Dolandırıcılık olayları bu güveni aşındırabilir.
2. Yasal Sorumluluk ve Ceza Kurumlar, müşteri kredi kartı bilgilerinin güvenliğini sağlama sorumluluğunu üstlenir. Dolandırıcılık olayları kurumları hukuki sorumluluğa ve cezai cezalara maruz bırakabilir.
3. İşletme Maliyetleri: Kredi kartı sahtekarlığı olayları kurumlar için işletme maliyetlerine neden olabilir. Artan güvenlik önlemleri ve müşterilerin zararlarını tazmin etmesi gibi giderler kurumlar üzerindeki mali yükü artırabilir.
4. Marka İtibarının Kaybı: Bir kurumun müşteri bilgilerinin güvenliğini garanti edememesi, marka itibarını zedeleyebilir. Müşteriler, güvensiz olarak algılanan bir kurumla ilişki kurmaktan kaçınabilir.
5. Yasal Süreçler ve Soruşturmalar: Dolandırıcılık olayları kurumları yasal süreçlere ve soruşturmalara maruz bırakabilir. Düzenleyici kurumlar, ister yerel ister ulusal olsun, olayın nedenlerini inceleyebilir ve gerekli düzeltici önlemleri zorunlu kılabilir. Kredi kartı sahtekarlığı, hem bireylerin hem de kurumların mali refahı için önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Sonuç olarak, her iki tarafın da etkili güvenlik önlemleri alması ve artan farkındalıkla hareket etmesi çok önemlidir (Korkmaz, 2020).

VI. SONUÇ

Kredi kartı kullanımı, modern ekonomik sistemlerin ve bireysel tüketici davranışlarının merkezinde yer alır. Kredi kartlarının yaygınlaşması, tüketici alışkanlıklarının değişimi ve teknolojik ilerlemelerle birlikte, birçok farklı faktörün etkisiyle hız kazanmıştır. Bu faktörlerin kapsamlı bir şekilde incelenmesi, kredi kartı kullanımının dinamiklerini anlamamıza olanak tanır ve gelecekteki eğilimleri öngörmemize yardımcı olur.

Ekonomik faktörler, kredi kartı kullanımını şekillendiren temel unsurlar arasında yer alır. Bireylerin gelir düzeyi, kredi kartı kullanımını doğrudan etkiler. Yüksek gelir seviyesine sahip bireyler, kredi kartlarını daha sık ve çeşitli şekillerde kullanma eğilimindedir. Bu durum, kredi kartlarının sunduğu finansal esneklik ve taksitlendirme imkanları sayesinde harcamaların planlanmasını kolaylaştırır. Ayrıca, enflasyon oranları ve faiz oranları da kredi kartı kullanımını önemli ölçüde etkiler. Yüksek enflasyon dönemlerinde, tüketiciler satın alma gücünü korumak ve harcamalarını ertelemek yerine kredi kartlarına yönelir. Düşük faiz oranları ise kredi kartı borçlanmasını cazip hale getirir ve bu da kredi kartı kullanımını artırır. Bu ekonomik dinamikler, kredi kartlarının tüketici finansmanındaki kritik rolünü vurgular.

Sosyokültürel faktörler, kredi kartı kullanımında önemli bir rol oynar. Tüketici alışkanlıkları ve davranışları, kredi kartlarının yaygınlığını belirleyen temel unsurlardan biridir. Modern toplumlarda kredi kartları, günlük alışverişlerin vazgeçilmez bir aracı haline gelmiştir. Özellikle genç nesiller, kredi kartlarını yoğun bir şekilde kullanmakta ve dijital ödeme sistemlerine hızla adapte olmaktadır. Tüketicilerin kredi kartlarını tercih etme sebepleri arasında, kolay erişim, alışveriş sırasında nakit taşıma zorunluluğunun ortadan kalkması ve çeşitli avantajların sunulması yer alır. Ayrıca, demografik değişkenler de kredi kartı kullanımında belirleyici rol oynar. Yaş, cinsiyet ve eğitim seviyesi gibi demografik faktörler, kredi kartı kullanımını doğrudan etkiler. Gençler ve eğitim düzeyi yüksek bireyler, kredi

kartı kullanımında daha aktif bir rol üstlenir. Eğitim seviyesi arttıkça, bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi de artar ve bu da kredi kartlarının daha bilinçli ve etkin bir şekilde kullanılmasına olanak tanır.

Psikolojik faktörler, kredi kartı kullanımını etkileyen diğer önemli bir boyuttur. Kredi kartı kullanıcılarının borçlanma eğilimleri ve finansal risk algıları, kullanım sıklığını belirler. Tüketicilerin kredi kartlarına olan güveni, ekonomik belirsizlik dönemlerinde azalabilirken, ekonomik istikrar dönemlerinde artar. Bu güven, tüketici harcamalarını ve dolayısıyla kredi kartı kullanımını doğrudan etkiler. Özellikle ekonomik kriz dönemlerinde, tüketicilerin kredi kartlarına olan güveni azalır ve borçlanma eğilimleri değişir. Öte yandan, ekonomik güvenin yüksek olduğu dönemlerde kredi kartı kullanımı artar ve tüketiciler harcamalarını daha rahat bir şekilde planlar.

Teknolojik faktörler, kredi kartı kullanımını dönüştüren ve şekillendiren en dinamik unsurlardan biridir. Dijitalleşme ve mobil ödeme sistemleri, kredi kartı kullanımını kolaylaştırmış ve artırmıştır. Mobil ödeme sistemleri ve e-ticaretin yaygınlaşması, kredi kartlarının kullanımını desteklemiştir. İnternet üzerinden alışveriş yapma eğilimi, kredi kartı kullanımını teşvik eden önemli bir faktördür. Teknolojik yenilikler, kredi kartlarının kullanım alanını genişletmiş ve tüketicilere daha fazla esneklik sağlamıştır. Dijital cüzdanlar, temassız ödeme sistemleri ve mobil uygulamalar, kredi kartı kullanımını daha da kolaylaştırarak, tüketicilere hızlı ve güvenli ödeme seçenekleri sunar. Ayrıca, fintech (finansal teknoloji) şirketlerinin geliştirdiği yeni çözümler, kredi kartlarının kullanımını desteklemekte ve finansal hizmetlerin erişilebilirliğini artırmaktadır.

Finansal okuryazarlık, kredi kartı kullanımını etkileyen bir diğer önemli faktördür. Eğitim düzeyi ve finansal bilgi, bireylerin kredi kartlarını bilinçli ve etkin bir şekilde kullanmalarını sağlar. Finansal okuryazarlık düzeyi yüksek bireyler, kredi kartlarını daha sorumlu bir şekilde kullanmakta ve borçlanma risklerini minimize etmektedir. Finansal eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları, kredi kartı kullanımını olumlu yönde etkiler. Bu bağlamda, tüketicilerin kredi kartı kullanımına ilişkin bilgi ve becerilerinin artırılması, finansal sistemin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşır. Kredi kartlarının doğru ve bilinçli kullanımı, bireylerin mali durumlarını yönetmelerine yardımcı olur ve aşırı borçlanma riskini azaltır.

Kredi kartlarının tarihsel gelişimi, ekonomik ve teknolojik değişimlerle paralel olarak ilerlemiştir. Türkiye'de ve dünyada kredi kartı kullanımı hızla artmış ve farklı ödeme yöntemleri ile entegre edilmiştir. Kredi kartlarının sunduğu avantajlar, tüketicilere sağladığı esneklik ve ödeme kolaylıkları, bu artışı desteklemiştir. Ancak, kredi kartı borçlanmaları ve buna bağlı finansal riskler de önemli bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Kredi kartlarının doğru ve bilinçli kullanımı, finansal riskleri azaltmak için kritik öneme sahiptir. Kredi kartı borçlarının yönetimi, tüketicilerin finansal sağlığı açısından hayati öneme sahiptir. Bu nedenle, kredi kartı kullanımının düzenlenmesi ve tüketici koruma yasalarının güçlendirilmesi, sürdürülebilir bir finansal sistem için gereklidir.

Gelecekte, kredi kartı kullanımının daha da yaygınlaşacağı öngörülmektedir. Dijitalleşme ve mobil teknolojilerdeki gelişmeler, kredi kartı kullanımını daha da artıracaktır. Bunun yanı sıra, alternatif ödeme yöntemleri (kripto paralar, dijital cüzdanlar) kredi kartı pazarını etkileyecek ve çeşitlendirecektir. Bu gelişmeler, kredi kartı kullanımının dinamiklerini ve tüketici alışkanlıklarını yeniden şekillendirecektir. Sürdürülebilir finansman politikaları ve tüketici koruma yasaları, kredi kartı kullanımının düzenlenmesinde önemli rol oynamaya devam edecektir. Tüketici koruma mekanizmalarının güçlendirilmesi ve finansal eğitim programlarının yaygınlaştırılması, kredi kartı kullanımının sürdürülebilirliğini sağlamak açısından önemlidir.

Sonuç olarak, kredi kartı kullanımını etkileyen faktörlerin anlaşılması, bireylerin ve finansal kurumların daha bilinçli kararlar almasına yardımcı olur. Ekonomik, sosyokültürel, psikolojik ve teknolojik faktörler, kredi kartı kullanımının dinamiklerini belirlerken, gelecekteki gelişmeler de kredi kartı pazarının şekillenmesinde kritik öneme sahiptir. Kredi kartlarının sunduğu olanaklar ve karşılaştığı zorluklar, bu ödeme araçlarının gelecekte de önemli bir rol oynamaya devam edeceğini göstermektedir. Kredi kartlarının sağladığı finansal esneklik ve ödeme kolaylıkları, tüketicilerin harcama alışkanlıklarını değiştirmiş ve modern ekonomik sistemlerin temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Ancak, kredi kartlarının bilinçli ve sorumlu bir şekilde kullanılması, hem bireysel finansal sağlık hem de genel ekonomik istikrar açısından büyük önem taşır. Bu nedenle, kredi kartı

kullanımının teşvik edilmesi ve düzenlenmesi, gelecekte de önemli bir politika alanı olarak kalacaktır.



VII. KAYNAKLAR

KİTAPLAR

AMENDOLA, A., PELLECCIA, A., & SENSINI, L. (2015). **Use of Credit Cards: An Empirical Analysis On Italian Household Panel Data**. European Journal of Business and Management, 7 (14), 132-139.

AMENDOLA, A., PELLECCIA, A., & SENSINI, L. (2016). **Factors Driving Credit Card Ownership in Italy**. International Business Research, 9 (6), 131-142.

AMERICANEXPRESS. (2019). **American Express History**. Retrieved from <http://about.americanexpress.com/our-history>

ASHWORTH, W. J. (2017). **The industrial revolution: The state, knowledge and global trade**. Bloomsbury Publishing.

AZMAN, N.S., HAMDAN, R., SUKI, N.M., & SHARI, A. (2017). **Determinants of Household Indebtedness in East Malaysia: an assessment**. Advanced Science Letters, 23 (9), 8154-8159.

BANK OF AMERICA. (2019). **Bank Of America Story**. Retrieved from <http://about.bankofamerica.com/en-us/our-story/birth-of-atms.html#fbid=WfwDxQjpDw3>

BAYDEMİR, M. (2004). **Her yönüyle kredi kartları: Ms Destek Smm Limited Şti**.

CÖMERT, Y., & DURMAZ, Y. (2006). **Tüketicinin Tatmini İle Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım Ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması**. Journal of Yasar University, 1(4), 351-375.

ÇIRPAN, B. (2000). **Kredi Kartları**. Bursa: Ceren Basım Yayın.

DAVIES, G. (2010). **History of money**. University of Wales Press.

- DİNERSCLUB. (2019). **Uncover Diner Club's Rich History**. Retrieved from <http://www.dinersclub.com/about-us/overview>
- DONG, W. (2014). **An Empirical Study of Credit Card Users in China: Evidence From Shijiazhuang Consumers** (PhD thesis, University of Lincoln).
- GAN, CE, COHEN, DA, HU, B., TRAN, MC, DONG, W., AND WANG, A. (2016). **The relationship between credit card characteristics and demographics of card users in China**. International Bank Marketing Journal, 34 (7), 966-984.
- GÜNDOĞDU, A. (2015). **Türkiye’de Sermaye Piyasasının Değişen Yüzü**. Seçkin Yayınevi.1. Baskı, Ocak 2015, s. 175.
- HOHNEN, P., & HANSEN, A. R. (2021). **Credit Consumption and Financial Risk Among Danish Households—A Record-Based Study on the Distribution of Bank and Credit Card Debt**. Journal of Consumer Policy, 1-18.
- HÜRRİYET. (2018). **Mail order nedir?Tehlikeli midir?** Retrieved from <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mail-order-nedir-tehlikeli-midir-40923832>
- KABAKLARLI, E. (2015). **Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımının, Para Politikasındaki Rolü ve Etkileri**. Sosyoekonomi, 23(26), 119-138.
- KARAASLAN, K. C. (2022). **Analysis of Factors Affecting Credit Card Usage and Online Shopping Attitudes of Households in Turkey With Bivariate Probit Model**. International Journal of Electronic Finance, 11 (3), 189-201.
- .
- KASAİAN, K., MURTHI, B.P.S., & STEFFES, E. (2022). **The Effects of Teaser Rates on New Credit Card Customers' Spending and Borrowing: an Empirical Analysis**. International Bank Marketing Journal, 40 (7), 1555-1574.
- KAYA, F. (2009). **Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması** İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği. (No. 263).
- KAYA, F. (2009). **Kredi Kartları 5464 Sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu İlaveli**. İstanbul: Beta.

- KHARE, A., KHARE, A., & SINGH, S. (2012). **Factors affecting credit card use in India**. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 24(2), 236-256.
- KOÇ, A. F. (2013). **İki Taraflı Piyasalar ve Türkiye'de Kredi Kartları Piyasasının Ekonomik Analizi**. Ankara: Rekabet Kurumu.
- KOŞAROĞLU, Ş. M., ÜNAL, E. A., & YALMAN, İ. N. (2020). **Covid-19 Salgınının Tüketicilerin Talep Yapısı Üzerindeki Etkileri**. Econdor International Academic Journal, 4(2), 479- 503.
- KÖKTÜRK, O., & ÇETİNKAYA, Ç. (2020). **Kredi Kartı Sahipliğinde Tüketicilerin Tercihlerini Etkileyen Faktörler**. Kongre Künyesi, 55.
- LİU, J., DERY, C., & SERLETİS, A. (2020). **Recent Monetary Policy and Credit Card-Enhanced Divisia Monetary Aggregates**. Journal of Macroeconomics, 64, 103203.
- MASTERCARD. (2019). **Retrieved from** <http://www.mastercard.com.tr/tr-tr/about-mastercard/who-we-are/history.html>
- MERCATANTİ, A. & Lİ, F. (2014). **Do Debit Cards Increase Household Spending? Evidence From Quasi-Parametric Causal Analysis of a Survey**. Annals of Applied Statistics, 8 (4), 2485-2508.
- PİNTO, M.B., PARENTE, D.H., & Mansfield, P. M. (2005). **Information Learned From Socialization Agents: Its Relationship With Credit Card use**. Journal of Family and Consumer Sciences Research, 33 (4), 357-367.
- RUTHERFORD, L., & DE VANEY, S. A. (2009). **Using The Theory of Planned Behavior To Understand The Appropriate Use of Credit Cards**. Journal of Financial Advisory and Planning, 20 (2).
- SİVRİ, U., & ERYÜZLÜ, H. (2010). **Rasyonel Beklentiler-Yaşam Boyu Sürekli Gelir Hipotezinin Testi**. Istanbul University Econometrics and Statistics e-Journal, (11), 90-99.
- SUNGUR, İ. (2013). **Türkiye'de Banka ve Kredi Kartları Operasyonlarının Hukuki Çerçevesi**. İstanbul: Bankalararası Kart Merkezi.

- TAKAN, M., & ACAR BOYACIOĞLU, M. (2015). **Bankacılık Teori Uygulama ve Yöntem**. Ankara: Nobel Kitabevi.
- TEOMAN, Ö. (1996). **Hukuki Yönden Kredi Kartı Uygulaması**. İstanbul: Beta Yayınevi.
- TODOROV, T. (2017). **Bitcoin—an innovative payment method with A new type of independent currency**. Trakia Journal of Sciences, 15(1), 163-166.
- TROY. (2021). **Troy**. Retrieved from <https://troyodeme.com/hakkimizda>
- ULUDAĞ, İ., & ARICAN, E. (2001). **Finansal Hizmetler Ekonomisi**. İstanbul: Beta Yayınevi.
- YAYAR, R., & KARACA, S. S. (2012). **Identifying Factors Affecting Consumer Credit Card Ownership: Empirical Evidence From Turkey**. Journal of Applied Economics, 7 (2), 195-204.
- YILMAZ, E. (2000). **Türkiye’de kredi kartı uygulaması ve ekonomik etkileri: Türkmen Kitabevi**.
- ZARAKOLU, A. (2003). **Bankacılar İçin Banka ve Kredi Bilgisi**. Ankara: Türkiye İş Bankası Vakfı.

DERGİLER

- ALTAN, M., & GÖKTÜRK, İ. E. (2007). **Türkiye’de Kredi Kartlarının Toplam Özel Nihai Tüketim Harcamalarına Etkisi: Bir Çoklu Regresyon Analizi**. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (18), 25-47.
- AYLA D., PİLATIN A., & BAYRAK A. Z. (2020). **Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Doğu Karadeniz Örneği**. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 11(2), 245-265.
- AYTEKİN, A., & YÜCEL, Y. B. (2017). **Yeni Ödeme Teknolojilerinin İş Hayatına Etkileri**. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 4(12), 11-33.
- BASNET, H.C., & DONOU-ADONSOU, F. (2016). **Internet, Consumer Spending and Credit Card Balance: Evidence from Us consumers**. Review of Financial Economics, 30, 11-22.

- BAŞARAN, B., BUDAK, G.S., & YILMAZ, H. (2012). **Kredi Kartlarının Rasyonel Kullanımını Etkileyen Bireysel Faktörler**. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 7(2), 67-93.
- CANATAN, B., & İPEK, E. (chen). **Mobil Bankacılık İşlemlerinin Banka Net Karlarına Etkileri**. Sayı 120 (6).
- CANATAN, B., ÖZBİLGE, G., & İPEK, E. (2021). **İşgücü Piyasa Koşullarının Mevcut Çalışma Saatine Etkileri**. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (60), 43-57.
<https://doi.org/10.18070/erciyesiibd.971505>
- DURUKAN, T., ELİBOL, H., & ÖZHAVZALI, M. (2005). **Kredikartlarındakitaksit Uygulamasının Tüketicinin Harcama Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisiniölçmeye Yönelik Bir Araştırma Kırıkkale İliörneği**. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (13), 143-153.
- EREN, B. A. (2020). **Alışverişlerde Temassız Kredi Kartı Kullanım Niyetini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi: Nesnelerin İnterneti Kavramının Bankacılık Yansıması**. Bankacılar Dergisi, 115, 107-127.
- KAĞİTCİOĞLU, M. (2016). **Para piyasası kurumlarına yönelik ekonomik kolluk faaliyeti**.1.Baskı, On İki Levha İstanbul, s.1-556
- KARAMUSTAFA, K., & BİÇKES, D. M. (2003). **Kredi Kartı Sahip ve Kullanıcılarının Kredi Kartı Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Nevşehir örneği**. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(15), 91-113.
- LİN, L., REVİNDİ, M.D., GAN, C., & COHEN, D. A. (2019). **Determinants of Chinese Consumers' Credit Card Spending and Debt**. International Bank Marketing Journal, 37 (2), 545-564.
- OKTAY, E., ÖZEN, Ü., & ALKAN, Ö. (2009). **Kredi Kartı Sahipliğinde Etkili Olan Faktörlerin Araştırılması: Erzurum Örneği**. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 24(2), 1-22.

ÖZKUL, F.U., & TAPŞIN, G. (2010). **Kredi Kartı Kullanımı ile Kullanılabilir Gelirin Tüketim Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Ampirik Çalışma**. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (47), 138-153.

REİSOĞLU, S. (2004). **Banka Kredi Kartları ve Uygulama Sorunları**. Bankacılar Dergisi, 100-123.

SEZGİN, E. E., DENK, Z., & DEMİR, Ö. (2018). **Kartlı Ödeme Sistemlerinin Finansal Davranış ve Tutum Üzerindeki Etkisi: Elazığ-Malatya İli Avm Müşterileri Örneği**. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 28(1), 187-202.

TUĞAY, O., & BAŞGÜL, N. (2007). **Önemli Bir Finansman Kaynağı Olarak Kredi Kartları: Kredi Kartlarının Kart Sahiplerinin Harcamaları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Burdur İlinde Bir Araştırma**. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3), 215-226.

TUNALI, H. (2020). **Finansal Piyasalar ve Kurumlar**. Çalışma Kitabı, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İktisat. Ocak, 5, 2021.

ÜNAL, S., DÜĞER, Y.S., & SÖYLEMEZ, C. (2015). **Ekonomi Okuryazarlığı ve Kredi Kartı Tutumunun Rasyonel Kredi Kartı Kullanımına Etkisi: Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı MYO Örneği**. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10 (1),31-52.

YETİZ, F., & ÜNAL, A. E. (2018). **Finansal Yeniliklerin Gelişimi ve Türk Bankacılık Sektörüne Etkileri**. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(4), 117-135.

YÜCEL, S., & ÇİFTÇİ, N. (2019). **Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kartı Kullanım Durumlarının Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi**. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), 385-402.

TEZLER

ATAY, F. G. (1993). **Kredi Kartları ve Türkiye'de Kredi Kartı Uygulamalarının Nakit Para Üzerindeki Etkileri**. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

- KARABULUT, N. (2008). **Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması ve Kredi Kartı Kullanımının İncelenmesi**. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- KOÇ, A. F. (2012). **İki Taraflı Piyasalar ve Türkiye’de Kredi Kartları Piyasasının Ekonomik Analizi**, Doktora Tezi, Ankara, 2012.
- TURAN, R. (2001). **Türkiye’de Kredi Kartlarının Gelişimi ve Makro Ekonomik Etkileri** (Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi).



ÖZGEÇMİŞ

