

BANKALARIN LOBİCİLİK FAALİYETLERİ VE MEDYAYA YANSIMALARI

REFLECTIONS OF LOBBYING ACTIVITIES OF BANKS AND MEDIA

İpek SUCU *

ÖZ: Lobicilik faaliyetleri genel kapsamı ile karar verme mekanizmalarını etkileyen, baskı grupları oluşturan veya yardımda bulunan faaliyetlerdir. Bankalar lobicilik faaliyetleri ile bu kapsamda, verilen ya da verilmesi istenen bir karara karşı baskı grupları oluşturmak için ya da zor durumda kalan bankalara yardım amacıyla işlevlerini sürdürmektedir. Bankalar lobicilik uygulamalarında “kriz lobisi”, faiz ve kur lobisi”nden etkilenmekte ve bu lobi uygulamalarına göre gerekli durumlarda müdahale etmektedir. Bu çalışmada bankalar lobisinin nasıl uygulandığı, hangi etmenlerin etkisinde kaldığı ve Türkiye’de bankalar lobisinin gelişmiş ülkelere göre nasıl bir durumda olduğu medyaya nasıl yansıdığı ele alınacak ve tartışılacaktır.

ABSTRACT: Lobbying activities affecting the general scope of the decision-making mechanisms, forming pressure groups or activities with assistance. Banks with lobbying activities in this context, or to give the desired pressure groups against the decision to create a difficult situation or to help the remaining banks continues to function. Banks lobbying practices “crisis lobby”, “interest and exchange lobby” from the affected and intervene when necessary according to the practices of this lobby is. In this study, how well the banks lobby, which is influenced by factors that banks in Turkey and how to lobby those in developed countries is reflected in a situation to be addressed and discussed how the media.

Anahtar Kelimeler: Bankalar Lobisi, Kriz Lobisi, Faiz Lobisi, Kur Lobisi, Medya.

Key Words: Banks Lobby, Lobby Crisis, Interest Lobby, Lobby Exchange, Media.

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Reklam Tasarımı ve İletişim Bölümü.
isucu@gelisim.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0002-6298-7918>

GİRİŞ

Lobicilik, hükümet yetkililerin kararlarını etkilemeye yönelik olarak bir grubun veya bireyin çoğunlukla iletişim ve temaslar kurma amacıyla yaptığı girişimlerdir. Bu girişim yönetim birimindeki herhangi birinin veya grubun karar verme sürecini etkilemek suretiyle de olabilir. Daha pratik hayata yönelik bir tanıma göre ise, lobicilik karar verme gücünü sizden daha fazla elinde tutan birini istediğiniz yönde harekete geçmeye ikna etmektir.

Lobicilik faaliyetleri genel olarak bir siyasal iktidara, bir düşünce biçimine, bir karara karşı duran bir grup oluşturarak isteklerini dile getirme biçimde görülmektedir. Lobicilik sadece bir baskı grubu olarak ortaya çıkmamıştır. Lobicilik aynı zamanda bilgilendirme işlevine de sahip olan bir yardımlaşma ve dayanışma sistemidir. Bu açıdan lobicilik faaliyetleri bulunduğu teşebbüsler ile bireyin ya da kurumun gelişmesine, değişmesine ve kalkınmasına yardımcı olmaktadır.

Günümüzde sıkça gündemde olan lobicilik faaliyetlerinden biri “Bankalar Lobisi”dir. Bankalar kriz gibi ekonomiyi, siyaseti, finans dünyasını oldukça etkileyen etmenlerden ve de faiz ve kur politikalarındaki değişimlerden oldukça etkilenmektedirler. Bankalar Basel kararlarının alınmasında, kredi kartları ve çek kanun tasarısı gibi düzenlemelerde de bu değişimleri göz önüne almak zorundadırlar. Piyasada oluşabilecek tüm güncel durumlar karşısında bankalar da harekete geçmektedirler. Ancak bankaların bu kadar güncel ataklı olmaları her zaman müşterilerin istediği şekilde olmayabilmektedir. Bu tür durumlarda da müşteriler isteklerini ifade edebilmek için baskı grupları oluşturmaktadırlar. Bankaların müşteriler karşısında zor durumda kaldığı ya da bankalar ekonomik kriz gibi nedenlerden dolayı iflas edebilecek noktalara geldiği zamanlarda bankalar lobisi devreye girmektedir. Bankalar lobisi; müşteriler ve bankalar, bankalar ve piyasalar arasında ortak bir anlaşmaya varılabilmesi için bankaların çıkarlarını koruyabilecek şekilde hükümetin de desteğiyle bankalara maddi ve manevi olarak destekte bulunmaktadır.

Bu çalışmada, lobicilik kavramının ne anlama geldiği kavramsal olarak incelendikten sonra, Türkiye’de bankacılık sektöründe lobiciliğin durumu örnekler üzerinden araştırılmış ve Türkiye’de bankacılık alanında faiz ve kur lobisinin nasıl oluştuğu bu bağlamda etkilerinin neler olduğunun incelenerek bu konu üzerinde literatüre katkı yapmaktır amaçlanmıştır.

1. Kavramsal Olarak Lobicilik

Lobicilik, “ikna ve inandırma teknikleri uygulayarak, karar verme mekanizmaları üzerinde baskı oluşturma ve politik kararları bir grubun veya bir ülkenin lehine-aleyhine çevirebilme becerisi” olarak tanımlanmaktadır (Kazancı, 2001: 10). Lobiciliğin ortaya çıkışı 1870’lerin ABD Başkanı Ulysses S. Grant Beyaz Saray’da geçirdiği işgününün stresinden, hemen yakındaki Willard otelinin lobisinde puro ve konyak ile uzaklaşmaya çalışmasıyla başlamıştır. Bu arada kendisine dertlerini anlatmak için etrafında dönenlere “lobiciler” adını takmıştır. Lobicilik ve tanıtım birbirine karıştırılmaması gereken iki ayrı kavramdır. İletişim ise lobicilik ve tanıtımı kapsayabilen ve ötesine geçen daha genel bir kavram olarak bilinmektedir. Lobicilik siyasal karar alma mekanizmalarını önemli oranda etkilemektedir. Lobiciliğin bilgilendirme ve sempati ilişkileri gibi bazı dolaylı araçları da bulunmaktadır. Tanıtım

daha çok somut hedeflere yönelik bir faaliyet olarak görülmektedir. Tanıtımın yöntemleri, mesajları, bütçesi, eylem planları kapsamlı bir iletişim stratejisinin temel direğidir. İletişim 21. yüzyılın en önemli uluslararası ilişkiler boyutudur. İletişim bilgilendirme, lobicilik, tanıtım, medya, bilgi teknolojileri, reklam, pazarlama, markalaşma, kültür, edebiyat, müzik, sinema, turizm, insanlar arası ilişkiler gibi bir çok kavramı içerisinde barındırmaktadır. Bu yönden çok yönlüdür. Lobicilik daha çok halkla ilişkiler ana başlığı altında ele alınan bir konudur, son yıllarda Türkiye’de adı sıkça duyulmaya başlanmıştır. Lobi ve lobicilik bazen siyaset hayatının içinde, uluslararası platformlarda, bazen de iş dünyasında, şirketlerarası, markalararası büyük yarışta kısaca birçok yerde ortaya çıkmaktadır. Lobicilik bugün bir meslek durumuna gelmiştir (Kadaloglu, 1994: 30).

Lobiciliğin ana vatanı Avrupa ve Amerika’dır. Lobicilik faaliyetleri ilk kez 1946 yılında Amerika’da “Federal Regulation of Lobbying Act” ile yasal bir çerçeve içine alınmış, federal hükümetler lobicilik faaliyetlerini, modern devlet sisteminin ve hükümet anlayışının önemli vazgeçilmez bir unsuru olduğunu kabul etmişlerdir. Lobicilik faaliyetlerinde bulunan kişiler Adalet Bakanlığı’na kayıtlı olarak çalışmalarını sürdürmüşler, bakanlığa her dört ayda bir düzenli raporlarla bilgi vermişlerdir.

1976 yılında Whashington Post gazetesi tarafından lobicilik konusunda yapılan bir araştırmada yasalardaki bazı boşlukları ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmaya göre kayıtlı 2000 civarında lobici olmasına karşılık devlet dairelerinde 10.000 civarında kişinin faaliyette bulunduğunu saptamıştır. 1991’de yürürlüğe giren yeni bir kanunla bu işle uğraşan insanlara ve yaptıkları işlere bazı kısıtlamalar getirmiştir. Bunlardan en önemlisi; özellikle daha önce hükümette çalışıp, bu işi seçen kişilere getirilen; işten ayrıldıktan sonra bir yıl süreyle profesyonel olarak bu işi yapmayacaklarıdır (Lobicilik ve Pazarlama, 2018).

Bazı lobiler birer sivil toplum kuruluşu olarak çevre, kadın hakları, eğitim, tüketici hakları gibi belli bir alanda var olmaktadır. Bazıları toplumda sürmekte olan polemiklere odaklıdır. Örneğin silah taşıma hürriyeti, dinsel eğitim taraftar veya karşıtları. Bazıları belli ortak özelliklere sahip seçmen gruplarını temsil etmektedir: bir eyaletin, bölgenin, meslek grubunun veya etnik grubun lobileri. Bir diğer grup da ekonomik çıkarların ön planda olduğu kurumlardır: petrol, otomotiv, savunma sanayi, tarım... Sivil toplum kuruluşu olarak örgütlenenler dışında, bir de hizmet sektörüne ait ticari işletmeler vardır. Bunlar lobi şirketleridir yani müşterileri ne isterse, o yönde kongre ve hükümeti etkilemeye çalışmaktadırlar.

1.2. Türkiye’de Lobiciliğin Genel Durumu

Türkiye’de lobicilik yakın zamana kadar halkla ilişkiler kapsamında görülmeyen, ahlaki ve kanuni olmayan bir faaliyet olmuştur. Fakat tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de lobi faaliyetleri gittikçe kabul görmeye başlamıştır (Lobicilik ve Pazarlama, 2018). AB’de Türk lobileri kilit etken olarak hüküm sürmektedir ancak Türkiye gibi AB dışındaki ülkelerin gerçek anlamda lobi gücüne sahip olması hayli güç olmaktadır. Türkiye’de lobicilik konusunda çok ayrıntılı bir sistem bulunmamaktadır. Türkiye’nin lobicilik anlayışında resmi ve özel düzeyde bir politikası olmamaktadır. Türkiye özellikle Amerika’da lobiciliğin gerekliliğini ve önemini uzun yıllar fark edememiştir. 1980 sonrasında Türkiye’de lobicilik faaliyetlerine hız verilmiştir (Arı, 2008:15). Türkiye Amerika’da lobicilik çalışmalarını Türk-Amerikan dernekleri ve lobi

şirketleri aracılığıyla yürütmektedir. Türkiye'nin lobi faaliyetleri için kullandığı aracı kurumlar yetersiz kalmaktadır. Fakat Türkiye gibi lobi faaliyetlerinde aracı kurumları kullananın diğer ülkelerin de başarılı olduklarını söylemek zordur.

Türkiye TOBB'un Eurochambres, DİSK, Türk-İş ve Hak-İş'in Avrupa Sendikalar Konfederasyonu, TÜBİTAK öncülüğündeki Turbo'nun Iglo, TÜGİAD'ın Yes for Europe, İTKİB ve TGSD gibi birçok sektör kuruluşunun Avrupa düzeyindeki muadil örgütleri dahilindeki üyelikleri büyük kazanç sağlamaktadır. Ayrıca TEMA, KAGİDER ve AÇEV gibi derneklerin Avrupa girişimlerinden ve AGEE, JCI, Rotary, Lions gibi birçok uluslararası ağda Türkiye'den Avrupa'ya çok olumlu etki dalgaları yayılmaktadır. Ayrıca Türk sivil toplum kurumları, siyasal partiler, meslek örgütleri ve akademik kurumlar AB düzeyindeki muadil örgüt yapılarında ne kadar mevcut ve etkin olurlarsa, Türkiye'nin doğrudan ve dolaylı lobi kanalları o kadar etkili olacaktır (Lobicilik Nedir, Ne Değildir?, 2018). Avrupa Birliği (AB) kurumlarında her anlamda Türk sesinin duyurulabilmesi için lobicilik faaliyetlerinin artırılması ve güçlendirilmesi gerekmektedir. AB nezdinde şu anda lobicilik yapan elliden fazla kurumda, altmış binden fazla kişi çalışmaktadır. Brüksel'de Türk lobiciliği ise giderek güçlenme eğilimindedir.

Gerek Brüksel, gerekse ABD'de lobiciliğin önemi Türkler arasında da kavranmaya başlanmıştır. Türkler Türk şirketlerine veya AB içinde Türkiye'de yatırım yapmak isteyen yabancı şirketlere hizmet vermektedir. Ancak, yatırımların gerçekleşmesi için Türk şirketlerinin buradaki kurum ve kuruluşlar nezdinde kendilerini anlatabilmeleri gereklidir. Yatırımların başlıca aracı olan bankalar, bankalar lobiciliğini ortaya çıkarmıştır. Bu da birtakım kurallara bağlıdır. Bir mevzuatla sıkıntı varsa, o zaman o kurumla ilişkinin olması zorundadır.

Son yıllarda, özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan büyük gelişmeler nedeniyle küreselleşen dünyamızda, uluslararası sermayelerin nüfuzu ve dolaşım çizgisi karar verenler üzerinde etkili olurken, ulusal ve yerel kuruluşların isteklerinin daha az dikkate alınmasına dolayısıyla ikincil duruma itilmesine neden olmaktadır. Durumun ciddiyetini gören ve yönetim üzerinde aktif duruma geçmek isteyen milli ölçekli kuruluşlar, çıkış noktası ararlarken halkla ilişkiler ve onun uygulaması olarak lobicilik ile karşılaşmakta; bunları gerektiği gibi uyguladıkları takdirde de olumlu sonuçlara ulaşabileceklerini görmektedirler. Ahlaki kuralları çiğnemenin, tamamen sosyolojik ve psikolojik bilgiler ışığında bilimsel temele dayanan halkla ilişkiler uygulaması olan lobicilik, günümüz şartlarında yönetimi etkilemek ve istenilen doğrultudaki kararların aldırılmasında hemen her türden kuruluşun kullanmış olduğu bir yöntem olarak gelişmekte, bundan sonra daha da gelişeceğini göstermektedir (Canöz, 2016).

2. Bankalarda Lobicilik

Bankacılığın doğuşu altı bin yıl öncesine kadar dayanmaktadır. Banka, İtalyanca'da "masa, tezgâh" anlamına gelen "banco" kelimesinden meydana gelmiştir. İtalya'da para değişimi ve borç alıp verme gibi işlemlerin bankerler tarafından masa üzerinde yapılmasından dolayı banco kelimesi banka terimini ifade etmiştir. Paranın değişim aracı olarak kullanılmaya başlaması ile para alıp borç veren, bir para cinsini başka bir para cinsine çeviren bankerler ortaya çıkmıştır. Bunlar müşterilerinden mevduat da kabul edip, bunları yüksek faizlerle başkalarına kredi olarak vermekteydiler (Parasız, 2000:5). Türkiye'de bireysel ve modern bankacılık 1960'lı

yıllarda temel oluşturmuş, 1980'li yıllarda uygulanmaya başlanmıştır. 1960-1980 arası yıllarda Türkiye planlı döneme girmiş ve beş yıllık kalkınma planlarına ve yıllık programlara uygun olarak bankacılık sistemi yürütülmüştür. Bu dönemde uzman bankalara, kalkınma ve yatırım bankalarına önem verilmeye başlanmış, ticari bankaların kurulmasına sınırlama getirilmeye başlanmıştır. Ayrıca bu dönemde şirket şeklinde kurumların kurulması hız kazanmış ve böylelikle şirket bankacılığı da gelişmeye başlamıştır. Bu sırada bölgesel bankaların çoğu kapanmış, çok sayıda küçük banka yerine az sayıda çok şubeli büyük banka kurulmaya ağırlık verilmiştir (Parasız, 2000: 111). 1980 yılı sonrası dünya finans sistemi ile bütünleşme sonucu olarak bankacılık sektöründe de dışa açılma yönünde bir eğilim ortaya çıkmıştır (Sayılğan, 1999: 85).

Türkiye’de lobiciliğin gelişiminde ve süre gitmesinde bankalar son derece önemli rol oynamıştır. Bankalar politik olarak çok güçlüdürler; etkili lobicilik faaliyetleri yürütmektedirler, kendilerini huzur içinde bırakmaları için hükümet üzerinde baskı kurmaktadır (Kapitalizmin krizi, 2017). Bir grubun baskı grubu olarak nitelenebilmesi için iki koşul bulunmaktadır. Birincisi, grup üyelerinin ortak çıkarları olan bir topluluk oluşturmaları gerekliliğidir. İkincisi de, grubun siyasal sisteme yönelik istekleri olmalıdır. ABD’de politikacıları en çok, bankacılık alanında faaliyet gösteren şirketlerin finanse ettiği belirlenmiştir. Ülkede lobicilik faaliyetlerine 1989’dan bu yana en çok parayı, Amerikan telefon ve telgraf şirketi AT&T şirketi yatırmıştır. ABD’nin en büyük sabit telefon ve en büyük ikinci cep telefon operatörü olan şirket, son 20 yılda lobicilik faaliyetleri için 45 milyon dolar harcamış ve en çok bağışısı da rakip firma olan BellSouth’u satın aldığı 2006 yılında yapmıştır. Fransa’da yayımlanan La Tribune gazetesinin internet sayfasında yer alan listede AT&T’yi, son 20 yılda lobiciliğe 36,7 milyon dolar ayıran Goldman Sachs izlemiştir. Bankacılık devi Goldman Sachs’ın bağışları özellikle son yıllarda artış kaydederken, şirketin bağışlarından en çok Demokrat Parti adayları yararlanmıştır. Listenin üçüncü sırasında Citigroup yer almıştır. Bir başka ABD’li bankacılık şirketi olan Citigroup, 1989 yılından bu yana politikacılara 27 milyon dolar bağış yapmıştır. Şirket, bağış yaparken Demokrat ya da Cumhuriyetçi Parti ayrımı gözetmemiştir. Merkezi New York’ta bulunan banka, 2008 seçimlerinde politikacılara yaklaşık 5 milyon dolar bağışlamıştır. ABD’nin en büyük bankalarından Morgan bankacılık grubu ise son 20 yılda politikacılara 19,8 milyon dolar harcamıştır. Şirket, geçen yıl Senato’daki Demokrat Parti lideri Harry Reid’a 3 milyon dolar bağış yapmıştır (Dev Şirketler Siyasete Ne Kadar Para Harcıyor?, 2018). Bu durum bankaların lobicilik faaliyetlerinde son derece etkin olduğunu göstermektedir. Bankalar lobicilik faaliyetlerinde, “kriz lobisi”, “faiz ve kur lobisi”nden etkilemekte ve bu lobilerde etkin rol oynamaktadır.

3. Bankalar Lobisinde Kriz Lobisinin Etkileri

Yaşanan 2008 küresel krizinde dışarıda para kaybeden ve içeride yanlış yatırımlarla şirketlerini kötü yöneten “kriz lobisi” ekonomi yönetiminde IMF’yi etkin kılarak hükümeti pasifleştirerek zararlarını devlete finanse ettirmeye çalışmıştır. Bunun için küresel krizin Türkiye’ye etkileri olduğundan çok daha fazla gösterilmektedir. Bu durum Türkiye’de var olan “kriz lobisi” gerçeğine dikkat çekmektedir. Türkiye’de kriz lobisi 15 Eylül 2008’den itibaren faaliyet göstermeye başlamıştır. Bunların büyük bir kısmı yurtdışında bankalarda para kaybetmiş iş adamlarıdır. Kriz lobicileri her zaman vardır ama dönem dönem öne çıkmaktadırlar.

İç veya dış şoklar oluştuğunda ortaya çıkmakta ve devletten para istemektedirler. Daha önceden izlenen “düşük kur-yüksek faiz” politikası neticesinde büyük para kazanmış, dış borçla her yüz metrede bir alışveriş merkezi, rezidans yapan, ihracata konu olmayan mal ve hizmet üretimine yatırım yapan ve kaynak dağılımının yanlış oluşmasına neden olan işadamları kriz lobisinden dışarıda bıraktığı paraları hükümetten bankalar yardımıyla istemişlerdir. Bu nedenle de hükümete IMF ile hemen anlaş baskısı yapmışlardır.

Kriz lobisi ile medya arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Gündemin belirlenmesinde medya önemli bir araçtır. Medya, gündem konusunu açıkça ve inanılabilir bir şekilde vermek zorundadır (Williams, 1982: 226-231). Gündem oluşturma, bütün bireyler için aynı kapsamda ve aynı şekilde gerçekleşmeyebilir (Lang, 1954: 544-560). Haber medyalarının kapsamı genellikle gerçekte olan olaylarla çok iyi bağdaşmayabilir (Funkhouser, 1973: 62-75). Baskı ya da özel çıkar grupları bir konuyu medyanın gündemine getirebilmektedirler (Westly, 1946: 43-47). Medya, izleyicinin ilgisini çekebilmek ve dikkatini sürekli olarak canlı tutabilmek için; gerçek olanla hayal ürünü veya sanal olanı birbirine karıştırabilmekte ve yarı gerçek kurgular yapabilmektedir (Alemdar, 1994: 27). Medya, bir kesiminde Türk ekonomisini ağır bir kriz vakası olarak, olduğundan kötü göstermeye çalışmıştır. Bu oyun lobiye de pahalıya mal olabilmekte, böyle devam edildiğinde yurtdışında kaybettiklerinden fazlasını yurtiçinde kaybetmelerin sebep olabilmektedir. Aslına bakıldığında Türkiye’de bankalar, aracı kurumlar, fonlar batmamış, mevduat kayması bile olmamıştır. Hükümet kriz yönetiminde gayet başarılı olmuştur. 2002-2010 yılları arasında kamuda mali disiplini sağlanmış, devlet borçlarını ödemiştir. Bütçe açığını gelirin 1.7’sine indirmiş, kamunun borç yükünün ulusal gelire oranını da yüzde 96’dan 37’ye indirmiştir. Hem kamu maliyesinde hem de bankacılık sisteminde sorun çıkmamıştır. Devlet Merkez Bankası’nı bağımsızlaştırarak para politikası kontrolünün politikacılardan uzaklaştırılmasını ve dış politik baskılardan Merkez Bankası’nı korumaya çalışmıştır (Lippi, 1999:1). Özelleştirmede hedef aşılmıştır. Daha önce IMF’den alınan paralar Türkiye’de bankaların içini boşaltanlara ödenmiştir. Şimdi de IMF’den gelen kaynağı onlara aktarıldığında, parayı yurtdışına götürür ve kendi şirketlerine kredi olarak vermektedirler.

Lehman Brothers yatırım bankasının batmasıyla başlayan süreçte yurt dışında para kaybeden pek çok grup Türkiye’de hemen bir kriz lobisi oluşturmuşlar ve paraları Türkiye’de batmış gibi bir karmaşa yaratmışlardır. Yaşanan dünya krizinin merkezini Türkiye’ye taşımışlardır. Türkiye’de gelişmiş ülkelerdeki gibi batan bir banka, finansal kuruluş, fon ya da ödenemeyen devlet garantili bir senet olmamasına rağmen, yaratılan bu olumsuz hava herkesi etkilemiştir. Zaten cumhurbaşkanlığı seçim süreci, genel seçimler ve kapatma davası gibi siyasal gerginliklerle bir türlü tam istikrara kavuşamayan ve dünyanın en yüksek faizini vererek gergin bir ortamda ilerleyen Türkiye ekonomisinde, tüketiciler yaratılan bu korku senaryosuyla tüketimlerini iyice kısımlıdır. Herkes kriz beklentisine girmiştir. Bu durumu fırsat bilen bazı işadamları da harekete geçerek hükümetten para isteyip işçileri çıkartma kozunu oynamata başlamışlardır (Wassertom, 2008).

Türkiye’de de Akbank birçok çalışanını işten çıkartmıştır. Bu durum çalışanların ve müşterilerin bu bankaya olan güvenlerini azaltmıştır. Kriz lobisi bir yerde kendisinin yarattığı cari açığı artık kendisi kapatmak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle

de ürettiklerinden fazla harcayamamaktadırlar. Türk parasının aşırı değerlenmesinin hızı yavaşlayınca cari açık azalmaya başlamıştır. İthalat maliyetleri arttığı için bundan sonra pek çok ara malı tekrar yerli üretimden elde edilmek zorunda kalınacak, kapanan tesislerin tekrar hizmete girmesi kolaylaşacak ve istihdama olumlu katkı sağlanacaktır. Ayrıca ham petrol ve emtia fiyatlarının düşmesi de cari açığın daralmasına yardımcı olacaktır (Krizin fırsata dönüştürülmesi olarak adlandırılır). IMF'den elde edilecek kaynakları lobiye vermektense talebi artırıcı önlemler alınursa ve beraberinde Kobi'lere destek olmak amacıyla kullanırsak lobilerin körüklediği bu krizde çok daha fazla derin yaralar almaktan kurtulunabilecektir.

Kriz aşımı için yerli bankaların yurtdışı şubelerinden Türkiye'ye verilen kredilere back to back kredi adı verilmektedir. Türkiye'de oturan bir kişi Türkiye'deki bir bankaya döviz mevduatı yatırmakta ve karşılığında bu banka yurtdışındaki şubesinden ona döviz kredisi açmaktadır. Bu back to back kredi olarak adlandırılmaktadır. Kendi parasını kendi şirketine borç olarak vermenin tek yolu bu değildir. Bir başka yol daha vardır. Bir kısım işadamı da şirketlerinin içini boşaltıp yurtdışında tuttukları paralarını, yurtdışındaki yabancı bir finans kuruluşu aracılığıyla kendi şirketlerine doğrudan kredi olarak yönlendirmektedir. Böylece bu işadamları, şirketlerini dış borçlu olarak gösterip hem paralarını döviz olarak yurtdışında tutmakta hem de öz kaynak kullanmak yerine kendi paralarını dış borç gibi kullanıp vergi matrahlarını küçültmektedir. Buradan da anlaşılacağı gibi, Türkiye'nin çok dış borcu bulunmaktadır.

Türkiye, bu borçları çevirememeye korkusuyla kriz lobisi yapanların kamuoyunu yanlış bilgilendirdikleri, dış borçlarının bir kısmının kendi paraları olduğu Merkez Bankası Başkanının da verdiği rakamlarla ortaya çıkmıştır. 2001 krizi de dahil olmak üzere, 1995 yılından beri Türk bankalarının, her yıl borçlarını yüzde 100 oranında çevirdiklerini ve krizin bir dünya krizi olması nedeniyle ihtiyatlı olmakta fayda olduğunu belirtmişlerdir. Fakat şu gerçeği gözden kaçırmamak gereklidir. Lehman Brothers'ın batışından sonra TEB ve Garanti Bankası yeni dış kredi bularak Türk bankalarının dış kredi bulmaya devam ettiğini göstermişlerdir. Bu durumda, yabancı derecelendirme kuruluşlarının ve bazı yabancı bankaların, Türkiye'nin dış kaynak ihtiyacı ve borç çevirme varsayımı hakkında yaptıkları olumsuz değerlendirmelerin kasıtlı olduğu ihtimali güçlendirmiştir. Kriz lobisi önlem talebi olarak sürekli hükümeti önlem almaya çağırmıştır. Hükümet zaten 2001 yılından beri uygulanan bir istikrar programı olduğu için bütçe açığını kapatmış, devlet borçlarının ulusal gelire oranını yüzde 38'e düşürmüştür. Böylece bankacılık sistemini güçlü hale getirmiştir (Uygur, 2001:10).

Yaşanan dünya mali krizinde, Amerika ve Avrupa'da olduğu gibi bugün Türkiye'de batan banka veya batan yatırım fonu bulunmamaktadır. Hükümet, kamu ekonomisinde aldığı bütün bu önlemlere ilave olarak, Lehman Brothers'ın batışıyla küresel piyasalardaki ortaya çıkan sıkışmalar karşısında varlık barışı, faizsiz kredi, hisse senetlerinde stopaj indirimi, vergi borçlarında vade uzatımı gibi tedbirleri de almıştır. Ayrıca Merkez Bankası, para piyasalarına yönelik güven verici ve genişletici önlemlerle piyasadaki parasal sıkışmaları rahatlatmıştır. Kriz lobisi Türkiye'de olmayan bu krizi çok sert hissetmiştir. Çünkü yurtdışında bankalarda batan fonlarda önemli miktarda para kaybetmiştir (Rota Haber,2010).

3.1. Basel III Kararlarının Bankalarda Lobicilik Faaliyetlerine Etkileri

Basel 3 kararları finansal kriz riskini azaltmayı amaçlamaktadır. Basel Bankacılık Denetim Komitesi, İsviçre'nin Basel Kentinde yerleşik Uluslararası Ödemeler Bankası bünyesinde faaliyet gösteren, gelişmiş ülkelerin merkez bankaları ve bankacılık denetim otoritelerinden yetkililerin katılımıyla oluşturulan ve bankacılık konusunda istişari mahiyetli olarak uluslararası standartları yayımlayan komitedir. Dünyanın yüzleştiği en büyük finansal krizlerden birisi olan son dönem gelişmeleri beraberinde, dışarıdan bakıldığında son derece detaylı ve karmaşık gözükken finansal düzenlemelerin yetersizliği tartışmalarını gündeme getirmiştir. Krizin ortaya çıkardığı eksiklikleri gidermek amacıyla yakın zamanda Basel III olarak adlandırılan düzenleme değişiklikleri gündeme gelmiştir. Basel III olarak adlandırılan düzenleme değişiklikleriyle ulaşılmak istenen hedefler şu şekilde özetlenebilir;

- * Kaynağı ne olursa olsun finansal ve ekonomik şoklara karşı bankacılık sisteminin dayanıklılığının artırılması,
- * Kurumsal yönetim ve risk yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi,
- * Bankaların şeffaflığının ve kamuya bilgi verme özelliklerinin artırılması,
- * Mikro bazda yapılan düzenlemelerle bireysel olarak bankaların dayanıklılığının artırılması,
- * Makro bazda düzenlemelerle finansal sistemin şoklara karşı direncinin artırılması.

Bu amaçların gerçekleştirilmesi için ;

- * Hâlihazırda kullanılan asgari sermayenin nicelik olarak artırılması, niteliğinde değişiklikler yapılması ve mevcut uygulamaya ilaveten risk bazlı olmayan, diğer bir ifadeyle muhasebesel bazlı bir asgari sermaye gerekliliği standardının getirilmesi,
- * Tutulması gereken sermaye ihtiyacının ekonominin çevrim dönemlerine (cyclical) göre artırılabilmesi ya da azaltılabilmesi,
- * Asgari likidite oranlarına yönelik düzenlemeler yapılması,
- * Alım-satım hesaplarına (Trading Book) ilişkin sermaye yeterliliği hesaplamalarında değişiklik yapılması,
- * Karşı taraf kredi riskinin (Counterparty Credit Risk) hesaplanmasına ilişkin değişiklik yapılması yönünde çalışmalar yapılmıştır.

Bahsi geçen çalışmalar kısaca Basel III olarak isimlendirilmektedir. Esasında söz konusu revizyonlar etkileri itibarıyla ciddi finansal sonuçlara yol açsa da sermaye yeterliliği hesaplama felsefesinde önemli sapmalar meydana gelmemektedir. 2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde konut piyasalarındaki dalgalanmalar sonucunda ortaya çıkan ve bütün dünyaya yayılan finansal kriz, birçok bankanın yetersiz kalitede ya da tutarda sermaye ve likidite ile faaliyetlerini yürüttüğünü ortaya koymuştur (BDDK, 2018).

Küresel finansal kriz döneminde bankaların açıkladığı zararlar 2 trilyon USD'ye yaklaşırken IMF toplam zarar rakamının 2,3 trilyon USD'ye ulaşmasını beklemektedir. Bilindiği üzere bankalar olası en düşük öz kaynak tutarı ile faaliyet göstererek en yüksek öz kaynak karlılık oranlarını elde etmeye çalışmaktadırlar. Ancak çok düşük ya da yetersiz sermaye ve likidite oranları ile faaliyet göstermek bankaları kredi temerrütlerinden ve diğer yatırımlardan kaynaklanan olası zararlar karşısında iflasa kadar gidebilecek bir sürece sokmaktadır. Bütün bu hesaplamalar sonucunda sermaye ve likiditeye ilişkin standartların yükseltilmesinin faydalı olacağına herkes hemfikirdir. Avrupa bankacılık sektörü bir bütün olarak ele alındığında, Basel III

olarak adlandırılan yeni sermaye ve likidite gereksinimlerini karşılamak için 1,5 trilyon USD'ye ihtiyaç olduğu düşünülmekte olup Amerikan Bankacılık sistemi için de durum pek farklı değildir. Ancak burada kritik soru bankalara ilave yük getirecek bu uygulamaların ne zaman ve ne şekilde yürürlüğe girmesi gerektiğidir (BDDK,2018).

Bir süreden beri bankacılık sektöründe lobicilik faaliyetlerini yürüten Uluslararası Finans Enstitüsü (IIF) ve çeşitli gelişmiş ülkelerin Banka Birlikleri getirilen şartların oldukça ağır olduğunu, zaten zayıf olan ekonomik toparlanmaya ağır bir darbe vuracağını ve şartların hafifletilmesi gerektiğini bir süreden beri gündeme getirmişlerdir.

2010 Haziran ayında Basel Komitesi'nin konuyla ilgili küresel düzenleme arayışları zora girmiştir. Fazlasıyla sert bulunan düzenlemeler karşısında, neredeyse bütün ülkelerin bankacılık otoriteleri istisnalar ve özel muamele yaklaşımları istemeye başlamıştır. Ortak bir karar çıkması nerdeyse imkansızlaşmıştır. Dünya'daki toparlanmanın beklenenden daha yavaş olacağını sinyallerinin de ortaya çıkmasıyla birlikte Basel Komitesi ister istemez yeni kurallarda bazı sıkılaştırmalara gitmek zorunda kalmıştır. Çekirdek sermaye tanımında ipotek hizmetleri gelirleri, ertelenmiş vergiler ve iştirak paylarının oranının yüzde 10'dan yüzde 15'e çıkarılması, 30 günlük likidite ile ilgili varsayımların gevşetilmesi ve minimum basit sermaye oranının yüzde 3 olarak belirlenmesi bu sıkılaştırmaların başlıcaları olmuştur. Nitekim bunun sonucunda neredeyse bütün büyük bankaların sermaye yeterlilik oranları önerilen eski kurallara göre yüzde 1.5 civarında düzelme göstermiştir (Basel 3 kararları, 2017).

4. Bankalar Lobisinde Faiz ve Kur Lobisinin Etkileri

Bankalarda faiz kapsamına genel olarak mevduat faizi ve kredi faizi (ev, taşıt, konut, tüketim, kobi...) girmektedir. Merkez Bankası yıllardır yüksek faiz-düşük kur politikasıyla enflasyon hedefini tutturmaya çalışmaktadır. Enflasyon beklentileri de enflasyon sürecinin önemli bir unsurudur. Beklentilere göre endeksleme nominal şokları artırmaktadır (Domaç, 2003:7). Türkiye'de bankalar 2000'li yıllarla beraber yüksek faizle devlete finansman sağlayan kurumlar haline gelmişlerdir. Böylelikle bankalar uzun süre kolay ve güvenli yüksek faiz gelirleri sağlamışlardır (Demir, 2000:61,62). Kamu kesimi borçlanma gereksiniminin yüksek olması nedeniyle kamu kesimi bankacılık sektöründen kaynak edinebilmek için yüksek faiz politikaları yürütmüştür (Çolak ve Altan, 2002:49). Ancak işlerin Merkez Bankası'nın düşündüğü gibi gelişmediği enflasyon rakamlarına bakıldığında görülebilmektedir. Çünkü Türkiye'de enflasyon gıda fiyatlarının arzında meydana gelen sıkışmalara göre değişmektedir. Böyle bir ortamda Merkez Bankası faizleri yüksek tutarak enflasyonu düşürememektedir. Aynı şekilde enflasyonun gerilemesinde yüksek faizler de sanılanın aksine yeterli olmamaktadır. O halde küresel düzeyde faizler düşük seyrederken, Türkiye'nin de faizleri indirmesi gerekmektedir. Kamu otoritesinin üretim ve istihdamı artırma kaygılarıyla Merkez Bankası'na yapacağı politik baskılar, para politikasının zamanla tutarsız olmasına neden olacaktır (Altıntaş, 2000: 59). Fiyat istikrarı hedefinin, kalkınma, gelir dağılımı, işsizlik gibi hedeflerin önüne geçmesinin temel nedeni, finansal kesimin iktisat politikaları üzerindeki etkinliğinin artmasıdır. Finans çevrelerinin kazancı finansal varlıkların getirilerinin enflasyon karşısında erimesi tehlikesiyle karşı karşıyadır. Finans çevreleri düşük enflasyon konusunda çok baskıcıdır. İşsizlik oranındaki azalma, kamu açıklarındaki artma ve büyüme

hızındaki artışın enflasyonu artıracacağı düşünülerek uygulanan daraltıcı politikalar uygulatılmasında ve faiz oranlarının yükseltilmesinde çok etkin rol oynamaktadırlar (Eroğlu, 2002: 36). Merkez Bankası, kriz döneminde faizleri bir miktar indirmiş ancak hâlâ Türkiye’de faiz oranları çok yüksek kalmıştır (Müderrişoğlu, 2015). Bunun nedeninin de, yüksek faizlerden para kazanmayı alışkanlık haline getiren faiz lobisinin yoğun faaliyetleri olduğunu ileri sürebilir. Bu dönemde yüksek faiz lobisi devreye girmiş ve faizler indirildiği takdirde Türkiye’ye sıcak para akışının devam edeceğini ve Türk parasının yine değerleneceğini ileri sürmeye başlamıştır. Ancak bu durum bir tutarsızlıktır. Faizlerin gerilemesine rağmen sıcak para gelmeye devam edecekse, yüksek faizle para kullanmanın bir anlamı kalmamaktadır. Bu nedenle de daha sonradan indirilen faizler enflasyonun dengelenmesinde yararlı olmuştur.

Türkiye’de kur lobicileri aslında kendi verimsizliklerinin faturasını topluma ödeterek kâr sağlamaya çalışan bir kesim olmuştur. Döviz kurunda yükselişe neden olan koşullar ise çok farklı olmuştur: talep baskısı nedeniyle ekonomi çok ısınmıştı ve kurda yükselişe neden olan alımlar, bankacılık kesiminden gelmiştir. Bankalar döviz talebinin artacağı ve kurların yükseleceği beklentisiyle olabildiğince fazla döviz pozisyonu tutmaya çalışmışlardır. Döviz kurunu enflasyon çıpası olarak kullanmak üzere Türk Lirası’nın değerlenmesi yönündeki politika, 4 Şubat 1988 sonrasında devreye girmiş, bankalar açık pozisyon yapmaya teşvik edilmiştir. Amaç, oluşan sorunları çözmek değil, güçlü bir siyasi irade gelinceye kadar durumu idare etmektir. O tarihten sonra reel kesim üzerinde oluşan enerji birikimi 1994 ve 2001’de olduğu gibi, ciddi tahribatlar yaratmıştır (www.radikal.com.tr). Merkez Bankası’nın kurala bağlı para politikası uygulamalarının beklenmedik şekilde bir enflasyon yaratmayacağından dolayı, zaman tutarsızlığı ortadan kalkmaktadır (Eijffinger ve Schaling, 1996: 5).

Amerika’da ise Amerikan Merkez Bankası faizleri düşük tutukça, elinde parası olanlar, gelişmekte olan ülkelerin varlıklarına yatırım yapmaktadırlar. Böylece Amerikan dolarının değeri gerilemekte, gelişmekte olan ülkelerin paraları ise değerlenmektedir. Amerikan Merkez Bankası, düşük faiz politikasıyla örtülü devalüasyon yapmaktadır. Kısacası dolara dünyada rekabet gücü kazandırıp Amerika’nın ihracatını artırmaya çalışmaktadır.

2003’ten 2011’e kadar Türk parası zengin ülkelerin para birimleri karşısında yüzde 35 değerlenmiştir. Türkiye hariç, parası değerlenen ülkelerin tümü, sıcak para girişine karşı 2009’un başlarından itibaren önlem almaya başlamıştır. Ancak Türkiye’nin Merkez Bankası önlem almak için geç kalmıştır.

Finansal serbestleşme ve finansal yenilikler ile riskler dağıtılabilecektir (Chang ve Grabel, 2005:193-195). Bu açıdan Faiz indirimleri konusunda tartışmaya açık farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Faiz düşüşünü eleştirenler aynı zamanda Merkez Bankası Başkanı Durmuş Yılmaz’ı şeffaf olmamak hatta piyasayı kandırmakla itham etmiştir. Durmuş Yılmaz’ın “Diğer ülkelerin faiz artırımı sürecine gireceğini düşünüyorum” ve “Faiz indirimi cari açığı yükseltir” açıklamalarıyla piyasayı yanlış yönlendirdiğini ileri süren ekonomist ve bankacılar, faiz kararını siyasi olarak nitelendirip, bankanın riskli bir deney yaptığını ileri sürmüşlerdir. Finans kesiminden yükselen eleştirilere rağmen reel sektörü temsil eden ihracatçı ve sanayicilerin Merkez Bankası’nın faiz indirimine desteği sürmektedir.

Wall Street Journal gazetesi'nde yayımlanan "Türkiye, faiz indirimiyle şaşırttı" başlıklı haberde, indirim haberinin liranın ve borsanın düşmesine neden olduğuna dikkat çekilmiştir. Ekonomistler, politika yapıcılarının, düşük enflasyon ortamından yararlandıklarını ancak piyasada bazılarının giderek daha komplike hale gelen bir politika karışımını istemedi zorlandıkları uyarısını yapmışlardır.

Bu çerçevede Royal Bank of Scotland Grubu'nun yükselen piyasalar ekonomisti Tim Ash de Türkiye Merkez Bankası, "güvenli" yaklaşım faizleri değiştirmeyip yeni veriler gelinceye dek sabretmek iken neden faizleri indirmeye mecbur kalmalarına anlam verememiştir. İngiliz Financial Times (FT) gazetesi de faiz indirimi "Türkiye sürpriz bir adım attı" yorumuyla değerlendirmiştir. Gazete, bankanın spekülâtif sermaye girişini engellemek amacıyla faiz oranlarını kesmeye yönelik öngörülmedik bir politika izlediğini belirtmiştir. Zorlu Holding Başkanı Ahmet Nazif Zorlu ise "Reel sektör için iyi bir haber oldu. ABD'de, Avrupa'da faizler düşüyor. Bugüne kadar çoktan yapılması lazımdı. Uzun süredir sıcak para geliyor bundan sonra para yatırıma gelecek demektir." şeklinde yorum yapmıştır. TÜSİAD YİK Başkanı Erkut Yücaoğlu'na göre, bu durumun üç olumlu, bir olumsuz etkisi bulunmaktadır. İhracata olumlu ivme kazandıracak, sıcak paranın çıkması gerçekleşebilecek ve bu kararların enflasyonda olumsuz bir etki yapmamış olması iyi bir haber olarak görülmektedir. Olumsuz taraf olarak da yabancı sermayenin girişini engelleyebilecektir. Bugün ile seçim arasındaki dönemde yavaşlama olabileceği yönündedir. TİM Başkanı Mehmet Büyükeksi'ye göre ise, Faiz yüzde 5 seviyesine gelmelidir. Büyükeksi'ye göre, Merkez Bankası çok doğru bir karar almıştır. Enflasyon ve faizin paralel olması gereklidir. Reel faiz ne kadar çok olursa sıcak para o kadar fazla gelmektedir (Faiz Düştü Lobi Küstü, 2017).

Kurlardaki düşüş "faiz lobisi"nin kontrolündeki sıcak para gelişine dayalı ekonomik modellemenin sonucudur. Faiz lobisi artık kontrol edilemeyen hırslarının büyük bir ihtirasa dönüşmüş ve ekonomik sistemin "faiz ve rant" kazancı üzerine kurulmaya başlamıştır. Merkez Bankası da bu faiz lobisinin etkisi altındadır. Önce Merkez Bankasının bu lobiden kurtulması gerekmektedir. Hem hükümetin, hem de ekonominin önünün açılması için artık kontrol edilemeyen bir ihtiras mekanizması haline gelen bu lobinin önünün kesilmesi gerekmektedir. Bankacılık sektöründe büyüyen rakamların ve uluslararası finans piyasasından Türkiye'ye girerek yüksek faiz alanlar, Türk insanının emeğini, tarımdaki, üretimdeki, hizmetlerdeki gelirlerini kullanmaktadırlar. Merkez Bankası faiz lobisinin baskısından kurtulabilirse Türkiye'nin de önü açılacaktır. Türkiye'nin faiz politikasını yeniden belirlemesi gerekmektedir. Yurtdışından para girişini kesmeyecek, ancak faiz lobisinin hırsını törpüleyecek, üretimin önünü açacak bir faiz politikası gereklidir.

4.1.1. Kredi Kartlarında Banka Lobiciliğinin Etkileri

Kredi kartlarının gelişimi incelendiğinde, dünyadaki ilk kredi kartının 1894'te ABD'de Hot Credit Letter şirketi tarafından kullanıma sunulduğu görülmüştür. 1930-1940 yılları arasında ABD'de Sears, Macy's ve Goldwater's gibi büyük mağazalar ve pek çok kuruluş müşterilerine kredi kartları dağıtmaya başlamıştır (Borrowsky, 1994:54). 1950'li yıllarda Diners Club, American Express ve Carte Blanche isimli işletmeler borçlandırma esasına dayalı ilk modern kredi kartlarını piyasaya sunmuşlardır. Daha sonra 1960'dan itibaren Bank of America'nın piyasaya çıkardığı ve VISA ismini alan kredi kartı ABD'de piyasaya hâkim olmuştur (Borrowsky, 1994:60).

Kredi kartı müşterilerin yanında para taşımaya gerek bırakmamakta ve belli bir limite kadar tüm ihtiyaçları bu yolla karşılayabilmeye olanak tanımaktadır (Çımat ve Değirmenci, 2003: 25-40). Kredi kartlarında üye iş yerleri ile alışverişte taksitle ödeme ve para puan olarak ödül imkânı sağlaması kredi kartlarını müşteriler için cazip hale getirmiştir (Yılmaz, 1999: 21).

Türkiye’de 70 milyon nüfuslu ülkede kredi kartlarının sayısı 43 milyonu aşmıştır. Bebekler ve çocuklar çıkartıldığında, herkese ortalama iki kart düşmektedir. Tüketici kuruluşlarına göre kredi kartı mağdurlarının gerçek sayısı 10 milyonu bulmaktadır. Tüketicilere kredi kartıyla 36 aya kadar vadelerle alışveriş imkanı sağlayan kredi kartları bir kredi çeşididir. Kredi kartı sorununu içinden çıkılmaz hale getiren en büyük etken; yüksek kredi kartı faizidir. Bankaların “kredi kartı bir kredi türü değildir” şeklindeki açıklamaları, aslına bakıldığında toplumu yanıltmak amaçlıdır. Hayatın vazgeçilemez bir parçası haline gelen kartlar, artık faydalarından çok zararları ile öne çıkmaktadır.

Geçmiş yıllarda uygulanan aşırı faizler sebebiyle insanlar borçlarından dolayı intiharlara varan serüvenler yaşamıştır. Bu olumsuzluklara rağmen hükümetler, kart edinme noktasında ağır şartlar öne sürememiştir. Neticede mağdur bir kitle oluşmuştur. Kredi kartlarında, yıllık aidat ve yüksek faiz, bankalarla tüketiciler arasında uzlaşmazlığa neden olmaktadır. Eğer banka ve kredi kartları faizleri, kredi kartı mağdurları yaratıyorsa, bunu çözecek olan siyasi iktidardır. Ancak siyasi iktidar da çoğunlukla bankalardan yana taraf olmaktadır bu sebeple de sorun çözülememektedir. Medya da bu güne kadar hep bankalardan yana olmuştur. Örneğin iktidar partisinin kredi kartları konusundaki yaklaşımlarını duyurmuştur. Medyanın bu konuda tüketici yanında bir lobi oluşturması gerekirken, bu güne kadar bankalar yanında lobi oluşturmuştur. Çünkü kârı gazete satışından değil, banka reklamlarından elde etmektedir. Tüketici de kendi sorununa birkaç dernek dışında yeterince sahip çıkmamaktadır.

Ödeme sıkıntısı çeken bütün borçlular yasa kapsamına alınması, kredi kartı aidatları hukuka aykırı olması ve alınmasının durdurulması, Merkez Bankası üç aylık periyotlarla kredi kartı faiz oranlarını Türkiye gerçeklerine uygun bir parametreye bağlanması, yeni düzenlemede kredi kartı kullanımını ücretlerinin her yıl ÜFE’ye göre artacak olması kart mağdurlarını değil bankacıları sevindirecektir.

Bankalar, ciddi bir alacağından feragat etmektedir. Bankalar tahsil etmesi zor alacakları için hükümetle ortak adım atmıştır. Ancak bu durum vatandaş için de avantajlı bir durumdur. Artık bankalar, üç yıl yerine her yıl kart ücreti alabilecektir. Böyle bir uygulamanın da önü açılmış olmuştur. Döviz geliri olmayan firmaların da belli limitler çerçevesinde Türkiye’deki bankalardan kredi kullanmasına imkan sağlanmaktadır. Yapılan bu düzenleme ile döviz tasarrufları yurtiçindeki bankalarda kalması sağlanacaktır. Atılan bu adımlar bankacılık lobisinin bir zaferi olarak görülmektedir.

Kredi kartları ile ilgili yeni düzenleme, geç atılmış bir adım olsa dahi olumludur. Ancak sorunun bir daha yaşanmaması için kalıcı bir çözüm olmaktan son derece uzaktır. Önümüzdeki 3-4 yıl içerisinde yeniden böyle bir düzenlemeye ihtiyaç duyulacaktır. Bunun önüne geçilmesi gereken en önemli düzenleme kredi kartı

faizlerinin bugünkü noktadan tüketici kredisi faiz oranlarına yakın bir rakama indirilmesidir. Bankalar, bireysel ürünler içerisinde önemli bir yeri olan ve yüksek kârlılığı bünyesinde barındıran kredi kartları ile ilgili olarak hem faizlerinin yüksekliği hem de harcama yapıldıkça üye işyerlerinden komisyon almaları sebebiyle kredi kartlarından zaten büyük oranlarda kâr sağlamaktadır.

Son düzenleme ile bir de kullanıcıdan kart ücreti alınması, tamamen bankaların yararı gözetilerek hazırlanmış bir düzenleme izlenimi vermektedir. Düzenleme, kredi kartlarına işlemiş olan yüksek temerrüt faizini de anapara olarak kabul edilmektedir. Hükümet, vergi borçları için yeniden yapılandırmada “vergi anapara borcunu faizlerinden arındırarak yıllık yüzde 3 faizle 24 eşit taksitte ödeme kolaylığı” sağlamıştır. Aynı uygulama tüketiciler için de geçerli olmalıdır. Kredi kartı faiziyle bireysel kredi faiz oranları arasında paralellik olmalıdır. Sorunun çözümü, kredi kartı faizini objektif kriterlere bağlamaktır. Bu kriter mevduat faizi veya Merkez Bankası kısa vadeli borçlanma faizi baz alınarak isteğe bağlı olmaktan çıkarılmalıdır. Aksi halde “kredi kartı sorunu” her iki-üç yılda bir tekrar etmektedir (Tüketiciler Derneği, 2017).

Kredi kartı bir ödeme aracıdır. Ancak ülke şartlarında “gelir unsuru” gibi kullanılmaktadır. Bu yanlış kullanımı bankalar reklamlarla körüklemektedir. Kredi kartı reklamları sınırlandırılmalıdır. “Alışveriş yapınca hiç ödeme yapılmayacak, üstüne puan, para kazanılacak” sanısı uyandıran yanıltıcı reklamlarla tüketiciler aldatılmamalıdır. Hükümet, bankaların icraya düşmüş alacaklarını temizlemek ve aldıkları kredi kartı aidatlarını yasal hale getirmek amacıyla bankacılık lobisinin kontrolünde hazırlanan yasa tüketicilerin beklentilerini karşılamamıştır. Tüketicilerin beledikleri yasa amacından sapmış ve finans sektörünü bankacıları koruma ve tahsilat işlemlerini kolaylaştırma yasa tasarısı olarak değerlendirilmiştir. Hiçbir tüketici hakem heyetine ya da mahkemeye başvurup aidatı iptal ettirememesi bankaların yasası olma durumundadır. Kart borçlusunu olan ve asgari ödeme miktarını ödemeye çalışan tüketicilerin de kapsama alınması gerekmektedir. Ayrıca, kredi kart aidatlarının yüksek yargı kararlarının yasallaştırılması da uygun değildir. Evine haciz gelmemesi için tüm elindeki her şeylerini satmak zorunda kalan tüketiciler düzenlemeye alınmamıştır. Bu düzenleme bankaların alacaklarını alma operasyonu olarak görülmektedir. Borçlarının asgari ödenmesi gereken bölümü yatırılan, her an icra takibi başlatılacak yüz binlerce kart borçlusunu bulunmaktadır.

4.2. Çek Kanun Tasarısında Banka Lobiciliğinin Etkileri

TBBM Genel kurulu’nda, yeniden düzenlenen “Çek Kanunu Tasarısı”nda çek vasıtasıyla yapılan ekonomik faaliyetlerin büyüklüğü, ödenmeyen veya ödenemeyen çek adet ve tutarının, genel işlemlere göre düşüklüğü şaşırtıcıdır. “Çeke güvenilirlik” adı altında düzenlenen tasarının, hâkim ve güçlü bir lobinin varlığını göstermektedir. Hiç şüphesiz; bu güçlü ve etkin lobiye, bankalar, bir türlü önlenemeyen tefeciler, yasal izin adı altında faaliyet gösteren factoring şirketleri oluşturmuştur. Bu sebeple; yeni düzenleme, çeki güven sağlamaktan ziyade, finans ve bankacılık kesiminin gücünü artırmak ve hâkimiyetini devam ettirmek için düzenlendiği kanaatini doğurmuştur. Şöyle ki:

1- Ödenmeyen çeklere getirilen bu teminat; holdingler, bankalar, tefeciler ve factoring şirketlerinin çek dışında bir ödeme aracını kabul etmedikleri için, çek kullanımını yaygın hale getirmiştir.

2- Bankalar, çek yapraklarını yüksek ücretle sattıkları için, çek kullanımının yaygınlaşmasından büyük paralar kazanmaktadırlar.

3- Factoring şirketleri ve tefeciler, ödenmeyen çekler sebebiyle, hapis cezasını kullanarak, borçlu ile ağır şartlar karşılığında anlaşmaktadırlar (Akıncı, 2009).

Çek konusu bir güven konusudur. Piyasada güven ve istikrar büyük ölçüde çekler yoluyla sağlanmaktadır. Eğer çekin güvenilirliği ortadan kalkarsa; bu da, ekonomik faaliyet bakımından beraberinde çok ciddi sıkıntılar, sorunlar getirecektir. Piyasanın durması gibi sıkıntıları getirecektir. Çek kanunu, toplumsal talep haline gelmiştir. Bu olaya, kimin, nasıl baktığı önemli değildir. Önemli olan; bu kanunun, beraberinde adaleti getirip, getirmediğidir. Şöyle ki: Bilinmeyen ve görünmeyen bir el; lobi oluşturarak ve devleti de kullanarak, medenî Batı ülkelerinin hiçbirinde olmayan bir şekilde gayet adaletsiz bir çek kanununu yürürlüğe koydurmuş ve kişiler arasında cereyan eden bir hukuku, devleti de işin içine katarak devlet hukuku haline getirmesini başarmıştır. Çek Yasası'nın düzenlenmesi çalışmaları sebebiyle bu konu, tekrar tartışılır hale gelmiştir. Bankacılık ve finans kesimi temsilcilerinin, çeklerdeki hapis cezasının korunması hususunda etkin lobi oluşturmuşlardır. Zîra; yürürlükteki çek kanunu, gayet tartışmalı bir kanundur. Türkiye'de beraberinde adâleti getirmeyen yasalar da mevcuttur ve bu yüzden de, Avrupa hukuk normlarına uymayan olaylar yaşanmaktadır. Avrupa ülkelerinde borcundan dolayı hiç kimse, hapse girmemektedir. Bu bakımdan; yeni düzenlenecek Çek Yasası'nda, adâletin sağlanması hedef alınmalıdır. Çekler, para sahipleri tarafından acımasız bir silâh olarak kullanılmaktadır. Hükümetlerin uyguladıkları yanlış iktisadî politikalar, meydana gelen ekonomik krizler, vatandaşların ve ticaret erbabının zora düşmesine sebep olmaktadır. Örnek olarak hükümetlerin, vatandaşlara olan borçlarını zamanında ödememeleri, yalnız alacaklıyı zora sokmamakta zincirleme bir etkiyle, bütün piyasayı zora sokmaktadır. Türkiye 1980'lerden beri uygulanan yanlış ekonomi ve para politikaları sebebiyle daimâ, krizlere maruz kalmış ve reel ekonomide, hiçbir zaman istikrar sağlanamamıştır. Türkiye, finans ve bankacılık kesimiyle, Türkiye'nin ekonomisini istek ve çıkarları doğrultusunda yönlendirmesini başaran ve idareleri baskı altında tutabilen 15-20 holdinge bağımlı hale getirilmiştir.

KAYNAKLAR

AKINCI, H. (2009). Çek Kanunu.

<https://www.fatihhaber.com/fatihhaber/cekkanunu.htm> [Erişim Tarihi: 01.06.2017].

ALEMDAR, K. ve ERDOĞAN, İ. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.

ALTINTAŞ, H. (2000). *Merkez Bankasının Bağımsızlığı ve Fiyat İstikrarının Sağlanması Hedefi: T.C. Merkez Bankası Uygulaması*, Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, SBE, Malatya.

- ARI, T. (2008). *Amerika'da Siyasal Yapı Lobiler ve Dış Politika*. Bursa: MKM Yayınları.
- BELLİ, T. Basel 3 Kararları Finansal Kriz Riskini Azaltmayı Amaçlıyor. [Erişim Adresi]: www.dunya.com/basel | [Erişim Tarihi: 01.06.2017].
- BOROWSKY, M. (1994). *A New Base for Bank Marketing*. USA: Banker Journal.
- CANÖZ, K. Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik. [Erişim Adresi]: www.ilknokta.com [Erişim Tarihi: 29.06.2016].
- CHANG H., GRABEL, I. (2005). *Kalkınma Yeniden*. çev. Emre Özçelik, Ankara: İmge Kitabevi.
- CİVELEK, U. Kur Lobiciliği. [Erişim Adresi]: www.radikal.com.tr [Erişim Tarihi: 12.05.2011]
- ÇİMAT, A., DEĞİRMENCİ, M.A. (2003). Türkiye'de Banka Ve Kredi Kartları Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, (7).
- ÇOLAK, Ö.F., ALTAN, Ş. (2002). Toplam Etkinlik Ölçümü: Türkiye'deki Özel ve Kamu Bankaları İçin Bir Uygulama. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 17(196), 49.
- DEMİR, O. (2000). 2000 Yılı Sonunda Yaşanan Finansal Kriz ve Uygulanan İstikrar Programı Üzerine Düşünceler. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, (172), 61,62.
- DOMAÇ, İ.(2003), Explaining and Forecasting Inflation in Turkey, Working Paper, *The Central Bank of Turkey*.
- EIJFFINGER. C. W. ve J. De HAAN (1996). The Political Economy of Central Bank Independence, *International Finance Section, Special Papers in International Economics*, Princeton, 19.
- EROĞLU, N. (2002). *Finansal Küreselleşme: Devletin Düzenleyici Rolü Üzerinde Etkileri*", *Küreselleşme: İktisadi Yönelimler ve Sosyopolitik Karşıtlıklar*. İstanbul: Om Yayınevi.
- ERTEM, C. Kriz Lobisi Servetine Servet Kattı. [Erişim Adresi]: www.takvim.com.tr [Erişim Tarihi: 13.05.2016].
- FUNKHOUSER G.R. (1973). The Issues of Suxties, *Public Opinion Quarterly*, (37), 36-38.
- PARASIZ, İ. (2000). *Para Banka ve Finansal Piyasalar*. Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.
- KAZANCI, M. (2001). *Halkla İlişkiler, Kurumsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar*. Ankara: Savaş Yayınları.
- KODALOĞLU, A. (1994). *A.B.D.'de Lobi ve Lobicilik*.
- LANG, K. (1954). *The Unique Perspective of Television*. Urbana: Illinois University Press.
- LİPPİ, F. (1999). Central Bank Independence, Targets, and Credibility: Motivation and Overview, *Central Bank Independence, Targets and Credibility Political and Economic Aspects of Delegation Arrangments for Monetary Policy*, Massachusetts, 1-20.

- MÜDERRİSOĞLU, O. İran-İsrail Aradı Banka Savaşı. [Erişim Adresi]: www.sabah.com.tr/gundem [Erişim Tarihi: 04.05.2015].
- Rota Haber. 2010. Kriz Lobisi Önlem Aldı mı? [Erişim Adresi]: www.porttakal.com-haber [Erişim Tarihi:15.07.2016].
- SAYILGAN, Ş. (1999). Türk Bankacılık Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Finans Dünyası*, (117), 85.
- Tüketiciler Derneği, Kredi kartı "Aidat Soygunu" Sürüyor. [Erişim Adresi]: www.haberlink.com/haber [Erişim Tarihi: 11.09.2017].
- UYGUR, E. (2001). 2000 Kasım ve 2001 Şubat Krizleri Üzerine Değerlendirmeler. *Mülkiyeliler Birliği Dergisi*, (227), 10.
- WASSERSTOM, E, (2008), "On the Financial Crisis: It's Not Just Weak Oversight" The New York Times.
- WESTLY, H. (1946), Whats Makes It Change?, *Journal of Communication*, (26), 2.
- WILLIAMS, W. The Impact of Campaigning Agendas on Perceptions of Issues in 1980 Campaigning, *Journalizm Quarterly*, 60.
- YAŞAR, S. Yüksek Faiz Lobisi Devrede. [Erişim Adresi]: www.sabah.com.tr/gundem [Erişim Tarihi:26.08.2018].
- YILMAZ, E. (2000). *Kredi Kartlarında Ortak Kart Uygulaması*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- www.aktifhaber.com, Faiz Düştü Lobi Küstü. [Erişim Tarihi: 05.08.2017].
- www.alomaliye.com, Çek Kanunu Tasarısı. [Erişim Tarihi:11.07.2015].
- www.bddk.org.tr [Erişim Tarihi:20.08.2018].
- www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizim-ve-insan-kaynaklari, Lobicilik ve Pazarlama. [Erişim Tarihi: 17.05.2018].
- www.habervitrini.com, Dev Şirketler Siyasete Ne Kadar Para Harcıyor? [Erişim Tarihi: 06.09.2018].
- <http://www.answers.com/topic/lobbying> [Erişim Tarihi: 06.09.2018].
- www.sendika.org, Kapitalizmin krizi üzerine Alex Callinicos ile Söyleşi [Erişim Tarihi: 14.08.2017].
- www.siviltoplumakademisi.org.tr, Lobicilik Nedir, Ne Değildir? [Erişim Tarihi: 07.09.2018].