



T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE 'DE TÜKETİCİ KREDİSİ UYGULAMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Zekiye GEZER GÜLER

Eskişehir — 1991

İ Ç İ N D E K İ L E R

	<u>Sayfa No</u>
K I S A L T M A L A R	I
G İ R İ Ş	1

B i r i n c i B ö l ü m

TÜKETİCİ KREDİLERİNİN TANIMI, SINIFLANDIRILMASI VE EKONOMİK ANALİZİ

B i r i n c i K ı s ı m

TÜKETİCİ KREDİLERİNİN TANIMI VE SINIFLANDIRILMASI

I. <u>TÜKETİCİ KREDİLERİNİN GENEL ANLAMI</u>	6
1. TANIMI	6
2. TARİHÇESİ	8
3. YARARLARI	10

	<u>Sayfa No</u>
II. <u>TÜKETİCİ KREDİLERİNİN SINIFLANDIRILMASI</u> ..	13
1. TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞME TÜRLERİ	21
2. TÜKETİCİNİN KORUNMASIYLA İLGİLİ YASAL DÜZENLEMELER	22

İ k i n c i K ı s ı m

TÜKETİCİ KREDİLERİNİN EKONOMİK ANALİZİ

I. <u>TÜKETİCİ KREDİSİNİN TALEBİ-ARZI VE EKONOMİK ETKİLERİ</u>	29
1. TÜKETİCİ KREDİSİ TALEBİ	29
A. <u>Tüketicilerin Kredi Değerliliğinin Araştırılması</u>	30
2. TÜKETİCİ KREDİ ARZI	32
3. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN EKONOMİK ETKİLERİ..	33
II. <u>TÜKETİCİ KREDİLERİNDE RİSKİ TABANA YAYMAK</u> ..	36
1. AMAÇ RİSKİ TABANA YAYMAK	36
A. <u>Tüketici Kredisinin Sosyal İşlevi</u>	37
B. <u>Riski Ölçen Mekanizmanın Yokluğu</u> .	38
C. <u>Müşterinin Onayı Şartı</u>	39

İ k i n c i B ö l ü m

BANKALAR AÇISINDAN TÜKETİCİ KREDİLERİ, SANAYİ İŞLET-
MELERİNE ETKİSİ, SÖZLEŞMENİN İÇERİĞİ VE TÜKETİCİNİN
KORUNMASI

B i r i n c i K ı s ı m

BANKALAR AÇISINDAN TÜKETİCİ KREDİLERİ VE TÜKETİCİ
KREDİSİNİN SANAYİ İŞLETMELERİNE ETKİSİ

I. <u>BANKALAR AÇISINDAN TÜKETİCİ KREDİLERİ</u>	42
II. <u>OLUMLU VE OLUMSUZ YANLARIYLA TÜKETİCİ KREDİLERİ</u>	45
III. <u>TÜKETİCİ KREDİSİNİN SANAYİ İŞLETMELERİNE ETKİSİ.</u>	47
1. TÜRKİYE'DE TÜKETİM FİNANSMANIN ŞİRKETLERE YÜKÜ	49

İ k i n c i K ı s ı m

SÖZLEŞMENİN İÇERİĞİ VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

I. <u>TÜKETİCİ KREDİSİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE SÖZLEŞMENİN YAPILMASI</u>	51
1. TÜKETİCİ KREDİSİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ	51
2. SÖZLEŞMENİN YAPILMASI	52

	<u>Sayfa No</u>
II. <u>TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ</u>	53
1. KREDİ VERENİN YÜKÜMLÜLÜKLERİ	53
2. KREDİ ALANIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ	54
A. <u>Krediyi Kabul</u>	54
B. <u>Krediyi İade</u>	54
III. <u>UYGULAMADA KARŞILAŞILAN ÖZEL DURUMLAR</u>	56
IV. <u>TÜKETİCİNİN KORUNMASI</u>	57
1. TÜKETİCİ FİNANSMANININ TÜKETİCİYE YÜKÜ ...	62

Ü ç ü n c ü B ö l ü m

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ UYGULAMALARI VE ALINMASI GEREKEN ONLEMLER

B i r i n c i K ı s ı m

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ UYGULAMALARI

I. <u>TÜKETİCİ KREDİSİNİN UYGULANMASINDA GECİKMENİN NEDENLERİ</u>	64
1. BU DEĞİŞİMİN NEDENLERİ NELERDİR	65
II. <u>TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ UYGULAMALARI</u> ...	66
III. <u>TÜRKİYEDE'Kİ UYGULAMALARI DİKKATE ALARAK TÜKETİCİ KREDİLERİNİN UNSURLARI</u>	76
1. KREDİ ALAN	76
2. MİKTAR	77
3. AMAÇ	77

4. GERİ ÖDEME BİÇİMİ	78
5. TEMİNATLAR	79

İ k i n c i K ı s ı m

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİSİ UYGULAMASINDA SORUNLAR
VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

I. <u>TÜKETİCİ KREDİSİNİN UYGULAMASINA YÖNELİK</u> <u>SORUNLAR</u>	81
1. MERKEZİ RİSK BİRİMİNE OLAN İHTİYAÇ.....	83
II. <u>TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİSİ UYGULAMASINDA</u> <u>DİKKATE ALINMASI GEREKEN KONULAR VE</u> <u>ÖNLEMLER</u>	86
S O N U Ç	91
Y A R A R L A N I L A N K A Y N A K L A R	i-iv

K I S A L T M A L A R

BK	: Borçlar Kanunu
BKM A.Ş	: Bankalararası Kart Merkezi Anonim Şirketi
BSMV	: Banka Sigorta Muamele Vergisi
HDTM	: Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı
KDV	: Katma Değer Vergisi
KKDF	: Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu
MK	: Medeni Kanun
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TK	: Ticaret Kanunu

G İ R İ Ő

Finansman dnyasının dinamik yapısı birçok yenilikle-ri beraberinde getirmektedir. Durmaksızın devam eden bu değiş-şikliklerin temelinde yatan en önemli nedenlerden biri rekabettir. Finansman alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların sunduğu finansal hizmetler içinde doğrudan bireyle-re yönelik olanlar, son yıllarda gerek dünyada gerekse Tür-kiye'de önemli artışlar göstermiştir.

Bankalar ve banka-dışı kuruluşlar, özellikle orta ge-çirli tüketicilerin finansal hizmetlerden faydalanmalarını sağlamak üzere bu piyasalarda sundukları çeşitli ürünlerle rekabete girmişlerdir. Pek çok bankanın finansal piyasalar-da yer alması sayesinde sunulan ürünlerin fiyatları bir den-gelenmeye doğru giderken, piyasanın verimliliği kavramıda yerleşmeye başlamıştır. Ancak bu hizmetlerde hala devam eden fiyat farklılıklarının temel nedenleri finansal kurumların görelⁱ verimlilikleri arasındaki farklar ve rekabet derece-leri arasındaki değişkenliklerdir.

Bireylere yönelik finansal hizmet sunumunda gözönüne alınması gereken bazı önemli unsurlar vardır. Bireylerin bu hizmetlerin tümüne en uygun şartlarla ulaşabilmeleri, kendilerinin ihtiyaçlarını karşılayacak en uygun hizmeti seçebilmeleri, bu hizmetler hakkında doğru ve kapsamlı bilgiye sahip olmaları ve bu hizmetlerden herkese eşit şekilde faydalanma imkanının tanınması gibi konular sayabileceğimiz başlıca unsurlardır.

Dünyada finansal hizmetler arasındaki ulusal sınır kavramı yavaş yavaş ortadan kalkmaktadır. Bunun yanında bankalar, tüketiciler ve tasarruf sahipleri arasındaki geleneksel bağlar yok olmaya başlamış; Perakende satış yapan mağazalar ve finansman şirketleri gibi banka-dışı kuruluşlar tüm piyasalara yeni finansal ürünler sunma yarışına girmişlerdir.

Son on yılda hem dünyada hem ülkemizde büyük bir değişim sürecinden geçen mali piyasalar ve bankacılık sektörü, 1990'larda da bu değişim ve yeniden yapılanma olgusunu yaşamaya devam edecektir.

1980'lerde yaşanan, pek çok ülkede kambiyo rejimlerinin serbestleşmesi, sermayenin serbest dolaşımı, mevzuat ve yasal düzenlemelerde rekabet artırıcı uygulamalar ve teknolojideki gelişmeler sonucu dünya mali piyasaları giderek yirmi dört saat açık bir tek pazar hüviyetine bürünmektedir. Tek pazara yönelik bu gelişmeler, beraberinde uyulması gereken uluslararası normlar ve standartlarında getirmekte ve kurumlar kendi ülkelerindeki korumacılık duvarlarının tek tek yok olduğunu izlemektedirler.

Türk bankacılığı 1980'li yıllarda, hem dünyadaki bu gelişmelerin etkisiyle yetişmiş insan gücü planlaması, eğitim ve teknolojiye büyük yatırım yapmış, hem de mali sistemde mevcut bazı temel zaafaların giderilmesi için alının bir dizi önleme uyum göstermeye çalışmıştır. Bugün mevzuat ve yasal düzenlemelerde yapılan bir dizi değişiklik yanında HDTM ve TCMB'ce bankalara uygulanan yoğun denetim sonucu, bankacılık ekonomimizin en şeffaf sektörü olmak konumuna gelmiştir.

Bankacılık sektöründe görülen bu hızlı değişim, doğrudan bireylere yönelik olan bireysel bankacılık sistemini ön plana çıkarmıştır. Bireysel bankacılık hizmetlerine yönelen banka sayısındaki artış beraberinde bu alana aktarılan kaynaklarında büyümesi sonucunu doğuracaktır. Bu alanda uzmanlaşmış bankaların beklentileri bankacılık sektörünün toplam kısa vadeli kredi kaynaklarınının % 10'u gibi önemli bir bölümünün, gelecek birkaç yıl içinde tüketici kredileri biçiminde kullandırmayı planlamaktadır.

İşte bizde bu araştırmamızda, bankacılık sektöründeki % 10'luk kısmı konu edinerek incelemeyi amaçladık, aynı zamanda bu % 10'luk kısım ekonomi üzerinde risk unsuru yaratmaktadır. Bu durum karşısında ekonomide de bir takım değişim ve etkilerde yaşanacaktır.

Araştırmamızın birinci bölümünde, önce tüketici kredilerinin tanımı ve sınıflandırılmasına yer verilmiştir.

Daha sonra tüketici kredilerinin ekonomik etkileri incelenmiş, tüketici kredilerine olan talep ve tüketici kredisi arzı ve bunun sonucunda oluşan ekonomik analize yer verilmiştir. Bankalar tüketici kredisi vererek eldeki fonları geniş bir alana plase ederek riski yaymayı amaçlamışlardır. Tüketici kredilerinin aynı zamanda sosyal bir işlevide yerine getirdiğine kısaca değinmeye çalıştık.

İkinci bölümde, önce tüketici kredilerini ele alarak, bankaların ellerinde bulundurdukları atıl fonları tüketiciye finanse ederek, tüketimi artırmayı ve tüketim olmadan üretimin teşvik edilemeyeceği ilkesinden yola çıkarak ekonomi üzerinde oluşturulan olumlu ve olumsuz yanlarıyla tüketici kredilerine yer verilmiştir. Bunun yanında tüketici kredilerinin sanayi işletmelerine olan etkisi ve tüketim finansmanının şirketlere olan yükü incelenmiştir. Daha sonra tüketici kredisinin tüketiciye verilmesinde temel oluşturan ve karşılıklı hak ve sorumlulukları belirleyen sözleşmenin nitelikleri ortaya konulmuştur. Gerçek kişilere yönelik olan bu uygulama uzmanlaşmış ve kurumlaşmış finansal kuruluşlar ve büyük satış mağazaları, güçlenmiş satış organizasyonu içinde kaybolan tüketicinin korunması ve bilgilendirilmesine yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Türkiye'deki uygulamalara yer verilmiştir. Tüketici kredilerinin unsurları incelenmiştir.

Bankalar ve ekonomi için risk unsuru oluşturan bu fonların merkezi bir risk birimi ile oluşturarak garantiye alınması veya riskin en aza indirilmesi gibi konulara yer verilerek incelenmiştir. Bu uygulamalar sonucunda ortaya çıkan sorunlara değinilmiştir. Daha sonra ise, çözümlerinin değerlendirilmesi yapılmıştır.

B i r i n c i B ö l ü m

TÜKETİCİ KREDİLERİNİN TANIMI, SINIFLANDIRILMASI VE EKONOMİK ANALİZİ

B i r i n c i K ı s ı m

TÜKETİCİ KREDİLERİNİN TANIMI VE SINIFLANDIRILMASI

I. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN GENEL ANLAMI

1. TANIMI

Tüketici kredisi en geniş kapsamlı tanımı ile belirli bir mal ve hizmetin alınmasına bağlı olmadan kredi olarak verilen parayı veya belirli bir mal ve hizmetin, nakit ödenmeden, daha sonra ödeme yapılmak üzere satın alınmasını ifade eder.

Birçok ülkede tüketim kredisi üç tayıktan sağlanmaktadır. Bunlardan ilki bankalar, kredi birlikleri gibi ailelerin likit tasarruflarını değerlendiren kuruluşlardır. İkinci kaynak, tüketim kredisi sağlamakta ihtisaslaşan mali kuruluşlar-

dır(Finans Şirketleri). Üçüncü kaynak ise, kredinin verildiği malların satıcısı olan üretim ve ticaret firmalarıdır(1).

Tanım uyarınca "tüketici kredisi" çevresindeki ikrazların kapsamı özel ve tüzel kişilerin ticari amaçla kullandıkları kredileri, kurumsal kredileri, kamu kuruluşlarının kullandıkları kredileri içermemektedir.

Otomobilden beyaz eşyaya, tatil giderlerinden okul taksitlerine kadar geniş bir alanı kapsayan tüketici kredileri, ekonomik karakterleri açısından ticari ve sınai kredilerden farklı bir yapıya sahiptirler. Şöyle ki, ticari ve sınai kredilerde amaç ticaret veya üretim hacmini artırarak nihai kârın azamileştirilmesine katkı sağlamak şeklinde ortaya çıkarırken tüketici kredilerinde temel itici güç, tüketicilerin arzularını derhal tatmin etme ve üreticilerin yüksek kâr sağlama istekleridir. Bu yönleri ile tüketici kredileri, tüketim tercihlerinin zaman içersinde öne alınması işlevini gerçekleştirmektedir. Ekonomik açıdan tüketici kredilerinin en önemli etkileri bu özelliklerinden kaynaklanmaktadır.

Uygulamada çeşitli türlerde tüketici kredilerine rastlanılmakla birlikte bu tür kredilerin dırtak ayırt edici özelliği, tüketiciye belli bir malın satın alınması için sağlanan kredinin anapara ve faiz geri ödemelerinin kredi vadesi boyunca sabit zaman dilimleri içinde gerçekleştirilmesidir(2).

(1) Türkiye Bankalar Birliğinin hazırladığı seminer notları,?,?.

(2) Ahmet N.İMRE, "Tüketici Kredileri", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.14.

2. TARİHÇESİ

Önceleri ABD'lerinde, orta gelirli sınıfın büyümesiyle birlikte 1. Dünya Savaşı yıllarında bireylerin özellikle konut edinme konusunda finansman ihtiyaçları ortaya çıkmış ve bunu izleyen yıllardaki endüstriyel gelişmeler, bireylerin diğer konulardaki finansman ihtiyaçlarını da beraberinde getirmiştir. Örneğin, ABD'de, otomotiv sanayinin gelişmesiyle birlikte, tüketicilere taksitli satış imkanları sunulmaya başlanmıştır. 1950'lerde televizyan, buzdolabı, çamaşır makinası vb gibi dayanıklı tüketim mallarının ve hizmetlerinin finanse edilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. 1960'lı yıllarda, artık taksitli satış sistemi yerini tüketici piyasasına giren bankalara bırakmıştır. Önceleri bankalar, tüketicilere taksitli satış yapan satıcıların alacaklarını finanse ederken sonraları tüketicilere doğrudan doğruya kredi vermeye başlamışlardır(3).

Avrupa ülkelerinde savaştan sonraki dönemde tüketim kredileri finansman şirketleri ile satıcılar tarafından sağlanmış ve bu dönemde finansman şirketlerinin sayısında hızlı bir artış gözlenmiştir. Daha sonra ticaret bankaları bu alanda önem kazanmaya başlamış ve finansman şirketlerinde belirli paylara sahip olmuşlardır. Bankalara, özellikle ferdi kredi, yani belirli bir mal alımı ile ilgili olmayan ve nakit olarak açılan taksitli kredi sağlamaktaydılar. Sonraki yıllarda gözlenen önemli bir gelişmede kredi kartlarıdır.

(3) Derleyen Pelin ALPERGİN, Türkiye Bankalar Birliği Araştırma ve Yayın Grubu, BİREYSEL BANKACILIK, Ankara, 1990, s.6.

Tüketici kartları tüketicinin finansmanında yer alan araçlardan olduğu için tüketici kredisi içinde incelemek mümkündür. Aralarında sadece işleyiş açısından bir fark vardır. Kredi kartında kart verilir, limit verilir, bu krediyi kullanıp kullanmama tüketicinin elindedir. Tüketici kredisinde ise paranın tamamını, limit=risk olarak tüketicinin eline teslim edilir. Kredi kartları daha çok bankaların üstlendikleri bir bankacılık işlemi olmuş ve önceden saptanan sınırlar içinde talep üzerinde derhal açılan kredi kavramına bir geçiş oluşturmuştur(4).

Bankaların tüketici kredisi piyasası yaratmalarından sonra, sundukları kredilerde ve hizmetlerde, rekabetinde etkisiyle, hem sunulan ürünlerde hem de koşullarda çeşitlenmeler ve değişmeler meydana gelmiştir. Önceleri belirli bir malın satın alımı ile sağlanan kredilerde teminat alımı ve taksit ödemeleri belirli kurallar çerçevesinde yapılıırken, tüketici piyasasındaki değişmeler sonucunda, geri ödemelerde kişilerin gelirleri belirleyici faktör olarak ele alınmış ve buna göre sınırsız kredi kullanımı yöntemi geliştirilmiştir. Kredi miktarları artmış ve geri ödeme süreleri uzamıştır. Kişisel kredilerle birlikte kredi kartı kullanımları, Overdraft kolaylıkları (açık itibar, hesabı aşan miktarlarda para çekme olanağı) ve kredi ile kiralama teknikleri yeni bireysel kredi türü olarak ortaya çıkmıştır(5).

(4) Türkiye Bankalar Birliğinin Seminer Notları, s.2.

(5) ALPERGİN, s.6.

Tüketici kredilerinin ortaya çıkışı 1. Dünya Savaşı yıllarından hemen sonra olmakla beraber yasal kimliğinin oluşturulmasında oldukça geç kalınmıştır. Tüketici kredisi alandaki ilk kapsamlı çalışma İngiltere'de yapılmıştır. Bu çalışma 1971'de Crowter komitesinin hazırladığı rapordur. Bu komitenin önerileri üzerine 1974'te Tüketici Kredisi Yasası (Consumer Credit Act) (CCA) çıkarılmıştır. Yasa tüketici kredisi ve tüketici kiralama antlaşmalarını kapsamaktadır. Yasa esas olarak tüketici kredisi alanında iş yapmak isteyen bütün kişilerin ticaret ve sanayi departmanında Director General of Fair Trading'ten lisans alması işlemini getirerek kamu otoritesince tüketici kredilerinin denetlenmesi sistemini getirmiştir. Ayrıca tüketici antlaşmalarında tarafların haklarına ilişkin hükümler getirmiştir. Kısaca, tüketici kredisi ve kiralama antlaşmalarının yapılması işleyiş ve sonuçlandırılması bu yasa çerçevesinde düzenlenmektedir. 1974'ten beri 130 binin üzerinde lisans verilmiştir(6).

Gelişmiş batı ülkelerinde yıllardır uygulaması bulunan tüketici kredileri 1988 yılının sonu itibariyle Türkiye'de de çok şubeli bankalar tarafından uygulanmaya başlandı(7).

3. YARARLARI

Ekonomik olayları temel unsurlarından olan üretim, pazarlama, finansman ve tüketimin tanımı içinde direkt büyük

(6) Ali Vefa ÇELİK ve Alev AKKURT, Tüketici Kredileri Konusunda Bank of England ve Finance House Association Yetkilileriyle yapılan Görüşmeler ve Türkiyedeki Uygulamalar konusunda öneriler(3), TCMB Bankacılık Genel Müdürlüğü, Seri no.10, Nisan 1989., s.3.

(7) Osman OĞUZTÜRK, "Tüketici Kredisi", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.13.

katkılar sağlayan tüketiciler kredilerinin geleceği çok aydınlıktır.

Tüketiciler kredisi olmayan bir piyasada alıcılar, üretici veya pazarlamacı firmalar tarafından finanse edilmekte ve işlem şöyle seyretilmektedir.

a) Üretici satışını kolaylaştırmak için pazarlamacıya vade kolaylığı şeklinde bir finansman sağlamaktadır. Bu sağlanan olanak üretici firmanın kaynaklarının bir kısmından bir süre için fedakarlık etmesi veya eksilen kaynağın yerine bir finansman kurumundan kredi alması demektir.

b) Pazarlamacıda işletmesinin amacına uygun olarak daha fazla satış için tüketiciye bir takım avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajların başında yine vadeli satış imkanı gelmektedir.

Tüketiciye sağlanan vade kolaylığı bu defa pazarlamacının kendi kaynağından fedakarlığını başka bir deyimle kendi kaynaklarıyla tüketiciye finanse etmesini doğurmaktadır.

Gerek üretici gerekse pazarlaması için geçerli olan "satılan malı yerine koyabilmek" şeklinde eski bir ticari deyim vardır. Bu deyim işletme sermayesinin hiç bir zaman eksilmemesi gerekliliğini hatırlatmak içindir.

Oysa yukarıdaki süreçte, her zaman geçerli olan bu kural ihlal edilmektedir. Malını vadeli satan üretici ve/veya pazarlamacı yenisini yerine koymakta zorlanmaktadır.

Alıcıyı finanse etmek için kullanılan kaynak işletme içinde kalmış olsa bu tutar işletmenin sermayesinin hatta yatırımlarının gelişmesini sağlayacaktır. Alıcıların daha doğrusu nihai noktada tüketicilerin finansmanı için harcanan kaynaklar gelişmeyi önlemek yanında enflasyonlu ortamlarda işletmelerin daralması küçülmesi sonucunu doğurmaktadır.

Tüketici kredisi devreye girdiğinde ise üretici ve satıcının omuzundaki finansman yükü kalkmaktadır.

Dolayısıyla, tüketici kredisi, üretici ve satıcı firmalara talep daralmasıyla yaratmadan yukarıdaki olumsuzlukların kaldırılması gibi önemli bir yarar oluşturmaktadır.

Bu kredinin, tüketici ve bankalara yararları ise şöyle özetlenebilir,

- Üreticiye peşin para ile dilediği malı, sağlayabileceği en iyi avantajla satın alabilme imkanı doğmaktadır.
- Bankalar ise, bankacılığın temel prensibi olan "risk yaymak" olayını en net biçimde bu tür kredide gerçekleştirebilmektedirler.
- Bankalar için bir başka fayda ise, sektörel dalgalanmalardan etkilenmeyecek sağlam ve yaygın bir kredi potansiyeline kavuşmaktadır.

Zaten tüketici kredilerinin yaygınlaşması ölçüsünde tüketim malı üreten ve satan firmaların, tüketiciye ayırdıkları finansmanın ikamesi için bankalardan kredi talepleri azalacak ve sonuçta özkaynağı ve sermayesi yeterli, bu tür firmalar

bankalarla kredi dışındaki bankacılık hizmetleri için iş ilişkisi kuracaklardır(8).

Tüketici kredileri, tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanması yanında piyasadaki durgunluğun aşılmasında yardımcı olmaktadır. Kredi alışverişte tüketiciye toplu peşin para avantajını sağlamaktadır.

Tüketici kredisi bir anlamda kredi işlevinde tüccarı devreden çıkarmakta, dolayısıyla satışa konu mal tüketiciye daha ucuza mal olmaktadır(9).

II. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Tüketici kredilerinin sınıflandırılmasında ülkeden ülkeye hatta bankadan bankaya farklılıklar olmasına karşın temelde tüketici kredileri (a) doğrudan nakit şeklinde verilen ya da (b) mal ve hizmet satın alınmasının finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla verilen krediler şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Ticari bankalar, kendilerine kredi için başvuran müşterilerine doğrudan doğruya kredi açabilme gibi, tüketicilere mal ve hizmet sağlayan perakendecilerden müşterilerinin borç senetlerini satın alabilirler. Ticari bankalar araba satıcılarının, mobilya satan mağazaların ve belli ölçüye kadar, buzdolabı, çamaşır makinası, ısıtıcı, kurutucu, televizyon vb. satan perakendecilerin elindeki çek-senet ve bonoları sa-

(8) Selahattin SESLİOĞLU, "Tüketici Kredileri" Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.9-10.

(9) OĞUZTÜRK, s.13.

satın alırlar. Buna dolaylı finansman (indirect financing) veya satın alınmış krediler (purchased loans) denilmektedir. Dolaylı finansman, zaman zaman taksitli satış finansmanı diye de adlandırılmaktadırlar.

Son yıllarda artış gösteren dolaylı finansman ile bankaların, tüketicinin borçlarını satın aldığı alanların kapsamı genişlemiştir (Örneğin, diş sağlığı ve diğer tıbbi malzemeler ve sigorta primlerinin finansmanı gibi).

Dolaylı borç verme işleminin başka nedenleri şöyle sıralanabilir.

a) Pazarlama yöntemleri ve tüketicilerin dayanaklı tüketim mallarının alışverişinde izledikleri yolların, bu finansman şeklini teşvik etmesi (önce alışverişini yap, sonra ödeme kaynaklarını ayarla anlayışı).

b) Perekende satış yapanların alacakları, onlara finansal açıdan taşıyamayacakları kadar büyük yük getirdiğinden perakendecilerin bu konu da finansal kuruluşları bir kredi kaynağı olarak görmeleri.

c) Dolaylı finansmanın, işletme giderlerinin fazla yükselmesine meydan vermeksizin geniş hacimli kredi elde etme olanağını tanıması.

d) Doğrudan kredi vermektense bankaların, bazı satıcıların ciro edilmiş senetlerini almayı risk açısından daha uygun görmeleri (satıcı, hesapların ve geri ödenmeyen borçların takibi konularla da ilgileniyorsa, banka zaman ve maliyetler açısından avantajlı durumda olur).

Bankaların uygulamalarından bir başka nedende hem kendilerini hem de satıcıları, senetlerin tahsil edememesinden doğacak zararlara karşı korumak için satıcı rezervi (dealer's reserve) tutmalarıdır. Bu rezerv satıcının tüketiciye sattığı mal bedeliyle bankaya iskonto ettirdiği senedin arasındaki farktan meydana gelir. Bu rezerv, bankaya bir emniyet unsuru olması açısından, satıcıyada kârın büyük bir bölümünü teşkil etmesinden dolayı önemlidir. Rezerv, satıcının bankadaki senetlerinin belirli bir yüzdesini oluşturuncaya kadar birikir, bu yüze aşılan kısmı satıcıya iade edilir. Satıcı rezervinin miktarı, satıcının riskliliğine göre belirlenir ve satıcının kredi değerliliğine ve sattığı malın cinsine göre değişir.

Birçok ticari banka, satıcıdan alınacak senetlerin belirli standartlara uymasını istemektedir. Aynı zamanda banka, satıcının dürüst olması ve uygun bir sermaye yapısına sahip olması gibi unsurları da dikkate almaktadır.

— Dolaylı yoldan finansman sağlamanın sakıncaları yok değildir. Bunlardan birkaçı şöyle özetlenebilir.

a) Banka, tüketicileri görememe ihtimaliyle karşı karşıya olduğundan, onlar hakkında herhangi bir bilgi edinemez ve değerlendirmelerini yapamaz.

b) Banka tüketiciyle görüşemeyeceğinden sahtekarlık ve yanlış anlamaların oranı artabilir.

c) Bankadan doğrudan kredi alarak kişilerin geri ödeme yapmalarındaki tutumları taksitle alışverişlerdeki geri ödeme tutumlarından farklıdır.

Bankalar satıcının senetlerin finansmanında çeşitli yöntemler benimsemişlerdir.

Tam Rücu Hakkı Olan Yöntem'e (Full Recourse Plan)

göre satıcı alacaklarını sattığı bankaya şartsız bir garanti verir. Eğer müşteri bankaya geri ödeme yapmazsa, satıcı bankaya ödeme yapar. Bu durumda, banka açısından daha az risk söz konusudur ve satıcı kredili satışlarında müşteri seçimine daha çok dikkat eder, hesaplarını titizlikle tutar, takip eder, Birçok satıcı bu yöntemi benimser. Daha az riskli olması nedeniyle, banka satıcıya daha az faiz oranı uygular.

Rücu Hakkı Olmayan Yöntem'e (Non Recourse Plan) göre

banka, satıcıdan senetlerin satın alımında ciroyu şart koşmaz ve satın aldıktan sonra satıcının yükümlülüğü ortadan kalkar. Örneğin, bir satıcı, müşteriye sattığı bir buzdolabı için senet düzenler ve bu senetlerin arkasını ciro etmeksizin bankaya vererek alacağını önceden tahsil eder. Artık banka ile müşteri karşı karşıyadır. Vadesi geldiğinde banka müşteriden senet bedelini tahsil edecektir. Eğer, müşteri bu süre sonunda geri ödemeyi yapmazsa, banka satıcıdan ödemeyi yapmasını isteyemez, çünkü satıcı senetleri ciro etmediği için bankaya herhangi bir garanti vermemiştir. Banka, bu uygulamada daha fazla riskle karşı karşıya kaldığından, hem senetlerin alımında daha seçici davranır hem de daha yüksek bir faiz oranı uygular.

Geri Alma Yöntemi'ne (Reurchase Plan) göre müşteri, öde-

sini verilen zaman içinde bankaya yapmadığı durumlarda banka satılan malı müşteriden geri alır. Senet tutarının satıcı

tarafından bankaya ödenmesini takiben, banka malı belli bir zaman zarfında satıcıya geri gönderir. Satıcı rücu hakkı olan yönteme göre daha az riskli durumdadır. Çünkü bankaya ödemeyi yapacak ve malını geri alabilecektir. Bankalar açısından bu uygulamanın ek eleman ve ek maliyetler getirmesi söz konusudur. Çünkü banka tahsil işlerinin yanında malların fiziksel olarak nakliyesi ve saklanmasıyla da ilgilenmek zorunda kalacaktır.

Dolaylı finansman bankalar için büyük risk unsuru taşıdığı için kredileri değerlendirdirken bazı faktörleri gözönüne almaktadırlar. Bunlar;

- a) Tüketicinin, satın aldığı malın bedelini ödeyebilecek bir gelire sahip olması
- b) yeteri kadar peşinat alınması
- c) Geri ödeme taksitlerinin kısa vadeli olmasına dikkat etmektedirler.

Ekonomik gelişmeler ve bankalar arası rekabetle birlikte tüketici kredilerinin de kapsamı genişlemiştir. Günümüzde farklı amaçlı tüketici kredileri kullanılmaktadır.

Ebeveynlerin, çocuklarının okul masraflarını karşılamak için kullandıkları eğitim harcamaları kredileri, çok istisnai haller dışında öğretim yılının başlamasından önce verilen ve yıl sonuna kadar geri ödenmesi yapılan bireysel kredi türlerinden biridir. Bu tür kredilerin pazar potansiyeli oldukça geniştir. Eğitim harcamaları kredileri vermek suretiyle öğrencilere destek sağlayan diğer kuruluşların yanına böylece bankalarda katılmaktadır.

Bankalar, her türlü sigorta primlerinin finansmanı alanında kredi imkanı tanımaktadırlar. Sigorta şirketlerinin artmasına paralel olarak bu konuda iş hacmi genişlemiştir. Yangın ve kazaya karşı sigorta primlerinin finansmanı esas olmakla birlikte içine hayat sigortasının da dahil olduğu birçok konuda ödenmesi gereken primlerin finansmanında bankalar hizmet vermektedir. Bankaların bu hizmetlerinden elde ettikleri getiri verilen krediden aldıkları faizlerdir.

Hizmet alanında tüketici kredileri, daha çok hastane, diş sağlığı ve seyanat masraflarının finansmanı amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle sabit geliri kişilerin, bir defada ödeyemeyecekleri bu hizmetlerden faydalanabilmelerini sağlamak bakımından önem taşımaktadır. Sağlık hizmetlerinden faydalanmak için ödenen ücretlerin artışıyla birlikte gündeme gelen bu tür tüketici kredilerinde hasta, hastane veya doktor masraflarına mukabil düzenlediği senetleri bankaya satarak kredi alma imkanına kavuşur ve daha sonra aldığı bu krediyi genellikle 12-24 aylık taksitler halinde bankaya geri öder(10).

Tüketici kredilerinin sınıflandırılması ülkeden ülkeye değişiklikler göstermektedir. Örneğin, İngiliz sisteminde uygulanmakta olan ve Türkiye'deki ilk kuruluş çalışmalarına zemin hazırlayan ve uygulamada dikkate alınan kredi türlerine kısaca değinmeye çalışalım.

LENDER CREDIT: Kredi belirli bir malın satın alımı ile ilgili olsun ya da olmasın yasal form bir kredi verme ile ilgili işlemler şeklinde ise Lender Credit olarak isimlendirilmektedir.

(10) ALPERGİN, s.6-10.

VENDOR CREDIT: Kredi yasal olarak kredi işlemi şeklinde olmayıp, malların kiralanması ve satışı ile ilgili sözleşmelerdir(Hire Purchase) kiralama yoluyla satın alma ve (Credit Sale Agreements) kredi satış anlaşmaları gibi.

Ayrıca kredinin bir satıcı veya satıcı ile sürekli ilişkisi olan bağlı bir kreditor (Comected Lender) ya da doğrudan kreditor tarafından verilmesi arasında da fark vardır.

PURCHASE MONEY CREDIT: Belirli bir mal veya hizmet alımı ile kredinin doğrudan ilişkisi olmasıdır.

NON-PURCHASA MONEY CREDIT: Bir mal ve hizmet satın alınması ile ilgili olmadan doğrudan belirli bir paranın kredi olarak verilmesidir.

Kredi teminatlı olup olmadığına görede ayrıma tabi tutulmaktadır. Lender ve Vendor kredilerinin çoğu teminatlı olup, borçlu kreditorre geri ödemede geciktiği takdirde kreditorre borçlunun malları üzerinde bazı haklar verilmektedir(11).

Bazı sözleşmelerde teminat olarak, malın mülkiyeti tüm taksitlerin ödenmesinden sonra alıcıya geçmektedir. Bazende malın Mülkiyeti alışverişten hemen sonra alıcıya geçmektedir. Ancak alıcı, teminat olarak malını satıcıya ipoteklemektedir. Bu tür tüketici kredileri genellikle otomobil alanında sözkonusu olmaktaysa da riyatı yüksek diğer dayanıklı tüketim mallarında da yaygın olarak uygulanmaktadır.

(11) Alev AKKURT, Tüketici Kredileri(2), TCMB Bankacılık Genel Müdürlüğü, Seri No 9, Mart 1989, s.2-3.

Teminatsız ve taksitle göre ödemeli tüketici kredileri, genelde küçük montanlı ve kısa vadeli finansman gereksinimlerini karşılamaya yöneliktir. ABD ve diğer sanayileşmiş ülkelerde, tüketici kredilerinin son yıllardaki gelişimine göre, teminatsız tüketici kredilerinin toplam tüketici kredileri içindeki, yüzdesinin azaldığı gözlenmektedir(12).

Tüketici kredileri vadelerine göre de kısa (3 ay ve daha az vadeli), orta (3 ay-5 yıl) ve uzun vadeli (5-20 yıl) krediler olarak ayrılmaktadırlar.

Ancak esas tüketici kredisi olarak bilinen krediler kiralama yoluyla satın alma (hire purchase), şartlı satış conditional sale), kredili satış (credit sale), çekle alışveriş (check trading), Tüketim amacı ile nakit kredi (cash loans for consumer purposes) gibi krediler olup bunlar orta vadeli dir. Kiralama sözleşmeleri (rental contracts) da bu grupta içinde düşünülmektedir.

Evlere yenilenmesi veya evlere bazı tesisatların konması amacı ile verilen krediler de uzun dönemli krediler olmakla beraber tüketici kredisi olarak değerlendirilmektedir.

INSTALLMENT CREDIT (TAKSİTLİ SATIŞ): Borçlunun, tüm borcunu bir defada ödeyemediği, bu nedenle başlangıçta yapılan bir sözleşme ile ödenecek miktarın belirli taksitlere ayrıldığı kredi çeşididir(13).

(12) ALPERGİN, s.10.

(13) AKKURT, s.3.

1. TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞME TÜRLERİ

a) Şartlı Satış Antlaşması(Conditional Sale Agreement)

Bu, satış fiyatının tamamen ödenmesi ve belirtilen diğer koşulların yerine getirilmesine kadar, satılan malların mülkiyetinin satıcı da kalmasını ifade eden anlaşma şeklidir. Bu tür sözleşmeler daha çok sınai araç ve gereçlerin satışında kullanılır. Ya da kiralama ve satın alma amacıyla kiralama anlaşmaları yapan finansman şirketleri (finanse hause) tarafından kullanılır.

b) Kiralama Yoluyla Satın Alma Antlaşması(Hire-Purchase Agreement)

Satın alma amacıyla kiralama, malı kiralayana satın alma seçeneğini veren bir antlaşmadır. Bunun, şartlı satış anlaşmasından farkı, malı kiralayanın satın almaya zorunlu olmaması fakat kendisine böyle bir seçenek sunulmasıdır.

Bu antlaşmada finansman şirketleri tarafından tüketim ve ticari işlemlerde kullanılır.

c) Kredi Satış Antlaşması(Credit Sale Agreement)

Hire-Purchase Act(1965)'e göre, malların satışında, fiyat beş ya da daha fazla taksitle ödemekte ancak malın mülkiyeti derhal alıcıya geçmektedir. Bu anlaşmada satıcının teminatı yoktur. tüketici kredisi işlemlerinde bu tür kredi finansman şirketleri tarafından çok kullanılmıştır. Aynı zamanda posta ile siparişleri karşılayan kurumlar, perakendeciler ve kredi ticareti yapanlarca bu anlaşma çok kullanılmaktadır.

d) Kredi Antlaşması (Loan Agreement)

Bu bir kişinin diğer bir kişiye veya onun aracılığı ile üçüncü bir kişiye belli bir miktar para ödenmesi ve bunu belli bir faiz ile geri alması konusunda yapılan anlaşmadır. Kredi kartları antlaşmaları bu grup içinde düşünülebilir.

e) Lease Rental

Malın kiralandığı kişiye satın alma hakkının tanınmadığı anlaşma çeşididir. Aslında bir kredi antlaşması değildir. Ancak bazı durumlarda, kiralama bir kredi aracı gibi değerlendirilebilir(14).

2. TÜKETİCİNİN KORUNMASIYLA İLGİLİ YASAL DÜZENLEMELER

Ülkemizde tüketici kredilerinin yasal çerçevesinin çizilmesi ve düzenlenmesi çalışmaları devam etmektedir. İngiltere ve ABD'deki uygulamalar, yasal düzenlemeler dikkate alınmaktadır. Bu ülkelerdeki düzenlemeleri ayrı ayrı inceleyelim.

İNGİLTERE:

1971 de tüketici kredileri ile ilgili Crowther raporunun yayımlanması ve bunu izleyen yoğun tartışmaların ardından 1974 de Tüketici Kredi Yasası çıkartılmıştır. Bu yasa esas olarak, tüketici sağlayan ve kiralama sözleşmeleri yapan kurumların kontrolü, borç almak isteyenlere kredilerin koşulları hakkında yeterince bilgi sağlaması ve tüketicinin korunması alanlarındaki ilkelere ilişkin kurallar getirmiştir. Kanunun esas

(14) AKKURT, s.4.

amacı tüketiciyi (şirketlenmiş organlar dışındaki bireyi) korumaktır. 15 bin paundu aşmayan kredi işlemlerini kapsamaktadır. Kanun, tüketici kredileri alanında lisans sistemi getirmekte, kredi anlaşmalarının içeriği ve formu konusunda kurallar getirmekte ve tüketici kredilerinin güvenli bir şekilde devamı konusunda düzenleme yapmaktadır. Kanun aynı zamanda yanlış yönlendirici reklamlar ve sınırlanmamış tanıtım kampanyaları gibi bazı uygulamalar ile de mücadele etmek istemektedir.

Yasanın en önemli kuralı finans kurumlarının doğrudan doğruya tüketiciye kredi açabilmesi ve kira sözleşmesi ile kredi simsarlığı, borç düzenleme, borç danışmanlığı, borç toplama ve kredi referans acentalarının faaliyetlerini de yardımcı kredi işlemleri olarak kapsamakta ve bunlar içinde bir lisans sistemi getirmektedir.

Lisans verme bankaları iki yönden etkilemektedir. Eğer tüketici kredisi verme işine girmek istiyorlarsa ve yasa da sayılan yardımcı kredi işlemleri ile uğraşmak istiyorlarsa bankalarda lisans almak zorundadırlar. Ayrıca bankalar düzenlenmiş anlaşmalarla uğraşan diğer mali kurumların finansmanı işlemlerine girmek istiyorlarsa bu kuruluşların lisans sahibi olmasına dikkat etmek zorundadırlar.

Yasa tarafından getirilen diğer önemli bir kural da kredi sözleşme hükümlerinin tamamıyla açıklanmasıdır. Devlet Bakanı, tüketici kredilerinin gerçek maliyetinin açıklanması için gereken düzenlemelerin yapılması için yetkili kılınmıştır.(15).

(15) BALLARIN Eduard; COMMERCIAL BANKS AMID; THE FINANCIAL REVOLUTION, Ballinger Publishing Co., 1986, s.53.

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ(ABD):

ABD'de tüketici kredileri ile ilgili yasalar, 1960 ve 1970'ler de tüketici kredisinin hızla yaygınlaşması üzerine artan tüketici kredisinin yarattığı sorunlara çözüm bulmak üzere çıkarılmıştır. Genel olarak tüketici kredisi yasaları, açıklayıcı, yasalar, medeni yasalar ve tüketici kredisinin verilmesi, toplanması ve raporlanması alanındaki ihlallere karşı koyucu önlemlerin düzenlendiği yasalar olmak üzere üç grup'ta toplanmaktadır.

Tüketici kredisi yasaları çeşitli şekillerde uygulanır. Birçok yasa, Federal Rezerv Sisteminin Governör'ler kurulunca yazılan regülasyonlar aracılığı ile uygulanmaktadır.

Mevduat kurumları için tüketici yasalarının uygulanmasında, bu kurumların birinci federal denetim birimi sorumludur. Perakendeci mağazalar ve finans şirketleri gibi kuruluşlar dışındaki kreditorler için Federal Ticaret Komisyonu tüketici kredisi yasalarının uygulanmasında birincil sorumluluğa sahiptir. Bu tür firmaların çokluğu karşısında, Federal Ticaret Komisyonu tüketici şikayetlerine dayanarak bu işlevini yerine getirmektedir. Tüketici kredilerine düzenlemeler getirmek amacıyla bir takım yasalar oluşturulmuştur. Bunlara kısaca değinecek olursak;

- Kredi Vermede Doğruluk Yasası (Truth in Lending Act)
Federal Rezerv in Z Düzenlemesi

Tüketici kredisi alanındaki açıklayıcı yasalardan en önemlisidir. 1960'larda tüketici kredilerinin çok hızlı

büyümesi ile kongre, tüketicilerin çok çeşitli kredi maliyeti ile karşı karşıya kaldığını fark etmiştir. Kredi maliyetlerinin hesaplanmasında bir metod oluşturmak yerine kredi koşullarının standart bir tarzda açıklanmasını istemiştir. Tüketici kredileri ülke çapında standart açıklamaya zorunlu tutulmuştur. Doğruluk yasası esas olarak açıklayıcı bir yasadır ama aşırı faiz oranları, geç ödemelerden alınan masraflar, kazanılmış finans masraflarında iskonto gibi konular da da düzenleme getirmiştir.

Regulasyon Z, kişisel, ailevi ve ev ihtiyaçları amacıyla tüketici kredisine uygulanır. Sadece düzenli olarak tüketici kredisi veren kredötörler Doğruluk Yasasının şartlarını uygulayacaklardır. Regulasyon Z'de tüketici kredileri açık uçlu (open end credit) ve kapalı uçlu (closed end credit) kredi olarak tanımlanmıştır. Açık uçlu krediler, bir plan çerçevesinde kreditorün tekrarlanacak işlemler şeklinde vereceği kredi çeşididir. Açık kalan miktara bir finansman masrafı uygulanabilir ve kalan miktar ödenene kadar, kredi alanının limiti yenilenir. Kredi kartları ve Overdraft bu tür kredinin örneğidir. Kapalı uçlu krediler ise, açık uçlu kredi tanımına uymayan herhangi bir tüketici kredisi olarak tanımlanmaktadır. Ev yenileme kredileri, taksitli krediler, belli bir dönem içinde ödenen genellikle araba ve dayanıklı tüketim malı alımında kullanılan krediler kapalı uçlu kredi örnekleridir.

Doğruluk yasası ve Regulasyon Z'nin temel taşı kredinin gerçek koşullarının standart bir biçimde açıklanmasıdır. Bu amaçla finansman masrafına dahil edilecek kalemler ve yıllık yüzde oranı konusunda ayrıntılı bir düzenleme yapılmıştır. Tüketici tarafından dolaylı yada dolaysız ödenecek olan herhangi bir masraf ve kreditor tarafından kredi verilmesinde bunun doğal bir parçası olarak öne sürülen kredi ile ilgili herhangi bir masraf, finansman masrafı olarak sayılmaktadır.

Regulasyon Z'de finansman ücreti kapsamına giren elementler açık ve kapalı uçlu kredilerde farklı bir şekilde belirlenmiştir.

Kreditorler, verdikleri kredinin tipine göre kredi sözleşmelerinde gerekli açıklamaları standart bir biçimde vermek zorundadırlar.

- Tüketici Kiralama Yasası(1976) ve Fedaral Rezerv'in M Düzenlemesi:

Bu yasa kişisel mülkün kiralanma koşullarının doğru bir şekilde açıklanması amacıyla çıkarılmış olup, tüketicinin kiralama işlemi sonundaki yükümlülüğünü düzenlemektedir. Önceleri Regulasyon Z ile uygulanırken, leasing ile ilgili hükümler daha sonra Fedaral Rezerv'in M düzenlemesine aktarılmıştır.

Ev ve Şehir Gelişimi Departmanının X Düzenlemesi(1974)

Bu yasanın içeriği sadece tüketici kredisi ile sınırlı değildir. Ev satın alacak kişilere ödünç verenlerin yerleşme ücretleri ile ilgili bilgiler vermesini düzenlemektedir.

Tüketicilerle ilgili önemli medeni yasalar aşağıda

sıralanmıştır.

- Equal Oppurtity Act(Eşit Farsat Yasası) (1974) ve Federal Rezerv'in B Düzenlemesi:

Bu yasa, kişisel ve ticari kredi işlemlerinde ırk, renk, din, ulusal orijin, evlilik statüsü veya kamu yardım programlarında gelir elde edip etmeme gibi hususlara ilişkin olarak ayırım yapılmasını yasaklar. Bu konudaki B düzenlemesi kredi vermek isteyen herkese uygulanır.

- Comminity Reinvestment Act (1977) (Birleşik Yeniden Yatırım Anlaşması)

Bu yasa, mevduatçı kuruluşları buldukları bölgenin kredi ihtiyaçlarını karşılamak konusunda teşvik amacıyla çıkarılmıştır.

- Fair Hausing Act(1968) (Konut Kredisi Antlaşması);

Ev alınmasını ilgilendiren kredi işlemlerinde herhangi bir ayırım yapma işlemi engellenmektedir.

Bu yasa evin satın alınması, yapılması, korunması ve kiralanması ile ilgili finansmana uygulanır.

Diğer Tüketici Kredisi Yasaları

Kongre bazı özel kredi uygulamaları ile uğraşan tüketici kredisi yasaları çıkarmıştır. Bu yasalar aşağıda belirtilmiştir.

- Fair Credit Reporting Act (1970)

Kredi büroları ve diğer tüketici raporlama ajanslarının uymaları gereken koşulları belirlemektedir.

Tüketici raporlama ajansları doğru olmayan ve geçersiz bilgilerin kullanılmasına dikkat etmek durumundadır.

- Home Mortgage Disclosure Act(1975) (İpotekli Ev Anlaşması) Federal Rezerv'in C Düzenlemesi:

Bu yasa ipotekli ev kredileri verilirken, kişiler arasında ayırım yapılmasını engellemek amacıyla çıkarılmıştır. Bazı koşulları yerine getiren mevduat kuruluşlarına uygulanır.

- Fair Debt Collection Practices Act(1977).

Bu yasa, düzenli olarak diğer kişi ve kuruluşlara olan tüketici borçlarını toplayan kişi ve kuruluşlara uygulanır ve bu kişi ve kurumları yasal amaç dışında borç toplayanlara karşı korumak amacındadır.

- Right to Financial Privacy Act(1978)

Bu yasa federal birimlerin, tüketicilerin mali kurumlardaki mali durumlarına ait kayıtlarına ulaşabilmeleri için ya tüketicinin iznine ya da mahkemeden elde edilmiş bir izin belgesine ihtiyaç duyulduğunu belirlemektedir. Mali kuruluşlar, federal birimler bu gerekliliği yerine getirmediği tüketiciler hakkında ellerindeki bilgiyi vermezler.

- Federal Trade Commission Improvement Act(1975)

Federal banka ve tasarruf kredi kuruluşlarının gözetimini yapan acentaların bu kuruluşları denetlerken tüketici şikayetlerini ne şekilde inceleyeceklerine dair prosedürleri düzenlemektedir(16).

(16) BALLARIN, s.59-63.

İ k i n c i K ı s ı m

TÜKETİCİ KREDİLERİNİN EKONOMİK ANALİZİ

I. TÜKETİCİ KREDİSİNİN TALEBİ-ARZI VE EKONOMİK ANALİZİ

1. TÜKETİCİ KREDİSİ TALEBİ

Tüketiciyi kredi kullanmaya iten motivler arasında satın alınan malların bedellerinin sonradan ödenmesi, harcama ve gelir arasındaki farkın tüketici kredisi ile kapatılması, gelirin elde edildiği dönemlerin dışında da mal alımının gerçekleştirilmesi ve kişilerin kendi tasarruflarının üzerinde bir mali güç elde ederek mal sahibi olmaları gibi faktörler sayılabilir.

Çeşitli ülke uygulamalarında tüketici kredisi talebini belirleyen önemli faktörler şunlardır.

a) Enflasyon Beklentisi,

Enflasyon ve enflasyon beklentilerinin hızlandığı dönemlerde tüketicilerinin gelecekteki fiyat artışlarından korunmak için dayanıklı tüketim malı alımı amacıyla tüketici kredisi taleplerini arttırdıkları belirlenmiştir. Bu dönemlerde tüketicilerin borç oranında artışlar gözlenmiştir.

b) Vade Yapısı,

Açılan tüketici kredilerinde daha uzun vadelerin uygulanması, daha düşük aylık ödeme gerektirdiğinden tüketicilerin kredi taleplerini yükseltici olmuştur.

c) Kredi kartı kullanımının yaygınlığı, kredi piyasasındaki yeni buluşlar,

d) Tüketicilerin mala doygunluğu, önceden lüks mal olarak nitelendirilen malların gereksinim şeklinde görülmeye başlaması,

e) Tüketici tarafından algılanan kredi maliyeti,

Yapılan çalışmalarda tüketicilerin kullandıkları kredinin etkin maliyeti hakkında fazla bilgileri olmadığı, genellikle peşin ve her ay ödeyeceği miktarın büyüklüğü ile vade uğişkenlerinin talep üzerinde daha etkili olduğu belirlenmiştir. Bazı ülkelerde bu iki faktör para politikası aracı haline gelmiş, konjunktürün de bu yolla kontrolü düşünölmüştür(17).

A. Tüketicilerin Kredi Değerliliğinin Araştırılması

Tüketici kredilerine olan talebin hızla artması nedeniyle, pek çok ülkede sistemin kötüye kullanılmasını önlemek amacıyla, kredi kullanan tüketiciler hakkında bilgi toplamak için bir istihbarat biriminin kurulması gerekli görölmüştür.

Bu amaçla Kredi İstihbarat Kuruluşları (Credit Reporting Agency) adı altında potansiyel kredi kullanıcılarının kredibiliteleri hakkında bilgi toplayıp depolayan ve bunları

(17) Türkiye Bankalar Birliği Seminer Notları, s.2.

kredi veren kurumların ortak kullanımına sunan kuruluşlar oluşturulmuştur. Böylece tüketiciler hakkında toplanan veriler merkezileştirilerek onların borç durumları ve yükümlülükleri yerine getirip getirmediği konusunda edinilen bilgilerle risklerin sınırlandırılması sağlanmaktadır.

Kredi istihbarat kuruluşları, pozitif ve negatif kayıtlar bütün kredili alımlar için tüketicinin toplam mali yükümlülüğünü ortaya koyan bir sistemdir. Negatif kayıtlar ise, yapılmamış ödemeler ve ödemelerdeki gecikmeler için tutulur.

Burada toplanacak ve tüketicilerin kredi değerlendirmesinde kullanılacak bu bilgiler doğru ve güncel olmalıdır. Tüketicinin kendi hakkında bilgi toplanması ancak onun kendi rızasıyla olabilir. Aynı zamanda, tüketicinin korunması açısından tüketicilerin, kendi haklarında toplanan bu bilgilerin içeriğini öğrenme ve yanlış olanlarını düzeltme hakkına da sahip olmaları gereklidir. Ayrıca bu tür kuruluşlardan bilgi sızdırma gibi muhtemel tehlikeler söz konusudur ki Kredi İstihbarat Kuruluşu bu tür uygulamalara karşı önleyici tedbirler almak durumundadır.

Dünya da değişik adlar altında organize olmuş, müşterilere ait kredi değerliliği bilgilerini tek bir merkezde tutan kuruluşlar vardır(18).

(18) ALPERGİN, s.16-17.

2. TÜKETİCİ KREDİ ARZI

Genel olarak tüketici kredisi arzı brüt getiri oranı, beklenen kredi kayıpları ve tüketici kredisi uygulamasının kredi kuruluşlarının satışları, fon kaynakları ile piyasa payı tarafından belirlenen uzun dönemli karlılığın bir fonksiyonudur.

1980'li yıllara kadar ABD'de tüketici kredilerinde yasal bir tavan faiz oranı uygulanıyordu. Bu yıllarda fon maliyetlerindeki artışlar kredi veren kuruluşları karlılığını önemli ölçüde azaltmıştı. Sonraki yıllarda gözlenen faiz oranlarındaki dalgalanma ve mali piyasaların serbestleşmesi (deregulation) kredi piyasalarında da bazı yeniliklere yol açmıştı. Bunların içinde en önemli olanlardan birisi de tüketici kredisi piyasasında değişken faizli kredilerin verilmeye başlanmasıydı. Böylece kredi kuruluşlarının artan faiz riskinin bir kısmını kredi kullanıcılarına aktarabilme olanağı getirilmiş oldu. Bu gelişme tüketici kredisi arzının son yıllarda artmasına yol açtı. Çünkü tüketici kredilerinden elde edilen brüt getiri ile fon maliyeti arasındaki miktar, değişken faiz oranlarının kullanılması sonucu daha dengeli hale gelmişti.

Bazı ekonometrik çalışmalar, tüketici kredilerinde değişken faiz oranları uygulamasının tüketici talebi üzerinde çok düşük bir etkisi olduğunu göstermiştir. Bu, tüketicilerin ilerde faiz oranlarının düşebileceği konusundaki düşünceleri nedeniyle yüksek faizle borçlanmadan kaçınmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Ekonomistler ve bankacılar arasında, tüketici kredilerinin genel kredi koşullarından etkilenmediği, genel olarak kredilerin daraltıldığı dönemlerde bile artmaya devam edebileceği konusunda yaygın bir görüş vardır. Yani para otoritelerinin tüketici kredileri arzını genel kredi kontrolleri ile değil, yalnızca doğrudan kredi kontrolleri ile etkileyebileceği düşünülmüştür. Fakat yapılan çalışmalarda, böyle dönemlerde bankaların tüketici kredilerini kısma derecelerinin farklı olduğu ve para arzı kontrollerinin tüketici kredisi üzerindeki etkisinin gecikmeli olarak gözlemlendiği görülmüştür.

Bankacıların yukarıda sözü edilen görüşünün bir nedeni de, kısıtlı kredi koşullarının geçerli olduğu dönemlerde kredi kartı ve çek kredisi (check credit) kullanımının hızla artması nedeniyle tüketici kredisi arzında bir azalış görülmemesidir . Yani bankalar genel kredi koşullarına bağlı olarak tüketici kredileri de kısıtlama yoluna gitseler bile, kredi kartı ve çek kredisi kullanımlarındaki artış nedeniyle, bankanın toplam tüketici kredisi arzındaki azalış az görülebilir(19).

3. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN EKONOMİK ETKİLERİ

•. Tüketici kredisinin aşırı kullanımının ülke kaynakları üzerinde bir baskı oluşturup enflasyonu arttırabileceği düşünülmektedir.

(19) Türkiye Bankalar Birliği Seminer Notları, s.6.

Hem ticari bankaların hem de bankadışı mali aracı kurumların kredi yaratma güçleri olduğundan, efektif talebi bu şekilde etkilemeleri mümkündür. Ancak tüketici kredisi kullanımlarının enflasyonist olup olmayacağı bu fonların alternatif kullanım alanlarında ne şekilde kullanıldığına bağlı olacaktır.

Diğer taraftan para otoritelerinin ekonomideki faaliyeti kontrol etme amacı açısından bakıldığında, tüketici kredilerinin enflasyonist bir potansiyel taşıyacağı gözardı edilmemelidir. Örneğin son yıllarda hızla artan kredi kartı uygulamasının para talebi üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalarda, kredi kartı kullanımının para talebini azaltacağı belirtilmektedir. Yapılan çalışmalar kredi kartı kullananların ödemeleri için çok az mevduat tuttuklarını göstermiştir. Yani, kişilerin atıl mevduat miktarını en azda tutacak şekilde bir ödeme planı yapmaktadır.

Eğer tüketiciler mevduat miktarını düşürüp kredi kartı ve diğer şekillerde borçlanmasını artırırorsa, bankalar ve para otoriteleri açısından bazı düzenlemeler gerekli görülmektedir. Hem tüketicilere hemde iş alanlarında gittikçe artan hızda kredi sağlanması bankaların kârlılığını da etkileyebilir.

Tüketici kredilerinin yukarıda sözü edilen harcamayı artırıcı etkisine karşılık, yüksek oranda bir borçlanmanın ters yönde işleyebilecek etkisinden de söz edilebilir. Nitekim ABD de 1983-1984 yıllarında taksitli tüketici kredilerinin

de görülen hızlı artışın gelecekteki harcama düzeyini azaltabileceği konusunda endişeler dile getirilmiştir. Borç/gelir oranının giderek yükselmesi iki şekilde harcamayı etkileyebilir. Birincisi, borçluluğu artan tüketicilerin bir kısmı borçlarını ödemede güçlükle karşılaşarsa, kreditor kuruluşların kredilerinden doğan kayıpları artırıp, kredi arzlarını düşürebilir. İkincisi de, yüksek toplam borç yükü, tüketicilerin gelirlerinin giderek artan şekilde, cari tüketim değil, borç ödemelerine ayrılmasıdır.

b) Tüketici Kredisine ve Tasarruflar

Tüketici kredisine yöneltilen ikinci eleştiri, tasarrufları azaltıcı bir etkisinin olacağı düşüncesidir. Ancak burada tüketici kredilerinin, tüketicileri dayanıklı tüketim malı alımına yöneltip, tüketicileri sermaye malı oluşumuna katkıda bulunması gözardı edilmiştir.

c) Tüketici Kredisine ve Ekonomik İstikrar

Tüketici kredileri konusunda diğer bir eleştiri, bu kredilerin tüketimi, görece olarak daha az istikrarlı olarak bilinen dayanıklı tüketim mallarına kaydırarak ekonomiye de istikrarsızlık yaratabilecek bir potansiyel oluşturabileceğidir. Dayanıklı tüketim mallarındaki talep artışı dolayısıyla riyatları yükselteceği, ithalatı artırarak istikrarsızlık yaratacağı ve özellikle düşük gelir gruplarının aşırı borçlanmasına yol açacağı iddiaları ortaya atılmıştır(20).

(20) Ed. BAUGHIN, William ve C.E.Walker; The Banker's Handbook, Dow-jones-Irwin Inc., 1966, s.145.

II. TÜKETİCİ KREDİLERİNDE RİSKİ TABANA YAYMAK

1. AMAÇ RİSKİ TABANA YAYMAK

Tüketici kredileri toplumda oluşan bir ihtiyacın sonucu olarak yaygınlık kazanma eğilimine girdiğine kuşku yoktur. Bankalar açısından ise piyasa paylarını koruma ve buna hizmet türlerini çağdaş bankacılık anlayışlarına uygun araçlarla başarma kaygısı bireysel bankacılığa yönelişte önemli bir etken olmuştur.

Bir başka yönüyle ise bankaların, plasman politikalarını riskin tabana yayılacağı bir model içinde yeniden yapılandırmalarının da rolü büyüktür. Ayrıca plasman zorluklarının da bankaların tüketici topluluğu gibi çok geniş bir toplumsal katmana uzanmalarının bir başka nedenini oluşturmaktadır.

Tüketici kredilerine talebin konjonktürel dalgalanmalara duyarlılığı, ticari ve sanayi kredilerine kıyasla daha düşük olduğu bilinmektedir. Toplam talebin daralmasıyla beraber yatırım hacminin düştüğü dönemlerde tüketici kredileri, finansal sektörde faaliyetlerin belli bir hacmin altına düşmesi engellemektedir. Bunun yanı sıra, bireysel bankacılık hizmeti diye adlandırılan tüketici kredileri riskin daha geniş bir tabana yayılmasında önemli araçlar olarak kullanılmaktadır. Şirketler üzerinde yoğunlaşan riski dağıtarak, sektörel dalgalanmalardan etkilenmeyecek sağlam ve yaygın bir kredi portföyü yaratılması mümkün olmaktadır. Ayrıca hizmetin yaygınlaşması suretiyle bankaların müşteri hacmini genişletmeside tüketici kredisinin diğer bir avantajı olarak

görülmektedir.

A. Tüketici Kredisinin Sosyal İşlevi

Bankalar tüketici kredisi vermekle sosyal bir işlevi yerine getirmektedir. Hane halkından genellikle mevduat yoluyla elde edilen fonlar, tüketici kredisi şeklinde, ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tekrar hane halkına aktarılmaktadır. Ancak sağlıksız uygulanan tüketici kredisi politikası, bankaların krediden doğan kayıplarının artmasına, mali güçlerinin zayıflamasına ve kredi arzının düşmesine neden olabilmektedir.

Tüketici kredilerinin efektif talebi yukarı çekmek suretiyle toplam arz üzerindeki olumlu etki de yaratmaktadır. Toplam talebi karşılayacak bir üretim artışı, yeni yatırımları zorlayarak aynı zamanda istihdam düzeyini de genişletecek bir zincirleme reaksiyonu başlatacaktır.

Öbür taraftan sağlıksız bir tüketici kredisi uygulamasının ülke ekonomisi üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği görüşleri de vardır. Örneğin üretimi kolaylıkla artırılmayan yani arz esnekliğinin az olduğu sektörlerdeki aşırı talebin ekonomi üzerinde enflasyonist bir baskı yaratacağı, tüketim mallarına olan talebin ithalat artışına neden olacağı, kaynakların ihracata yönlendirilmesine engel olarak ödemeler dengesine olumsuz etkiler yapacağı gibi iddialar öne sürülmektedir. Ayrıca tüketici kredilerinin tüketimi daha az istikrarlı sektörlerle kaydırarak ekonomide genel bir istikrarsızlığa neden olacağı görüşüde yaygındır.

Bir ülkede tüketici kredisinin bireyler, firmalar ve ülke ekonomisi için fayda ve sakıncalarını iyi ölçerek, faydaların ağır basacağı bir tüketici finansman sisteminin geliştirilmesi, finans pazarını iyi organize edecek ve denetleyecek önlemlerin alınması ile mümkündür.

B. Riski Ölçen Mekanizmanın Yokluğu

Bugün bir banka tüketici kredisi verirken müşteri istihbaratını kendi kaynaklarını kullanarak yapmaktadır. Bu durumda bir banka tarafından kötü bir kredi riski olduğu belirlenen bir müşterinin diğer bir bankadan kredi elde edebilmesi veya bir limitle birden fazla bankadan kredi alarak sisteme daha fazla zarar vermesi mümkündür. Bu tür tehlike arzedecek olayların tüketici kredisi kullananlara ilişkin bilgilerin tek bir merkezde toplanmasıyla engellenebileceğine inanılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde tüketici piyasaları, veri bankası veya enformasyon merkezi olarak bilinen birimlerin gelişmesine paralel bir gelişme göstermektedir. Amacı, kredi risklerinin azaltılması için, tüketicilerle ilgili kapsamlı, kaliteli ve doğru bilgi depolamak ve tüketicilerin aşırı yükümlülüklerini sınırlamak olan veri bankaları bankalararası bilgi alış-verişine de olanak vermektedir. Piyasanın tahmin edilen boyutları, ülkemizde de tüketici kredisi kullananların performansını ölçebilecek bu tür merkezlere ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Yurtdışında bilgi bankalarının kuruluşu, bilgilerin toplanması, depolanması, saklanması ve veri bankası, kredi talebinde bulunan müşteri, krediyi verecek kuruluşu ve mahkemeler gibi diğer yetkili merciler arasındaki iletişimin şekli ve koşulları özel yasalarla belirlenmektedir. Ülkemizde de bu tür birimlerin kuruluş ve işleyişine ilişkin yasal altyapı oluşturulmasında, bankacılık sektörü için sayısız yararlar sağlayacaktır.

AT ülkeleri, ABD ve Japonya gibi gelişmiş tüketici piyasalarına sahip ülkelerde veri bankalarının genellikle özel statüleri bulunmaktadır. Veri bankaları, bankalar ve diğer mali kurumlar tarafından ortaklaşa teşekkül etmiş kuruluşlar olarak faaliyet göstermektedir.

C. Müşterinin Onayı Şart

Veri bankaları, bankalar, çeşitli finans kuruluşları, tasarruf sandıkları, taksitle mal satışı yapan ticaret-haneler, kredi kartı şirketleri gibi tüketicilere kredi sağlayan kuruluşlara hizmet vermektedir. Merkezlerin en önemli özelliği "mütekabiliyet esasına" göre çalışmaları. Yani, bu merkezlerden bilgi sağlamak isteyen üye kuruluşlar, kendi ellerindeki tüketicilere ilişkin bilgileri mutlaka bu merkezlerle iletmek zorundadırlar. Üyeler, enformasyon alışverişi ve araştırma sonucu veri bankalarında depolanan bilgileri, sadece kredi kararlarında kullanmaktadırlar. Uygulamada birçok ülkede üyelerin müşteriden edindikleri bilgileri veri bankalarına iletebilmeleri için müşterilerin yazılı muvaffakatını

almak zorunlulukları bulunmaktadır. Veri bankaları da aksi-
ni gösteren resmi bir belge olmadıkça, bu bilgileri üyeleri
dışında hiç bir kuruluşa vermemekle yükümlüdürler. Pozitif
nitelikteki merkezlerde tüketici kredisi kullanan tüm müş-
terilerle, negatif nitelikli merkezlerde ise sadece yüküm-
lülüklerini yerine getirmeyen tüketicilerle ilgili bilgiler
tutulmaktadır. Batı Avrupa ülkelerinin bilgi bankalarına
yaklaşımları daha farklıdır. Örneğin Hollanda, İngiltere,
Finlandiya ve İsviçre'de tüketici kredisine müracaat eden
her tüketiciyle ilgili bilgi, çok büyük altyapı yatırımını
tamamlamış olan bilgi bankalarında depolanmakta ve istenil-
diğince bu bilgilerin tamamını isteyen kuruluşa vermektedir.
Halbuki Belçika, Fransa, Norveç, İspanya, Portekiz ve İtal-
ya'da tüketici veya kredi kartı sahibi, borcu ile ilgili öde-
meleri genellikle 90 gün geciktirdiği takdirde negatif nite-
likle merkeze kaydedilmekte. Bu ülkelerin çoğunda, kredi ve-
ren kurumlar kredi vermeden önce yasal olarak, bu bilgi ban-
kalarına müracaat edip kredi verecekleri kişinin başka bir
bankaya veya kredi kurumuna olan ödemelerinde bir gecikme
olup olmadığını tesbit etmek durumundadırlar. Merkezin ni-
telğine göre, tutulan bilgilerin türü ve saklama süreleri
de farklılık göstermektedir. Negatif nitelikli merkezlerde
bilgiler, pozitif nitelikli merkezlere göre daha uzun bir
sistemde saklanmaktadır. Örneğin Belçika'da bilgiler, müşte-
rinin sisteme kaydolmasını takip eden yılın Ocak ayından iti-
baren 5 yıl, normale dönmemiş veya ödenmemiş kredi sözleşme-
leri için ise kayıt tarihinden itibaren 10 yıl sistemde sak-

lanmaktadır. Veri bankalarının negatif nitelik taşıdığı ülkelerde genel görüş, sağlıklı tüketici piyasalarına sahip ülkelerde pozitif düzenlemenin, kendisine yapılan yatırımı haklı gösterecek getiriler sağlamayacağı yönündedir.

Ayrıca bu tür düzenlemenin kişilerin özel yaşamına gereksiz bir ulaşma olduğu ve sistemde bütün kredi kullanıcılarının bulunmasının haksız rekabete yol açacağı savunulmaktadır(21).

(21) Edward W.REED ve E.K. Gill, Commercial Banking, 4.Baskı, Prentice-Hall International, 1989.

İ k i n c i B ö l ü m

BANKALAR AÇISINDAN TÜKETİCİ KREDİLERİ, SANAYİ İŞLETME-
LERİNE ETKİSİ, SÖZLEŞMENİN İÇERİĞİ VE TÜKETİCİNİN
KORUNMASI

B i r i n c i K ı s ı m

BANKALAR AÇISINDAN TÜKETİCİ KREDİLERİ VE TÜKETİCİ KRE-
DİSİNİN SANAYİ İŞLETMELERİNE ETKİSİ

I. BANKALAR AÇISINDAN TÜKETİCİ KREDİLERİ

Ticari bankaların işleyişinde temel oluşturan önemli bir unsur, bankanın topladığı kaynaklarını ve diğer fonlarını getirisi olan çeşitli alanlara plase edebilmesidir. Tüketicilere verilen krediler, ticari bankaların portföylerinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Bankaların topluma karşı sorumlulukları açısından konuya baktığımızda, atıl fonların toplum bireylerinin ihtiyaçlarını karşılamaları amacıyla kullandırılmaları söz konusudur. Böylece bankaların verdiği tüketici kae-

dileriyle, toplumsal refahın artması y nünde katkı sağlanmaktadır. Örneğin ABD'de, hane halkının mali sektöre sağladığı kaynaklar, 1988 sonu itibariyle yaklaşık 6 milyar dolardır. Bunun yaklaşık üçte birlik bölümünü hanehalkı borç olarak kullanmaktadır. Yine 1984 sonunda Amerikan ticari bankalarının toplam kredileri içinde yaklaşık beşte birlik kısmı, tüketim finansmanı amacıyla verilmektedir(22).

Yeterli tüketim olmadan üretimin teşvik edilmeyeceğini düşünürsek, bireylerin tüketim malı satın almak için yaptıkları harcamaların finansmanı önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle, toplumun önemli bir bölümünü oluşturan dar ve sabit gelirli bireylerin tüketim konusunda desteklenmeleri gerekmektedir. Bu açıdan bankalar, ekonominin üretim, dağıtım ve tüketim çemberi içinde tüketicilere direkt finansman sağlayabilecek kurumlardır.

Tüketici kredilerine olan talebin konjonktürel dalgalanmalara duyarlılığının ticari ve sanayi kredilerinden daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Böylece toplam talebin dalmasıyla beraber, yatırım hacminin düştüğü dönemlerde tüketici kredileri, üretken sektörlerde ve finansal sektörde faaliyetlerin belli bir hacminin altına düşmesini engellemektedir. Günümüzde bankaların ihtisaslaştığı alanlardan biri tüketici kredileri olmuştur. Bu nedenle bankalar sundukları

(22) Prof.Dr.Özer ERTUNA, "Yakın Bir Gelecekte Tüketici Finansmanı Konusunda Rekabet Daha da Artacaktır", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.7.

kredilerde çeşitlendirmeye gitmişler ve belli sektörlerdeki durgunluk nedeniyle o sektör mallarına ve dolayısıyla o malların finansman talebinin düşmesi karşısında başka mallar için tüketici kredisi sunmaya başlamışlardır(23).

Örneğin, tüketici kredisi uygulamasının başladığı dönemle, yerli otomobilde talep daralmasının en yoğun olduğu dönem kesişmiştir. Bankalar ilk defa başlattıkları bu uygulamada mümkün olduğunca teminat arayışına girmişlerdir. Kredi konusu otomobilin rehin alınabilmesi, kasko sigortasında Dain ve Mürtehin olunabilmesi gibi güvence avantajlarını buldukları otomobil finansmanını ilk aşamada daha sevimli görmüşlerdir

Tüketici kredisinde, kredi sağlayan finansal kurumun kâr marjı çok yüksek olmamakla beraber daha yüksek kâr elde etmenin yolu, rasyonel işletme politikaları uygulayarak ortalama maliyetleri düşük tutmaktır. Tüketici kredilerinde perakendeci hizmet olmaları niteliğinden dolayı birim maliyetler toptancı bankacılık hizmetlerinden daha fazladır. Bankalar her müşteri ile ayrı ayrı ilgilenmek, başvuru değerlendirmelerini yapmak ve tahsilat aşamasında ortaya çıkabilecek gecikmelerden dolayı yasal yola başvurmayla ilgili harcamaları göze almak durumundadır. Maliyetleri azaltmak için bankaların faaliyetlerinde otomasyona yönelmek ve personel giderlerinde uzun dönemde tasarrufa gitmek için gerekli ön-

lemleri almaları kaçınılmazdır.

Gelişmiş ülkelerde, faiz oranlarının dalgalanması ve finansal piyasaların serbestleştirilmesine paralel olarak değişen faizli tüketici kredileri yeni bir teknik olarak geliştirilmiştir. Bu tür kredilerde, faiz oranları başlangıçta sabit faizli kredilere uygulananların biraz altında tutulmakta, daha sonra faiz oranları belirli zaman aralıklarında yeniden ayarlanmaktadır. Krediyi kullananlar açısından çekici tarafı, başlangıç faiz oranının düşük olması ve gelecekte faizlerin düşeceği beklentisidir. Krediyi veren banka açısından ise önemli olan değişken faizle birlikte riskin bir kısmının tüketiciye aktırılabilmesidir(24).

II. OLUMLU VE OLUMSUZ YANLARIYLA TÜKETİCİ KREDİLERİ

Bankaların tüketici kredileri uygulamaları, bu kurumların dışında üreticilere ve alıcılara da çeşitli olanaklar sağlamaktadır. Tüketici, ihtiyaçlarını nakit ödemek zorunda kalmaksızın satın alma olanağına kavuşurken, üretici malını peşin olarak satabilmektedir. Bankalar, bankacılığın temel ilkesi olan riski yaymayı bu tür kredi vermek yoluyla gerçekleştirebilmekte ve sektörel dalgalanlardan etkilenmeyecek sağlam ve yaygın bir kredi potansiyeline kavuşmaktadır.

Tüketici kredilerinin olumlu görülen yönlerinden biri de maliarın kitle üretimini teşvik ederek, geniş bir kitlemin bir çok mala sahip olmasına ve bu kitlenin refah ve yaşam standartlarının yükselmesine imkan tanınmasıdır.

(24) SESLİOĞLU, s.10.

Belirli bir gelire sahip kişilerin imkanlarını arttıran tüketici kredilerinin, bu yolla tüketim mallarına olan talebi de yukarı çektiği ve satışların hızlanmasını sağladığı görüşü ortaya çıkmıştır. Ancak tüketicilere sağlanan bu satın alma kolaylığının bazı olumsuz etkileri de beraberinde getireceğinden kuşku duyulmaktadır.

Tüketici kredilerinin kişileri aşırı ve belkide gereksiz bir tüketime iteceği, yapacakları tasarrufları azaltacağı, gelecekteki tasarrufların bugünden harcanmasının kişilere likidite sorunları yaratacağı ve diğer tasarruf alanlarına yatırımı düşüreceği öne sürülmektedir. Tüketici kredilerinin aşırı bir şekilde kullanılmasının ülke ekonomisi üzerinde bazı baskılar doğurmasından çekinilmektedir. Kişisel borç yükünün artması, ulusal kaynakların baskı altında alınması, enflasyonist bir baskı yaratılması, tüketim mallarına olan talebin ithalat artışına neden olması, kaynakların ihracata yönelmesi engellenerek ödemeler dengesini olumsuz yönde etkilemesi iddiaları ortaya atılmış olmakla beraber bunları kanıtlayan deliller yeterli değildir,

Bu tür kredilerin hacmi, genellikle gayrimenkul ve endüstri alanlarına verilenlerden daha küçük olduğundan, tüketici kredilerinin sınıı kredilerinden daha fazla enflasyonist olduğu kanıtlanamamıştır. Alınmasındaki kolaylık nedeniyle, bunun kişisel borç yükünü artırarak, bu kredilerin geri ödenmemesi tehlikesinden söz etmekte mümkündür.

Tüketici kredilerinin meydana getirebileceği olumsuz etkileri kontrol altında tutmak için, ülkeler bir takım önlemler alma yoluna gitmektedirler. Taksitli satış şeklindeki kredilerde ön ödeme, taksit miktarları ve kredinin vadesi konularında düzenlemeler yapılmaktadır. Finansal kurumlar tüketici kredilerinin arzını, bu kredilerin getirisini, geri ödenmesinden doğan kayıpları ve kredi fon kaynaklarını dikkatle olarak belirtilmektedir. Tüketici kredileriyle ilgili dünya uygulamalarından biri de, örneğin ABD'de olduğu gibi kredi faiz oranlarına tavan getirilmiş olmasıdır. Bu durum, kredi veren finansal kurumun getirisinde önemli kısıtlamalara yol açmaktadır(25).

III. TÜKETİCİ KREDİSİNİN SANAYİ İŞLETMELERİNE ETKİSİ

Günümüzde bir yandan gelişen ve giderekten sofistike bir görünüm kazanan üretim yöntemlerinin etkinliğinde üretim gayretleri sürerken, diğer yandan da ürünlerin pazarlama ve satışı özel bir önem kazanmaktadır.

İşletmelerin işletme sermayesi gereksinimini en alt düzeyde dengede tutmak hedefi, pazarlama fırsat ve stratejilerine yeni bir içerik kazandırmayı ön plana iterken ekonomik ve sosyal yaşamdaki değişim yeni yapılanmalara da kaynaklık etmeye başlamıştır. Endüstrileşme sürecinin oluşumu

(25) ALPERGİN, s.12-13.

kitleleri kentlere çekerken, üretilen malların satımı için yeni pazarları da zorlamıştır. Ulaşım sisteminde ve kitle haberleşme kanallarındaki gelişim insanlardaki yaşam felsefesini değiştirerek, daha mutlu bir yaşam özlemini körüklemiştir. Buna birde reklam organizasyonlarının, "insanların gereksinimlerinin temelli, isteklerin ise değişken olduğu" saptamasından hareketle yoğun reklam kampanyalarıyla biçimlendirdikleri istekler eklenince rekabet yoğunlaşmıştır.

Daha kaliteli ve daha ucuz malı tüketiciye ulaştırabilme yarışı perakende satışlar ve bunun uzantısı olarak tüketiciye kredili mal satımını gündeme getirmiştir.

Satış halkalarını azaltarak bir yandan riski azaltmak, diğer yandan ise malı ucuzlatmak için ana sahaların kaldırılması gereği perakende satışların yaygınlaşmasına yol açmıştır. Ancak bu safhada perakende satış organizasyonlarının mali açıdan finans gücü sınırlı kimseler olmaları, diğer yandan tüketicinin ödeme gücünün zayıflığı bir üçüncü faktörü, "kredi" faktörünü devreye sokmuştur. Kredi faktörü perakende satışların motor gücünü oluştururken satış kanallarında da yeni yapılanmaları zorunlu kılmıştır. Böylece finans kuruluşu (banka veya özel finans kurumu gibi) üretici büyük firma tüketici üçlüsünün teşkil ettiği yapı ortaya çıkmıştır. Bu satış şekli sanayi işletmeleri için oldukça iyi bir finansman şekli oluştururken, mallar içinde satın alma gücü dolayısıyla pazar genişlemesine yol açmıştır. Sanayi işletmelerinin satış riski düşmüş, müşteri profili marjinal

alıcılara doğru genişlemiş, doğrudan müşteri temasları tüketiciyle iletişimi geliştirmiş, stoklarda azalmalar meydana gelmiş, doğrudan satışlar göreceli olarak fiyatları düşürmüştür.

Tüketici kredisi satış yönteminin geliştirilmesi, ödeme gücü sınırlı olan tüketicinin ihtiyaç duyduğu bir takım araç gereci almasına imkan hazırlarken, modası geçmiş olanları yenileriyle değiştirmelerine daha kaliteli ve daha ucuz malları uygun koşullarla edinmelerine ortam hazırlamıştır(26).

1. TÜRKİYE'DE TÜKETİM FİNANSMANININ ŞİRKETLERE YÜKÜ

Genellikle şirketlere açılan krediler senet mukabili kredidir. Görüldüğü gibi şirketler gereksiz bir finansman yükü altındadır ve finansal kurum gibi, ihtisası olmayan bir dalda faaliyet göstermektedir.

Sermaye piyasası kurulu denetime tabi şirketler üzerinde yapılan bir çalışma, bu şirketler için ortalama tahsilat süresinin 1980'de 104 gün olduğunu, bu sürenin sürekli bir gerileme ile 1984 yılında 76 güne düştüğünü göstermektedir. Bu tahsilat süresi şirketler üzerine yıllık satışın yaklaşık % 20'si tutarında finansman yükü yüklemektedir. Müşteri hesapları Türkiye'de önemli bir yekün tutmakta, bu finansman kısa vadeli banka kredilerinden sağlandığından cari ve likid oran düşmektedir. Türkiye'de döner varlıklar

(26) Ayhan YAVRUCU, "Sanayi İşletmeleri Yönünden Tüketici Kredileri", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.16.

içinde müşteri hesapları önemli bir oran tuttuğundan stokların döner varlıklar içinde palleri düşük görülmektedir.

Türkiye'de finansal kurumlar müşteri finansmanına yöneldikleri takdirde şirketler üzerinden önemli bir finansman yükü kalkacaktır(27).

(27) ERTUNA, s.7-8.

İ k i n c i K ı s ı m

SÖZLEŞMENİN İÇERİĞİ VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

I. TÜKETİCİ KREDİSİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE SÖZLEŞMENİN YAPILMASI

1. TÜKETİCİ KREDİSİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

Tüketici kredisi sözleşmesi, özde BK'nun 306 hükümleri ile düzenlenmiş olan bir karz(ödünç) sözleşmesidir. Tüketici kredisi sözleşmesi aynı zamanda, rızai ve kredi alanın faiz ödemesi söz konusu olduğunda (BK 307/II ve TK 3, 21/II) tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olma özelliğini de gösterir.

Ancak bankalar tarafından hazırlanan sözleşme örneklerinde, BK'nın konuya ilişkin olan ve emredici nitelik arz etmeyen hükümlerinden ayrılınarak, özel düzenlemeler kabul edildiği görülmektedir.

Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi açma sözleşmesinden farklıdır. Kredi açma sözleşmesi ile banka sözleşmesi ile, banka, kredi alana belli bir limit çerçevesinde devamlı olarak kredi vermeyi üstlenir, alınan paranın ödenmesi ile sözleşme sona ermez, limit dahilinde para yeniden çekilip, yatırılabilir. Ayrıca, kredi alanın, krediyi çeşitli şekillerde kullanma imkânında (limit dahilinde nakit çekme, akredetif açılmasını, çeklerin ödenmesini, teminat mektubu verilmesini talep gibi) vardır. Oysa tüketici kredisi, bankalar tarafından hazırlanan sözleşmelerde de açıkça gösteril-

diği üzere, müşteriye bir defade ve nakten ödenerek kullanılmakta ve banka ile kredi alan arasındaki ilişkilerde alınan kredinin taksitlerle tamamen etfası üzerine son bulmaktadır.

2. SÖZLEŞMENİN YAPILMASI

Tüketici kredisi sözleşmesinin yapılmasında iki aşamada söz konusudur: İlk aşamada tüketici, banka tarafından hazırlanarak şubelere dağıtılmış başvuru formunu doldurarak bankaya veren tüketici, kendisinin kredi verilebilirliğinin araştırılması hususunda bankaya bir icabta bulunmuş sayılır. Bankanın bu icabı kabulü ile banka-tüketici arasında bir vekalet sözleşmesi kurulmuş olur. Banka kendisine yöneltilen bu icabı red etme hakkına sahiptir. Ancak başvuru formlarını şubelerinde hazır bulundurarak sözleşme yapmaya hazır olduğunu halka duyan banka, kendisine yapılan başvuruyu kabul etmek istemiyorsa, ıyniyet kuralları gereği, durumdan derhal tüketiciyi haberdar etmelidir.

Başvuru formlarında tüketiciden, kimliği, yaşı, ailesi, işi, malvarlığını, geliri, borçları, talep ettiği kredi miktarı, krediyi kullanma amacı, seçilen ödeme takvimi ve kefilleri hakkında bilgi istenmektedir. Bankalar tarafından hazırlanan tüketici kredisi sözleşmesi hükümlerine göre tüketici, bu sorulara verilen cevapların doğruluğunu kabul eder, ilerde cevapların doğru olmadığına anlaşılması halinde bankanın, kredi kullandırmaktan vazgeçme ve kredi kullanırmışsa sözleşmeyi reshederek borcun tamamını muaccel kılma hakkı saklıdır.

Banka tarafından yürütülen araştırmanın olumlu sonuçlanması halinde ikinci aşamaya geçilir ve banka kredi sözleşmesinin yapılması konusunda durumu tüketiciye iletir. Tüketici, bankanın sözleşme yapma isteğini kabul edip etmemekte serbesttir. Yapılan araştırmanın olumlu sonuç vermesi halinde, tüketicinin kredi sözleşmesinin yapılmasını talep hakkı ve bankanın da sözleşme yapma zorumluluğu vardır, aksi yolda bir davranış, başvuru formlarını şubelerinde hazır bulundurmak suretiyle bu formda aranan koşulları gerçekleştiren herkesle sözleşme yapmaya hazır olduğunu açıklayan banka bakımından doğruluk ve dürüstlük kurallarına aykırıl oluşturur. İkinci aşama, tüketicinin, bankanın durumu kabul etmesi, başka bir deyişle hazırlanmış olan kredi sözleşmesini imzalamasıyla tamamlanır.

II. TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

1. KREDİ VERENİN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

Kredi veren, krediyi kredi alana, teslim etmekle yükümlüdür. Kredi, doğrudan kredi alana verilebileceği gibi, kredi alanın talimatıyla bir üçüncü kişiye de ödenebilir.

Kredinin, sözleşmede aksine bir hüküm olmadıkça, sözleşmenin kurulmasından sonra derhal ödenmesi gerekir. Aksi takdirde tüketici, yapacağı ihtardan sonra bankadan BK 103'e dayanarak temerrüt faizi ve eğer varsa munzam zararının tazminini de isteyebilir. Ayrıca, bankalar tarafından hazırlanan kredi sözleşmesi hükümlerine göre tüketicinin başvuru formunda yanlış bilgi verildiğinin anlaşıldığı hallerde banka, krediyi kullanırmaktan vazgeçebilir, aynı durum kredi kul-

landırıldıktan sonra saptanırsa, sözleşmeyi feshedip borcun tamamını muaccel kılabilir. Ancak bu yetkinin, kredi sözleşmesinin kurulmasında birinci derecede önemli olan hususlarda (örneğin mali duruma ilişkin olanlarda) yanlış bilgi verilmesi halinde kullanılması kabul edilmelidir. Aksi bir davranış MK 2'ye ters düşer.

Sözleşmede öngörülen kredinin tam olarak, kredi alana verilmesi gerekir.

2. KREDİ ALANIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

A. Krediyi Kabul

Tüketici kredisinde kredi alanın faiz ödemesi gerekli olduğundan, kredi veren, kredi konusu tutarın tesellüm olunmasını istemek hakkına sahiptir. Aksi halde kredi alan, borçlunun temerrüdü hükümlerine dayanarak temerrüt faizi ve tazminat istemek ya da sözleşmeyi feshetmek yoluna gidebilir.

B. Krediyi İade

Tüketici, krediyi sözleşmede gösterilmiş vadelerde ödenecek taksitlerle iade etmek zorundadır. Taksit vadeleri, kredi sözleşmesinde gösterilmiştir. Bu vadelerde ödeme yapılmaması halinde ayrıca ihtaraya gerek kalmadan temerrüt durumu ortaya çıkar. Bu durumda uygulanacak temerrüt faizi oranı, bankalar tarafından hazırlanan sözleşmelerde ayrıca hükme bağlanmış bulunmaktadır.. Taksit vadesinde ödeme yapılmaması, borçluyu sadece o taksit için mütemerrit duruma sokar, bu durumda borcun kalan kısmı etkilenmez. Kalan kısım esas itibariyle muaccel hale de gelmez. Ancak bankalar tarafından hazırlanan bazı tüketici kredisini sözleşmelerinde "taksit pla-

nı dahil herhangi iki **taksit** vadesinde ödenmediği takdirde ödenmeyen son takside ait ödeme tarihinde herhangi bir ihtara gerek kalmaksızın borcun tamamının muaccel olacağı"na ilişkin hükümler bulunmaktadır.

Taksitlerin vadesinde ödenmemesi halinde banka, kredi sözleşmesine dayanarak takipte bulunabileceği gibi, taksit vadelerine göre düzenlenmiş emre muharrer senetleride tahsil koyabilir.

Kredi sözleşmesi hükümlerine göre taksit tutarları, anapara, faiz, vergi-fon kesintileri ve diğer masraflar dikkate alınarak belirlenmektedir. Tüketici kredisi sözleşmesi banka ile tüketici arasında yapılacağından, ortada bir ticari iş var demektir. Dolayısıyla karz sözleşmesi BK 307/II uyarınca faize tabidir. Halen uygulanmakta olan faiz oranları aylık % 5-%7,5 arasında değişmekte, bu oran yasal kesintilerle (BSMV gibi) % 6,38-8,32'ye varmaktadır. Faiz, ödeme planına göre yapılacak anapara ödemelerinden kalan tutara (azalan bakiye sistemi) uygulanmaktadır. Tüketici kredisinde, cari hesap ilişkisi ve borçlu bakımından da genellikle bir ticari iş söz konusu olmayacağından, bileşik faiz uygulanamaz.

Kredi sözleşmesi, çoğunlukla kredi alanın yararına bir sözleşme olduğundan, sözleşmenin yapılmasıyla ilgili tüm masraflara da kredi alan katlanmaktadır.

Bankadan sağlanan krediye dayanılarak girişilen satım sözleşmesi dolayısıyla sonradan satıcı-alıcı arasında çık-

cak uyuşmazlıklar, kural olarak bankayı ilgilendirmez. Örneğin bankaya ödemesi gereken tutardan ayıp nedeniyle indirim yapılmasını isteyemez. Kredi sözleşmesinde bu hususu açıkça öngören ve "kredi borçlusu ile mal ve hizmet sunan kişiler arasında çıkan uyuşmazlıklardan veya malın ayıplı olması, teslim edilmemesi, hizmetin eksik yapılması veya yapılmamasından doğan uyuşmazlıklardan bankanın sorumlu olmayacağı ve bu hallerin kredinin geri ödenmesine hiç bir etkisi olmayacağını" belirten hükümlere yer verilmektedir.

Tüketici kredisinde faiz ödenmesi söz konusu olduğundan, kredi alan kural olarak taksit vadelerini beklemeden bakiye borcunu bir defada ödemek suretiyle sözleşmeyi sona erdirmek hakkına sahip değildir. Bazı kredi sözleşmelerinde, bankanın, kredi alanın erken ödeme talebini kabul veya red konusunda serbest olduğunu belirten kayıtlar bulunmaktadır(28).

III. UYGULAMADA KARŞILAŞILAN ÖZEL DURUMLAR

Bazı durumlarda tüketici kredisini veren kurumla satıcı firmanın işbirliği içinde hareket etmeleri sözkonusudur. Nitekim gazetelerde, bazı bankalar ile satıcı firmaların işbirliği içinde hazırladıkları otomobil satışı kampanyalarına ait ilanların yer aldığı görülmektedir. Bu ilanlarda satıcı firmanın tüketici kredisini alıcı adına derhal ve daha uygun

(28) Prof.Dr.Sabih ARKAN, "Tüketici Kredisi ve Uygulaması", Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, Ayrı Bası, C.XV, S.1, Haziran 1989, s.27-36.

koşullarla alacağı ya da tüketeceği kredisinin bankadan sağlanmış olduğu yolunda kayıtlar bulunmaktadır(29).

Kredi kurumunun, satıcı firmalarla işbirliği içinde açacakları bu tür kredileri, şimdiye kadar incelediğimiz tüketici kredilerinden farklılık göstermektedir.

Bazı durumlarda, alıcıya kredi sağlanması satıcı kanalıyla olmakta, alıcı doğrudan kredi kurumuna başvurmakta, ancak kredi kurumunun açacağı krediden sadece belli bir veya bir grup satıcıdan mal satın alınması koşuluyla yararlanması mümkün olmaktadır(30).

IV. TÜKETİCİNİN KORUNMASI

Günümüzde tüketici kredisinin yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, tüketicilerin korunması konusu da gündemde ağırlık kazanmıştır,

Gerçek kişilere yönelik tüketici kredilerinin uygulamada uygun fiyat, kolaylık, sürat, yaygınlık ve gizlilik gibi esaslardan ayrılması için bir çok ülke yasal düzenlemeler getirmiştir.

Bu amaçla dünyada uygulanmaya başlanan ilk önlem tüketicilerin bilgilendirilmesi çalışmaları olmuştur. Tüketici kredisi piyasalarının yeterince şeffaf olmaması nedeniyle ortaya çıkan tüketicilerin reklamlarla yanlış yönlendirilmeleri,

(29) Milpa-TÖBANK(Milliyet,19.6.1989);Hürpa-Garanti bankası (Hürriyet,3.8.1989);Sabah Pazarlama-Türkbank(Milliyet, 15.9.1989)" Bu tür kampanyalarla ilişkin ilgili firmalardan bilgi istenmiştir, sözlü bir takım açıklamalardışında ayrıntılı bilgi alınmamıştır.

(30) Kredi kurumları, satıcı firmalardan, kredi tutarının %1-4 arasında hizmet komisyonu tahsil etmektedir.

krediye uygulanacak gerçek faiz oranlarının ve diğer ek masrafların krediyi veren kurumca yeterince açık bir şekilde belirtilmemesi gibi konularda sık sık sorunlarla karşılaşmaya başlanmıştır. Sorun yaratan bir başka konuda, kredi verenin risk karşısında kendisini daha iyi bir korumaya almak için borçlunun daha az koruduğu sözleşmeler yapmasıdır.

Tüketiciler kredi sözleşmesi yapılmadan önce ya da yapıldığı zaman veya yapıldıktan sonra sorunlarla karşılaşabilirler.

Pek çok ülkede cinsiyete, evlilik statüsüne, ırk, renk ayırımına bakılmaksızın kredi verilirken, herkese eşit olanak tanıma, dolayısıyla da tüketici kredisine serbestçe ulaşma kavramları gelişerek ağırlık kazanmıştır. Örneğin, ABD'de Eşit Fırsatlar Yasası (Equal Opportunity Act) ve İngiltere'de Tüketici Kredisine Yasası (Consumer Credit Act), kredi vermede kişiler arasında herhangi bir ayırım yapılmasını engelleyen yasal düzenlemeler getirilmiştir.

Çeşitli ülkelerde yapılan uygulamalarda, kredinin asgari dönme miktarları, azami ödeme süresi ve toplam kredi limitleri devlet tarafından belirlenmektedir. Bazı ülkelerde ise, devlet, tüketici kredisine vermek isteyen finansal kuruluşların bir lisans almalarını şart koşmaktadır. Örneğin, İngiltere'de Director General of Fair Trade'in finansal kuruluşlara tüketici kredileri kullandırılma hakkını tanıyan iki tür lisans verme yetkisi vardır. Bunlardan birincisi, tek bir kişiye veya ortaklıklara verilen ve on yıl için geçerli olan "Standart Lisans"tır. Kredi simsarlığı, kredi

düzenleme, kredi danışmanlığı ve borç toplama gibi alanlarda faaliyet gösterme izni veren "grup lisansı"nın geçerliliği için süre belirtilmemiştir. Grup lisansı, dernek gibi kurumların kredi verme faaliyetlerinde bulunmalarına olanak tanır(31).

Tüketicilerin kredi işlemi ile üstlendikleri ödeme miktarı, faiz oranı ve diğer ek masrafları ayrıntılı olarak bilmeleri gereklidir. Bu konuda etkili yollardan biri de reklamlardır. Reklamlar, tüketici piyasasının şeffaflaşmasını sağlayarak kredi veren kuruluşlar arasındaki rekabetin gelişmesine de katkıda bulunur. Bu nedenle reklamların, tüketicinin yanılmasına meydan vermeyen ve yeterli derecede bilgi sağlayıcı nitelikte olması gerekmektedir. Eğer kredi maliyeti birden çok unsurdan oluşuyorsa nakit fiyattan, kredinin gerçek maliyetinden, geri ödeme vadelerinden, kredi limitinden, teminat gerekip gerekmediğinden ve eğer var ise kişilerle ilgili kategori sınırlamalarından reklam etkinliklerinde yer verilmelidir.

Günümüzde reklamlarında etsisiyle tüketiciler, aldıkları malın fiyat ve faydasına önem vermeksizin bilinçsizce kredi kullanabilmektedir. Gereksiz kredi alımını engellemek ve tüketiciyi aşırı borç yükünden korumak için yapılan bir başka uygulamada tüketiciye kredi sözleşmesinin yapıldığı

(31) The Economist, "Credit Cards, Cash and Travel Vouchers in Europe", September 1987, s.21.

tarihten sonra belirli bir süre (genellikle bir hafta) belirlenmesinde alıcıya yeterince uzun düşünme süresinin verilmesi yanında, satışların bu süreden olumsuz yönde etkilenmemesi hususu da dikkate alınmaktadır.

Bazı ülkelerde kredi ile mal ve hizmet alımında, satıcı ile alıcı anlaştıktan sonra kredi satıcıya verilmekte ve satıcıda malı alıcıya sağlamaktadır. Böyle durumlarda finansal kuruluş, satıcı ile beraber çalıştığı halde sağlanan mal ve hizmetlerin kalitesinden sorumlu olmamaktadır. Zaman zaman satıcılar krediyi temin ettikten sonra malların uygun kalitede ve zamanın da alıcıya teslimi konusunda yeterince dikkatli davranmamakta, hatta bazen mal teslimini dahi yapmaktadırlar. Ancak tüketici, krediyi veren kuruluşa karşı yükümlülüğünü yerine getirmek zorunda kalmaktadır. Tüketicilerin böyle durumlar karşısında korunmalarını sağlamak amacıyla birçok ülkede çeşitli çözüm yolları önerilip uygulanmaktadır. ABD'de olduğu gibi, eğer krediyi verenle satıcı arasında ortak bir sorumluluk varsa ve satıcı sözleşme yükümlülüklerini yerine getirmiyorsa, krediyi veren kuruluş mal satın alımında tüketiciye karşı sorumlu olmaktadır. Bir başka yol ise, satış ve kredi anlaşmaları arasında bir bağıntı olduğu durumlarda, kredi sözleşmesinin satış sözleşmesi tamamlanana kadar etkisini göstermemesidir. Böyle durumlarda, satılan malın ticari koşullarına uygun olarak teslim edilmesiyle satış anlaşmasının tamamlanmasından sonra tüketicinin kredi sözleşmesinin bağlayıcı nitelik kazanması söz konusudur.

Tüketicilerin korunması açısından kredi sözleşme hükümleri, tüketiciye gerçek yükümlülükleri ve krediyi veren kuruluş karşısındaki yasal durumu hakkında kesin bilgileri içermelidir. Mal ve hizmetlerin satın alınımında tüketici kredisi sözleşmesinde şu noktalara yer verilmelidir.

- Tarafların isim ve adresleri, imzaları ve krediyi veren kuruluşun lisans numaraları,
- Eğer mümkün ise satıcı ile krediyi veren kuruluş arasındaki bağın belirtilmesi,
- Malın veya hizmetin tanımı,
- Malın peşin fiyatı ve kredi müşterisiyle nakit ödeme yapan müşteriye uygulanan koşulların farkı,
- Kredinin gerçek maliyeti (faiz oranı, sözleşme düzenleme ücreti, idari masraflar, kredi sigortası pri i vb).
- Kredinin yıllık efektif maliyeti,
- Geri ödeme koşulları (miktar ve sıklık dahil olmak üzere),
- Tüketicinin sözleşmeyi sona erdirmedeki hakları ve erken geri ödeme hakları,
- Azami kredi limiti ve teminat isteyip istemediğine ilişkin açıklamalar.

Bunlara ek olarak, sözleşmelerde yanılıcı ve tüketiciler arasında ayırım yapıcı hükümler yer almamalıdır.

Tüketici kredisi kullananların korunmasında etkili yöntemlerin değerleri şöyle özetlenebilir.

- Tüketici kredisi sağlayan mali kurumların gözetiminin yapılması,
- Bu kuruluşların uymaları gereken kurallara uymadıkları zaman lisanslarının geri alınması,
- Tüketicileri koruyan yasal düzenlemelerin de etkin bir biçimde uygulanması,
- Tüketicinin eğitiminin sağlanması yoluyla özellikle düşük gelir grubundaki tüketicilerin aşırı borç yükü altına girmelerinin engellenmesi(32).

1. TÜKETİCİ FİNANSMANININ TÜKETİCİYE YÜKÜ

Hane halkından mevduat yoluyla elde edilen kaynaklar şirketlere kredi olarak aktarılmakta, bu krediler üretici şirket, dağıtım şirketi ve bayi kanalından geçerek tüketiciye borç olarak verilmektedir.

Tüketici kredileri tüketicileri dolaylı yoldan ulaştığından tüketici finansmanının maliyeti yüksektir. 1985 yılında yapılan incelemeler bu maliyetin çıplak olarak % 85 dolaylarında olduğunu göstermektedir . Liste fiyatlarında tenzilat yaptırabildiği düşünülürse, gerçek maliyet daha da yüksektir. İyi işleyen finans pazarlarında maliyet enflasyonun beş-altı puan üstünde gerçekleşebilir.

(32) ALPERGİN, s.15-16.

1983 yılı sonu itibariyle ABD'de hane halkı mali sektöre 6.057.5 milyar dolar kaynak sağlamakta, aynı andal.975.7 milyar dolar borçlu bulunmaktadır. Böylece hane halkının mali sektöre sağladığı net kaynak 4.081.8 milyar dolardır. Görüldüğü gibi hane halkı direkt olarak mali sektöre sağladığı kaynağın üçte birini kullanabilmektedir. 1984 yılı sonunda ticari bankaların toplam kredilerinin % 19.4'ü hane halkına tüketim finansmanı için açılan kredilerdir(33).

(33) ERTUNA, s.8.

Ü ç ü n c ü B ö l ü m

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ UYGULAMALARI VE ALINMASI GEREKEN ÖNLEMLER

B i r i n c i K ı s ı m

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ UYGULAMALARI

I. TÜKETİCİ KREDİSİNİN UYGULANMASINDA GECİKMENİN NEDENLERİ

Tüketici kredileri aslında başlanmasında geç kalınmış bir uygulamadır. Ancak bu işlemi yapan bankaların, umulandan çok daha kısa bir sürede sistemin yaygınlaşmasını sağlamaları sevindiricidir(34).

Bankalarca bugüne kadar bu şekilde yaygın bir kredi türünün tüketiciye sunulmasının başlıca nedeni yeterli alt yapısının oluşmamasıdır. Engellerden en önemlisi Bankalar Kanununun tacir olmayanlara verilecek kredilerde getirdiği sınırlamalardır. Protesto kayıtları dışında talep sahiplerinin kredi değerliliğini saptamaya yarayacak bilgi bankasının olmayışı kredi riskinin başlangıçta belirsizliğine yol açmakta, yasal takip sürecinin masraflı olması ve uzun zaman

(34) SESLİOĞLU, s.9.

alması, öte yandan kredi riskini sigortalayan bir sistemin mevcut olmayışı ve geniş bir kitlenin sosyal güvenlik kapsamında olmayışı veya kredi riskini sigorta sistemi ile teminat altına alacak hukuki düzenlemelerin olmayışı, bankaların tüketici kredilerine uzun yıllar ilgi duymamaları sonucunu getirmiştir.

Son yıllarda belirtilen alt yapı eksikliklerinde herhangi bir gelişme olmamıştır. Buna rağmen çok şubeli bir çok banka büyük reklamlarla tüketici kredilerine yönelmiş, hatta bazı bankaların en üst yöneticileri hedeflerinin toplam kredi portföyünün yarısını tüketici kredisi olarak tahsis etmek olduğunu ifade etmişlerdir.

1. BU DEĞİŞİMİN NEDENLERİ NELERDİR

a) Yüksek faiz politikaları nedeniyle kredibilitesi yüksek firmalar özkaynağa yönelmiş kredi talebi azalmıştır.

b) Kredi talepleri daha çok 2. ve 3. kalitede firmalardan gelmekte, dolayısıyla kredi riski artmaktadır.

c) 1988/ Eylül ayındaki faiz şoku bankalarda büyük fonların oluşmasına neden olmuş, bu fonlar kısa sürede plase edilememiştir.

d) Kredibilitesi yüksek firmalar ilan edilen faizlerle kredi kullanamamakta, bu firmalara tercihli faizler uygulanmakta veya düşük faizle spot kredi verilmektedir.

e) Tüketici kredilerinde, tüketicinin faiz pazarlık gücü yoktur ve genelde hemen tüm bankaların tüketici kredi

faizleri uygulanabilir kredi faizlerinin üstündedir(35).

Sözünü ettiğimiz bu sorunlar bankaların portföylerinde fon birikimine neden olmuştur. Dolayısıyla bankaları bu kredi türüne yöneltmiş, doğrudan gerçek kişiye ulaşabilen bir uygulama başlatılmıştır(36).

II. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ UYGULAMALARI

Türkiye'de yakın bir zamana kadar tüketicinin satın alma gücünü artıran ve kolaylaştıran tek mekanizma firmaların kredilendirme veya bir başka anlatımla taksitlendirme yöntemiyle yaptıkları uygulama idi. Bu mekanizmanın alacakların takibindeki zorluk mekanizmanın sistematiklikten uzak olması gibi önemli sakıncası nedeniyle günümüzde terk edilmeye yüz tuttuğu açık bir şekilde gözlenmektedir.

1989'da ülkemizde 12 banka tüketici kredisi vermekteydi. 1990 sonunda tüketici kredisi uygulamasına girmiş banka sayısının 19'a ulaşmıştır. Kredi kartı uygulaması da aynı düzeyde seyretmektedir. Aralık 1989 sonu itibarıyla veriler tüketici kredi hacminin bankacılık sektöründe 540 milyar liraya çıktığını ortaya koymaktadır. 1990 yılında kredi kartıyla kullanılan kredi dahil olmak üzere tüketici kredisinin 1 trilyonu geçeceğini ve kredi kullanan kişilerin sayısının da yine 500 bini aşacağını tahmin edilmektedir.

Türkiye Bankalar Birliği tarafından yapılan hesaplara ve elde edilen verilere göre 31 Aralık 1989 tarihi itibarıyla

(35) OĞUZTÜRK, s.13.

(36) Ahmet İZÜN, "Türkiye'de Tüketici Kredileri Uygulamaları", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.17.

le bankacılık sektörü toplam 200 bir kişiye 540 milyar liralık bir kaynağı tüketici kredisi biçiminde aktarmıştır. Tüketici kredilerinin mal ve hizmet gruplarına dağılımına bakılınca en büyük payı % 46 ile otomobil sektörünün aldığı görülmektedir. Tüketici kredisi pastasından ikinci en büyük dilimin de % 15,1 ile beyaz işya ile elektrik v elektronik eşya sektörüne yöneldiği görülmüştür. Konut sektörüne ayrılan tüketici kredisi miktarının toplam içinde % 7.7, ev eşyaları içinde % 8.7 bir oran düzeyinde gerçekleştiği gözlenmiştir. Mesleki amaçlarla kullanılan tüketici kredisi miktarının % 1.3, eğitim için % 0.6, tatil içinde % 0.4 gibi oldukça düşük düzeylerde kaldığı verilerle açıklanmaktadır(37).

Tüketici kredilerinin meslek gruplarına göre dağılımına bakılınca en büyük payı % 58 ile işçi ve memur kesiminin aldığını görmekteyiz. İkinci sırada ise % 12 ile eğitim görevlileri yer almaktadır. Sırası ile % 11 ile serbest meslek sahipleri, % 10 ile yönetici kesim, % 6 ile emekliler ve %3 ile de esnaf ve tüccarlar yer almaktadır(38).

Tüketici kredilerinde mal ve hizmet gruplarına dağılımında % 46 lık pay ile otomobil kredisi ilk sırada yer almaktadır. Tüketici kredisi fiyatı diğer dayanıklı tüketim mallarının oldukça üstüne olan otomobil için ayrı bir önem arz etmektedir. Türkiye'de otomobil fiyatları peşin ödeme gücü sınırlı olan ücretli kesim için oldukça yüksektir. Oto-

(37) Pınar AYAROĞLU, "Tüketicinin Finansmanı-Riski Tabana Yayımak" Bankacılar I, Türkiye Bankalar Birliği Yayını, Nisan 1990, s.51.

(38) Meral BEKİROĞLU, "Ferai Kredi Uygulamasında Yenilikler", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.25.

Otomobil kredisi ile bu kesime otomobil satmak amaçlanmaktadır. Müşteri açısından otomobil kredisi ile otomobil almanın en büyük avantajı KDV ve ek taşıt Alım vergisinin normal kredili satışlara göre daha az miktarda ödenmesidir. Bilindiği gibi otomobilin perakende satış fiyatı üzerinden % 15 KDV ve % 12 ek Taşıt Alım Vergisi ödenmektedir. Normalde pazarlama şirketleri tarafından yapılan kredili satışlarda otomobil fiyatına ilave edilen faiz ile birlikte oluşan meblağ üzerinden vergi alınmaktadır. Otomobil kredisi ile yapılan satışlarda ise faiz tutarı için vergi ödenmekten kurtulunmaktadır.

Bu anlamda tüketiciye peşin para avantajıyla kredili satış imkanı sunulmuş olmaktadır. Bundan başka normal kredili satışlarda uygulanan mülkiyeti muhafaza bu sistemde yoktur. Dolayısıyla tüketici istediği anda otomobilini satabilir.

Bugün ülkemizdeki kredili satış talebi ve kredili meblağları henüz otomobil pazarlama şirketlerinin finans güçlerini aşacak derecede değildir. Fakat zamanla talep artacak ve kredi limitleri yükselecek olursa bu bakımdan da büyük finans kuruluşlarının kredili otomobil satışına girişmesinin otomobil sektörüne destek vereceği düşünülebilir. Ayrıca, bankaların bugün en küçük ilçelerde bile şüpheleri olduğu dikkate alınırca yetkili şube sayılarının artması halinde olayın tüketiciye ulaşma bakımından da yararlı olacağı söylenebilir. Sistemin Türkiye'de yeni olduğu göz önüne alınca satışların zaman içinde daha artması beklenilmektedir.

Yüksek miktar da talep bulunan otomobil kredisi olayına, peşin satışları artıracak ve talebi canlandıracak bir sistem gözüyle bakılmaktadır.

Ülkemizde, tüketici kredileriyle ilgili yasal düzenlemelerin eksikliği nedeniyle, bankalar tüketicilerin eğitim, konut, otomobil ve tüketim mallarıyla ilgili finansman ihtiyaçlarını karşılamada kendi iç düzenlerini uygulamaktadır(39).

Günümüzde tüketici kredileri, bazı bankalarda satın alınacak malla ilgili sınırlamalar olmadan, kişinin herhangi bir ihtiyacını karşılamak için doğrudan nakit kredi olarak verilmektedir. Öte yandan, mal ve hizmet finansmanı konusunda belli bazı bankalar, ilk aşamada ağırlıklı otomobil finansmanına yönelik kredi uygulamalarına başlamışlardır. Daha sonraları tüketici kredisi pazarına giren bankalar, tüketiciyi belirli sektör mallarının finansmanına yönelmişlerdir. Bunların arasında buzdolabı, çamaşır, bulaşık, dikiş makineleri, televizyon, video, halı, mobilya, mefruşat gibi dayanıklı tüketim malları, eğitim, sağlık, dinlenme türünde hizmetler, konut alımı veya konut kredileri işleri sayılabilir. Daha sonraki aşamalarda özellikle bazı gazetelerin pazarlama şirketleriyle anlaşma yaparak, sözkonusu firmaların düzenleyeceği satış kampanyalarındaki alıcıların banka tüketici kredileriyle finanse edilmesine yönelinmiştir(40).

(39) ALPERGİN, s.17.

(40) İsmet ALYER, "Vakıfbank'ta Kredi Atağı", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.6.

Tüketici kredilerinde, bankacıların yöneldiği hedef kitle orta ve üst düzeyde gelir elde eden ücretli, emekli ve serbest meslek sahipleridir. Bankalar sahip olınacak mal ve hizmetlerin karşılığında verecekleri krediyi doğrudan nakit olarak müşterilerine ödeyebildikleri gibi, satıcı firmayla anlaşma sağlandığı takdirde fatura karşılığı firmaya da ödeme yapabilmektedir. Banka müşteri yerine satıcı firmaya ödeme yaptığı takdirde en az % 3 oranında firmadan hizmet komisyonu tahsil edebilmektedir(41).

Ülkemizdeki tüketici piyasasına yönelik ralliyetlerde hem yasal hem de uygulama açısından bir standardizasyon henüz sağlanamamıştır. Yasalarımızda tüketici kredisi uygulamalarıyla ilgili bir mevzuat henüz oluşturulmamıştır. Örneğin kredi kartı çıkaran bir kurum ile mal satan veya hizmet sunan ticari işletme arasındaki veya kredi kartı kurumu ile kart hamili arasındaki hukuki ilişkilerin açık olması, bu alandaki en ciddi sorunu ortaya çıkarmaktadır. Aynı şekilde, harcama belgesinin kıymetli evrak kabul edilmeyişi, belgenin alacağın takibinde kullanılmasında sorunlara neden olmaktadır. Bugün dünyanın birçok yerinde tüketici kredisi uygulamalarıyla ilgili yasal düzenlemeler getiriliyor, tarafların hak ve sorumlulukları ve yasal konuları açıklığa kavuşturulmaktadır.

(41) Belhi SARI, "Yeni Bir Hizmet Bankamızda Tüketici Kredisi", İş Dergisi, S.275, Eylül 1989, s.23.

Ülkemizde de bu uygulamalarda karşılaşılan sorunlara çözüm bulmak amacıyla, Türkiye Bankalar birliğinin öncülüğünde, 13 Bankanın katılımıyla bir şirket kurulmuştur. Bankalararası Kart Merkezi A.Ş. (BKM A.Ş.) denilen bu şirketin amacı, bankalararasındaki takas ve provizyon işlemlerini ve uluslararası kredi kartı kuruluşları ile iletişimi daha güvenli, daha süratli ve daha az bir maliyetle tek bir merkezden yürütmek, ayrıca sistemin iyileştirilmesi açısından mevcut ve muhtemel imkanları araştırmak ve değerlendirmek, sahtekarlığı önleyici terbirler almak ve birleşik uyarı listesi hazırlamak şirketin görevleri arasındadır. Bankaların beklentisi bu kuruluşun eksik olan standardizasyonu sağlaması ve yasal boşlukların giderilmesinde itici güç olarak çalışması yönündedir.

Bankalar birliği, Türkiye de bir bilgi bankasının kurulmasının yararlı olup olmayacağı, kurulursa ne tür bir yaklaşım içinde olması gerektiği konularında araştırmalar yapmaktadır. Ayrıca yasal olarak bilgi bankasının kurulması için mevzuatta yapılması gereken değişiklikler de inceleniyor. Bugün için risk santralizasyonu, yasayla Merkez Bankası'nın görevleri arasında bulunmaktadır. Ancak Merkez Bankası 50 milyonun altındaki kredilerin santralizasyonunu yapmadığı ve tüketici kredisıyla ilgili yasal bir düzenleme olmadığı için sistemde tüketicilerin performanslarını ölçebilecek bir risk merkezi mevcut değil böyle bir merkezin oluşturulması yasal düzenlemelerle mümkündür.

Halen tüketici kredisi sistemini uygulanmakta olan bankalar, zaman içinde tüketici kredisinin zorunlu bir hale geleceğini ifade ederek Türkiye'de tüketici kredi sisteminin sağlıklı biçimde gelişebilmesi için bu konuda gerekli önlemlerin alınması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Tüketici kredisi veren tüm banka ve mali kuruluşların gizlilik kurallarına uygun olarak bu toplanan bilgilerin kullanılmasına açıldığını ileri süren ilgililer, böylece kişiye (tüketiciye) kredi verirken kredi değerliliği analizinin tam bilgiyle ve süratle yapılabilecektir.

Bu arada tüketici kredisi veren bankaların çalışmalarında çeşitli farklılıklar görülmektedir. Öncelikle bankaların faiz oranlarında hesaplamada kullandıkları hesaplama biçimlerinin farklılığı faiz oranlarına göre bir kıyaslama yapmayı imkansızlaştırmaktadır. Aniütüs formülü, birleşik faiz formülü ve azalan bakiyeler gibi faiz hesaplama formülleriyle belirlenen faizlerde yıllık aynı faiz oranı uygulansa bile ödenecek reklamlar farklı çıkmaktadır.

Ote yandan tüketici kredisinde yararlandırıldıkları bireyler için aradıkları şartlarda da değişik uygulamaları bulunan bankaların bir kısmı Genel Müdürlük bazında yetkilinırken bir kısım bankalar ise bu konuda müşteri seçimini şubelerin insiyatifine bırakılmaktadır. Yine bir bankanın uyguladığı belge ve form doldurmaksızın mevduat sahibi kredi kartı sahibi kişilere yönelik verdiği kart kredisi tamamen şubelerinin değerlendirmesi sistemi uygulamaktadır.

BANKA ADI	TÜKETİCİ KREDİSİNİN ADI	VERGİ VE FONLAR HARIÇ KREDİNİN KAÇ KİŞİYE YILLIK FAİZİ	VERİLDİĞİ
Yapı Kredi Ban- kası	Ferdi Kredi	% 84	65.000
	Otomobil Kredisi	% 72	
Pamukbank	Bizim Kredi	% 51	66.000
Türkiye İş Bankası	Tüketici Kredisi	% 94	5.000
Vakıfbank	Taksitli İhtiyaç Kredisi	% 95.11	37.000
	Otomobil Kredisi	% 60	
Halk bankası	Halk Kredisi Otomobil Kredisi	% 72	32.736
Garanti Bankası	Otomobil Kredisi ve Tarım Araçları Kr.	% 71	2.500
Emlak Bankası	Tüketici Kredisi		
TOBANK	Taksitli Bireysel, Otomobil ve Konut Kr.	% 72	8.150
T.C. Ziraat Ban	Destek Kredisi	% 75	
Akbank	Kart Kredisi, AK KREDİ	% 85	40.000

Bankalar faiz nesaplarında üç değişik formül kredi

1. Anüitüs formülü
2. Birleşik faiz formülü
3. Azalan bakiyeler sistemi

Bu üç sistemde yıllık aynı faiz oranı uygulansa bile ödenecek rakamlar farklı çıkıyor.

Bunu sakıncalı bulan bankalar ise bu uygulamayı hatalı bulduklarını belirtmektedirler(42).

Tüketici kredilerinin vadeleri beş yıl ve daha uzun olabilmektedir. 5 yıl sadece bir tek banka tarafından uygulanmaktadır. Bu kredi türü daha çok konut alımına yönelik kredi türlerinde görülmektedir. Genelde kredinin vadesi asgari üç aydan başlamak kaydıyla verilmekte, mesken alımında en fazla 36 ay, otomobil alımında en fazla 24 ay, diğer mal alımı ve eğitim için en fazla 12 ay olmak üzere müşterinin talebine göre belirlenmektedir.

Faiz oranı çeşitli bankalardan aylık 5.75 ile 7.5 arasında değişmekte, yasal kesintilerle (KKDF ve BSMV) bu oran 6.382 ile 8.325'e mal olmaktadır. Krediden düzenli ve yeterli geliri olan herkes yararlanabilir. Kredi miktarının tesbitinde zorunlu giderler çıktıktan sonra kalan aylık net gelirin taksit tutarlarını karşılaması koşulu aranmaktadır(43).

Tüketici kredisi gerek teminatlı gerekse teminatsız olarak verilmektedir. Teminatlı tüketici kredilerinde, kredi sağlayan finansman kuruluşu, kredinin geri ödenmemesi riskine karşılık, borçlunun nakte çevrilebilecek bir ve birden fazla aktifi üzerinde teminat tesis etmektedir. Bu tür tüketici

(42) Akın KOZANOĞLU, "Tüketici Kredisinin Gelişmesi Sürüyor", TÜKETİCİ FİNANSMANI, Bankalar I (Özel Bölüm), Nisan, 1990, s.56.

(43) OĞUZTÜRK, s.13.

kredileri genellikle otomobil alımlarında söz konusu olmakta ise de, fiyatı yüksek dayanıklı tüketim mallarında da yaygın kullanım alanı bulmaktadır. Teminatsız ve taksitle geri ödemesi tüketici kredilerinde ise, kredinin geri ödenmemesi halinde kredi kuruluşunun borçlunun aktifleri üzerinde bir alacak hakkı söz konusu değildir. Bu tip krediler genellikle tüketicilerin küçük montanlı ve nispeten kısa vadeli finansman gereksinimlerini karşılamaya yönelik bulunmaktadır.

Bu durum ticari bankalar için yeni bir plasman olanağı yaratmıştır. Bu meyanda tüketici kredileri "faizsiz bankacılık" yapan özel finans kurumlarının da ilgisini çekmiştir. Tüketici kredisi konusunda da faizsiz bankacılık uygulamasını esas alan bu kurumların faiz yerine enflasyona endeksli kâr marjları uygulayacakları anlaşılmaktadır(44).

Gerçek kişilere yönelik bu hizmetin uygulamaya yönelik esasları şöyledir.

- Uygun fiyat
- Kolaylık
- Sürat
- Gizlilik
- Yaygınlık(45)•)

(44) Ahmet N.İMRE, "Tüketici Kredileri", PARA VE SERMAYE PİYASASI DERGİSİ, Haziran 1989, s.15.

(45) TÜZÜN, s.17.

Tüketici kredisi uygulamasının yaygınlık ve etkinlik kazanmasında finansman kuruluşlarına olduğu kadar, üretici ve pazarlayıcı kuruluşlara da önemli görevler düşmektedir. Bu kuruluşların tüketici kredisi sağlayan finansman kurumları ile koordinasyon içerisinde üretim ve pazarlama politikaları izlemeleri bir yandan söz konusu finansman türüne yaygınlık kazandırırken, diğer taraftan ekonomide genel faaliyet hacminin genişlemesini sağlayıcı etki yaratacaktır(46).

Gerek müşteri, gerekse satıcı açısından yararlı olan tüketici kredisi sistemi yine daha etkin hale getirebilmek için istihbarat aşaması ve formalitelerin daha kısa zamanda gerçekleştirilmesi ve kesin onay süresinin kısaltılması bakımından insiyatifin yetkili şubelere bırakılması, genellikle kredilerin geri ödenebilirliği konusunda tereddütlü ve dolayısıyla çekingen oldukları gözlenen yetkili banka şubelerinin eğitimi ve yetkili şube sayısının artırılması faydalı olacaktır. Kredi faizlerinin daha düşük oranlarda gerçekleşmesi halinde daha geniş bir müşteri kitlesine hitap etmek mümkün olacaktır(47).

III. TÜRKİYE'DEKİ UYGULAMALARI DİKKATE ALARAK TÜKETİCİ KREDİLERİNİN UNSURLARI

1. KREDİ ALAN

Esas itibariyle gerçek kişilere verilen bir kredi niteliğinde olan tüketici kredisinden, düzenli gelir sahibi olan

(46) İMRE, s.15.

(47) Şener ÖZŞAHİN, "Otomobil Kredisi uygulaması", PARA VE SERMAYE PİYASASI DERGİSİ Haziran, 1989, s.12.

memur, işçi, emekli, serbest meslek sahibi ve esnaflar yararlanabilmektedir. Daha öncede belirttiğimiz gibi, ülkemizde bu krediyi en fazla memur ve işçiler (% 58 oranında) kullanmaktadır.

2. MIKTAR

Ülkemizdeki uygulamaya göre tüketici kredisinin asgari miktarı 2 milyon TL. azami miktar ise 50 milyon TL'dir.

Mesken alımında mesken bedelinin en fazla % 50'si finanse edilmek üzere 2 milyon TL. dan, 50 milyon TL.na kadar, otomobil alımında, otomobil bedelinin en fazla % 60'ı finanse edilmek üzere 2 milyon TL dan, 25 TL.na kadar, diğer mal ve eğitim masraflarının tamamı finanse edilmek üzere 2 milyon TL. dan, 5 milyon TL. na kadar kredi verilebilmektedir.

Belirtilen bu sınırlar içinde bankalar, tüketicilere, toplam aylık net gelirlerinden, ödemekle yükümlü oldukları borç ve kira bedellerinin düşülmesi suretiyle bulunan tutarın (aylık net serbest gelir) belli bir katına kadar kredi vermektedirler. Bazı bankaların iç talimatlarında, aynı aileye mensup birden fazla kişiye kredi verilemeyeceği de gösterilmiştir.

3. AMAÇ

Tüketici kredisi, ya otomobil, buzdolabı, çamaşır makinası, bulaşık makinası gibi dayanıklı tüketim malları, giyim eşyası ve konut alımını gerçekleştirmek ya da bazı tür harcamalara (tatil, konut yenileme, eğitim, sağlık, düğün gibi) olanak sağlamak üzere verilmektedir,

Ülkemizde bazı bankalar tarafından kullanılan sözleşme örneklerinde kredinin tüketicieye verilmeyip, onun talimatı üzerine tüketicieye mal ve hizmet temin eden firmaya ratura karşılığı ödeneceği ya da mal ve hizmeti veren firma lehine çek düzenleneceği gösterilmiş bulunmaktadır. Böylece banka açtığı kredinin amacına uygun biçimde kullanılmasını güvence altına almış olmaktadır.

"Doğrudan Nakit Ödeme" şeklinde olduğu durumlarda ise, kredinin mutlaka "kredi Talep Formunda" belirtilen mal ve eğitim hizmetinin finansmanında kullanıldırılmasına azami özen gösterilmektedir.

4. GERİ ÖDEME BİÇİMİ

Bankalar tarafından hazırlanmış olan tüm sözleşme örneklerinde verilen tüketici kredisinin aylık taksitlerle geri ödemesi öngörölmüş bulunmaktadır. Kredi aylık eşit taksitler halinde ödenmektedir. Ödeme süresi genelöe üç ay ile en fazla 36 aya kadar uzanan değişik seçeneklere göre yapılmaktadır. Her ne kadar başvuru formlarında tüketicinin seçtiği vadeyi (taksit sayısını) göstermeyi isteniyorsa da, bazı bankalar, tüketicinin aylık ödeme gücünü dikkate alarak taksit sayısının re'sen belirlemek yoluna gitmektedir. Her bir taksit vadesinde ödenecek tutar da talep olunan kredi miktarına göre önceden cetveller halinde saptanmış bulunmaktadır. Aylık taksit tutarlarının hesaplanmasında, anaparaya ek olarak kredi alan tarafından ödenecek faiz, vergi, fon kesintisi ve diğer masraflarda dikkate alınmaktadır.

5. TEMİNATLAR

Tüketici kredisi, esas itibariyle kredi alana duyulan güvene dayanılarak verilir. Kredinin teminatını, borçlunun halihazır mal varlığı ile ilerde elde edeceği gelirler oluşturur. Tüketici kredisi için borçlunun aynı teminat olarak ipotek alınması, sık karşılaşılan bir durum değildir. Ülkemizde yaygın uygulama ise, ipotek yerine kredi alanın bankadaki her türlü hesapları, lehine gelen havale ve tahsile verdiği senet bedelleri üzerinde banka lehine hapis ve rehin hakkı tanınması yolundadır. Ayrıca, hemen hemen tüm bankalar en az bir muteber kişinin kefaletini de aramaktadır.

Bankalar, borçludan aylık vadelere uygun anapara, faiz ve diğer masraf toplamından oluşan bedel üzerine düzenlenmiş emre muharrer senet de almaktadır. Bu senetlere kefilin imzalarının atılması da istenmektedir.

Bazı bankalar bunlara ek olarak, 50 yaşını aşmış borçlulardan "kredi hayat sigortası" yaptırmalarını da istemektedir. Ancak uygulamada, bu sigorta türünün tam bir düzenlemeye bağlanmış olduğu söylenemez. Kredi hayat sigortası, hayat sigortasının bir türüdür(belli bir süre içinde meydana gelecek ölüme karşı sigorta).

Bankalar kefil alınırken bazı unsurlara dikkat etmelidirler. Bunlarada kısaca değinecek olursak,

Emekli maaşlarına haciz konulamadığı için emeklilerin kefil olarak alınmasından kaçınmaktadırlar.

İ k i n c i K ı s ı m

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİSİ UYGULANMASINDA SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

I. TÜKETİCİ KREDİSİNİN UYGULAMASINA YÖNELİK SORUNLAR

Türkiye'de bir finansman aracı olarak tüketici kredilerinin yaygınlık ve tam işlerlik kazanması ülkemiz ekonomisi açısından büyük önem taşımakta, tüketici kredilerinin gelişmesi mali piyasalarda denge sağlanması açısından zorunlu bulunmaktadır. Söz konusu dengenin sağlanması ise mali piyasalarda oluşan para maliyetinin, yatırımcı kuruluşların kârlılıklarını olduğu kadar, tüketicilerin zaman tercihlerini de yansıtmalarına bağlıdır. Diğer bir ifade ile, belirli bir faiz fiyatından üretim maliyetlerini karşılamaya yönelik fonların tedarik edilebildiği bir mali piyasada uzun dönemli ve kararlı bir ekonomik dengenin sağlanması için aynı koşullarla tüketici gereksinimlerini karşılamak için de fon arzı yaratılmalıdır. Örneğin, Türkiye'de bu durumun teoriden uygulamaya geçmesi ise bazı temel koşulların gerçekleşmesine bağlı bulunmaktadır. Bu koşulların başında, tüketici kredisi uygulamasına ilişkin yetki ve sorumluluklar ile bu konuda ortaya çıkması muhtemel uyuşmazlıkların çözümlenme şekillerini düzenleyen mevzuatın hazırlanması, gelmektedir. Bunun için batı ülkelerinde olduğu gibi, bankaların ve finansal kurumların aktif rol oynadıkları bir tüketici kredisi sisteminin

oluşturulmasına yönelik olarak Ödünç Para Verme İşleri Kanunu ile Bankalar Kanunu'nda gerekli düzenlemelerin yapılması yerinde olacaktır. Diğer bir önemli koşul ise, tüketici kredisi kullanıcılarının ferdi kredi değerliliklerinin belirlenerek saklandığı, objektif kriterlere göre derlenmiş ve değerlendirilmiş bilgiler içeren merkezi bir "bilgi bankası"nın oluşturulmasıdır.

Tüketici kredisi, bankaların mevduat kaynakları ile fonları kullanan kesim arasındaki dengesizlikleri gidermede de rol oynayabilecek bir araçtır. Türkiye'deki hali hazır duruma bu açıdan bakıldığında, toplam mevduat içinde ticari mevduatın payının % 18 civarında olmasına karşılık, toplam mevduatın oluşturduğu plase edilebilir fonların tamamının ticari ve sınai kesim tarafından kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu durumda kurumsallaşmamış bireylerin fon ihtiyaçları bankacılık kesiminin dışından diğer bir ifade ile satıcılar tarafından karşılanmaktadır. Bu durum bir yandan bankaların plasman potansiyellerini tam olarak kullanamamalarına ve dolayısıyla ellerinde atıl fonların birikmesine yol açabilirken, bireysel kredi ihtiyaçlarının gerçek fon arzı ve talebi tarafından belirlenen denge fiyatının üzerinde bir maliyetten karşılanmasına neden olmaktadır(49).

Yıllardır satıcı firmalar ve bağlı acentaları aracılığı ile sunulan tüketici kredileri firmaların bu tür finansmanı karşılamak amacı ile ticari kredi gereksinimini arttır-

(49) İMRE, s.14-15.

mıştır. Aynı zamanda nakit imkanları artan acenta veya bayiler, bu fonlarını değerlendirme düşüncesi ile tüketiciye ilave kredi imkanları sunmaktadırlar. Ancak yatırım olanaklarının ve peşin para avantajının artması ile satıcı firmalar ve bağlı birimleri doğrudan bankadan tahsis edilen krediyi tahsil etmeyi tercih etmektedirler. Böylece artacak ticari kredi limitleri veya nakit fonları ile yeni yatırım sahalarına daha kolay girebilmektedirler.

Tüketici kredilerinin ticari kredilerden en büyük farkı beyana dayalı standard ve istatistiki hesaplara baz edilmesidir. Kredilerin sıhhatli dönüşümünü sağlamak için gerçek ihtiyaç sahiplerinin doğru tespiti gerekir. İstatistikler de, tahsis ilkelerinin değişen koşullarda demografik yapıya, coğrafi özelliklerine bağlı olarak yönlendirilmesini sağlamaktadırlar((50).

1. MERKEZİ RİSK BİRİMİNE OLAN İHTİYAÇ

Tüketim ekonomisinin canlandırılmasında da temel araç gelişmiş batılı ülkelerde gözlendiği gibi sağlıklı bir tüketici finansman sisteminin kurulmuş olmasıdır. Önümüzdeki yıllarda, tüketici finansmanı Türkiye'de bankacılık sisteminin gündeminde hatta Türk ekonomisinde çok daha ağırlıklı olarak yer alacaktır. Bugün ABD'de finansman kuruluşlarının sağladığı finansmanın yarısına yakını tüketici kredilerine yönelik kullanılmaktadır.

(50) TÜZÜN, s.17.

Bankalar risk konusunda çok hassasdır. Şimdiye kadar sektör tüketici kredilerinin risklerini ölçecek bir mekanizmaya sahip değildir. Bugün merkez bankası bünyesinde ticari kredilerin riski ölçecek ya da raporlayacak bir risk santralizasyon merkezi mevcuttur. Bu merkezin amacı bankaların kendi kaynaklarıyla yaptıkları istihbaratın yanı sıra diğer bankalarla ilişkileri nedeniyle kredi pazarına girmiş diğer firmaların da risklerini santralize etmek ve dolayısıyla bir bilgi kaynağı sağlamaktır.

Bir tüketicinin tüm bankaları dolaşarak tek bir limit altında bunu 20'ye katlaması, topladığı parayı geriye ödemesi mümkündür. Bugün için sistemde bu riskleri ölçecek mekanizma olmadığı gibi, gün geçtikçe rakamlar tehlikeli boyutlara oluşmakta, riskler de doğal olarak artmaktadır.

Risk santralizasyonu yasa ile T.C. Merkez Bankası'na verilmiştir. T.C. Merkez Bankası bugün 1 milyon TL'nin üzerindeki protestolu senetleri, 50 milyon TL'nin üzerindeki geri ödenmeyen cari kredileri ve tüm karşılıksız çekleri dökümünü yaparak tüm bankaların ülkelerine raporlar halinde sunmaktadır. İster Bankalar Birliği bünyesinde olsun, ister bankaların ortak katılımı ile olsun bir bilgi bankası kurabilmek^{ve} bunu çalıştırabilmek için iki noktayı gözönüne almalıdır. Bunlardan ilki tüketici kredilerine yönelik risklerin bir merkezde toplanması ve bankacılık sektörünün hizmetine sunulabilmesi için bir yasal düzenleme getirmektedir. Henüz çok yeni bir uygulama olduğundan ve riskin tehlikeli boyutları oluşmadığından kanun koyucunun ve yetkili mercilerin dikkatini bu

bankaların birbirine bilgi aktarması 83. maddeye aykırı olacaktır(51).

Batı'da tüm ülkelerdeki uygulama bu merkezde cereyan etmektedir. Bu ülkelerdeki kredi ile ilgili bilgiler özeldir ve yasalar ile borçlunun hakları korunmaktadır, ancak borçlunun bu konuda peşin muvafakatını vermesiyle konunun çözümüne imkan sağlamıştır. Örneğin, Mobil benzin istasyonundan benzin alan bir kişinin kredi kartındaki bir ödememe durumunda, Sears perakende mağazalar zincirinde alış-veriş eden bir tüketicinin Sears'a 5 dolarlık borcunu ödemesine ve hatta bir apartmandan kiracı olarak istifade etmek isteyen bir kimsenin kirasını ödememesine ilişkin bilgilerin tümü bu bilgi bankasında mevcuttur. Bazı ülkelerde bu bilgi pasif olarak kullanılmaktadır. Eğer bilgi aktif olarak kullanılmakta ise kişi hakkında istihbarat yapılmak istendiğinde tüm bilgiler bir kağıda dökülmektedir. Pasif metotta ise kişi ancak borcunu ödemediği takdirde kötü bir kredi riski olduğu şeklinde bir bilgi, soru soran kuruma iletilmektedir.

Ayrıca risk santralizasyon merkezi kurulması kadar alacağın takibi, sisteminin de yapılacak düzenlemelerle aynı derecede önem teşkil etmektedir(52).

II. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİSİ UYGULANMASINDA DİKKATE ALINMASI GEREKEN KONULAR VE ÖNLEMLER

Bugün için çok yeni bir uygulama olan tüketici kredileri

(51) KOZANOĞLU, s.56.

(52) Pınar AYAROĞLU, s.50-53.

henüz yasal bir çerçeveye ve gerçek bir kimliğe kavuşmamıştır. Bu nedenle çok hızlı uygulama alanı olsa bile makro düzeyde sonuçlarına ulaşılmamıştır. Gerek yasal boşluklar, gerekse tüketicilerin bilinçsiz uygulamaları sonucunda katlanılması ve önlenilmesi güç koşullar oluşmadan bazı önlemlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Tüketici kredilerinin Türkiye'de uygulanmasında olumsuz sonuçların yanında elde edilecek olumlu gelişmeler ve sonuçlar olumsuz sonuçların yanında daha büyük olacaktır.

Tüketici kredilerinin, kişilerin bugünkü gelirleriyle sağlamaları mümkün olmayan mal ve hizmetleri satın almalarını olanaklı kılarak hayat standartlarını yükseltmeleri bakımından teşvik edilmesi yararlı olacaktır. Ayrıca tüketici kredileri bankalar için yeni bir plasman alanı oluşturmaktadır.

Tüketici kredileri ülkemizde yeni araçlar olduğundan bu konuda bazı yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

a) Tüketici kredisi uygulamasının yasal çerçevesinin saptanması ve mevcut yasal düzenlemedeki yerinin belirlenmesi.

b) Tüketici kredisi uygulamasında tehlikeli olabilecek bir gelişme, tüketicilerin fazla miktarda borçlanıp, borçlarını ödeyemeyecek duruma düşmeleri ve sözleşmenin koşullarını yerine getirememeleridir. Bu riski en aza indirmek için risk santralizasyonunu sağlayacak, doğru bilgi toplayabilecek bir kuruluşun faaliyete geçmesi düşünülmelidir.

Özel bürolar yerine ülkemizde, bankaların belirli fonlarla

katılacağı kompüterize bir risk merkezinin kurulması yerinde olacaktır. Bu merkez kişilerin mali durumlarına ilişkin pozitif ve negatif kayıtlar tutarak bankalara bildirecektir. Böylece bankalar tüketici kredisi için başvuran kişilerin mali durumunu yakından izleyerek tüketici kredilerinin risklilğini azaltmış olacaklardır.

c) Tüketicilerin, tüketici kredisi konusundaki bilgilerinin arttırılması sağlanmalıdır. Öncelikle krediyi sağlayan kuruluş, bu borcun yıllık etkin maliyeti yani faiz ve tüm diğer giderleri de içeren tam ve doğru bilgiyi krediyi kullananana iletmekle yükümlü olmalıdır. Bu maliyet hem miktar hem de yıllık yüzde olarak ifade edilirse tüketicinin karşılaştırma yapma olanağı artmış olacaktır.

Tüketicinin bilgisini artırmanın diğer bir yolu da tüketici eğitiminin sağlanmasıdır.

d) Kredi kartı sözleşmelerinde kart sahibinin gelir düzeyi ve ödeme gücüne göre, bankaca bir harcama limiti belirlenmekte yada belirli malların alımında bir defada yapılması gereken harcama limiti saptanmaktadır. Bankalar Kanunu'nun 46/2 nci maddesi gereğince bankalar 46/2 nci maddesi gereğince bankalar açacakları krediler için müşterilerinden en son hesap durumunu almak zorundadırlar. Hesap durumu aranmayacak kredi işlemlerinin tesbiti Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yetkisinde olup 31.12.1986 tarihli resmi gazete'de yayımlanan 3 sıra no'lu tebliğ ile bu limit 5 milyon TL

olarak belirlenmiştir. T.C.Merkez Bankası 23053 sayılı ve 10.3.89 tarihli bir yazı ile bu limitin o tarihten beri ülkemizdeki enflasyonu dikkate alınarak 12 milyon TL ya çıkarılması için HDTM'na bildirilmiş ve limit kabul edilip arttırılmıştır. 21.2.90 tarihinde resmi gazetede yayımlanan tebliğ ile bu limit 50 milyon TL ya çıkarılmıştır. Uygulamadaki en üst limit bugün 50 milyon olarak belirlenmiştir.

e) Kredi kartlarının zamanında ödenmemesi ve bankaya borçlanma halinde, borçlanılan kısım borçlu cari hesapta izlenmeli ve bunun vadesi 88/12937 sayılı karara açıklama getiren 4 sıra no'lu tebliğ uyarınca 18 ay ile sınırlı tutulmuştur. Tüketici kredilerinin tek düzen hesap planında ayrı bir hesap açılarak izlenmesi konusunda Bankalar Birliği'ne bilgi verilmelidir.

f) Bu kredilerin temerrüt hali 88/12937 sayılı bankalarca Tesisi gereken Karşılıklar Hakkında Karar hükümlerine göre belirlenmektedir.

g) Kredi kartı ile kredi hesabından şubeler ve otomatik vezne makinaları aracılığı ile nakit verilmesi halinde bu tür işlemler için düzenlenen fiş veya diğer belgeler, bankaların yetkileri dahilinde ve usulüne göre düzenledikleri belgeler olmaları nedeniyle İcra İflas Yasası 68. madde(öde-me emrine itirazın kaldırılması) hükümleri doğrultusunda kabul edilmelidirler.

ğ) Yurt dışında döviz üzerinden harcama yapma olanağını veren uluslararası kredi kartlarında, bu kart sahiplerinin bankalarda döviz tevdiat hesaplarının bulunması ve geri ödemelerin döviz olarak yapılması gerekmektedir. Döviz üzerinden açılan kredi kartları hesaplarının borç bakiye vermesi halinde bu işlemlerde bir tür döviz kredisi sayılmalıdır(53).

h) Tüketici kredilerinin ekonomik etkileri nedeniyle, tüketici kredisi gelişmeleri ve boyutu para otoritesi tarafından sürekli izlenmelidir.

Bu mekanizmanın yağı durumunda olan finans kuruluşlarına düşen görev, dışlilerin gıcırdamaması ve sisteme yaygınlık ve süreklilik sağlayabilmek için oluşturulacak kredi paketinin tüketiciye maliyetinin makul ve onun taşıyabileceği bir ağırlıkta olmasıyla mümkündür(54).

(53) ÇELİK-AKKURT, s.5-7.

(54) YAVRUCU, s.16.

S O N U Ç

Batılı Ülkelerde II.Dünya Savaşı sonrasında, tüketim tercihlerinin değişmesi, önceleri lüks sayılan birçok tüketim malının bir ihtiyaç olarak kabul edilmesi, çeşitli mallara birden sahip olma arzusu bireylerin finansman ihtiyacını ortaya çıkardı. Aynı zamanda nüfusun şehirleşmesi ve ücret-maaş diye nitelenebilecek istikrarlı gelirlerinin oranının artması, bankacılık sektörünün de tüketici finansmanına ilgi duymasına neden oldu. Artık tüketici kredileri gelişmiş ülkelerde tüketici finansman sisteminde kullanılan bir araçtır.

Bankaların tüketici kredisi uygulamalarındaki amaç, tüketici kredileri yoluyla fon fazlası pahalı maliyetli kaynağı bir an önce plase etmek, riski dağıtmak, kredi verimini yani kârlılığını artırmak, reklamlar ve hizmetin yaygınlaşması suretiyle müşteri sayısını artırmayı amaçlamışlardır.

Kredi kolaylığı sağlanan mal grubu içerisinde otomobil, buzdolabı, çamaşır, maklaşık, dikiş makinaları, fırın, televizyon, video, halı, mobilya, mefruşat gibi dayanıklı tüketim malları yer alırken, hizmet grubu içerisinde de eğitim, sağlık, dinlence türünde harcamalar sözkonusudur.

Tüketici kredisinden yararlanmak isteyenler için kapsam geniş tutulmuştur. Gerçek kişiler olarak adlandırılan işçi, memur, emekli, serbest meslek sahipleri, öğretim elemanları grubuna giren tüm kişiler tüketici kredisinden yararlanabileceklerdir. Sadece, aynı aileden birden fazla kişiye ve aynı işyerinde çalışanlara toplu kredi verme olanağı bulunmamaktadır.

Tüketici kredileri genelde 3-36 ay vadeli olarak kullanılmaktadır. Azalan bakiyeler dikkate alınarak hesaplanan faiz oranları, Kasım 1989 itibariyle bankalara göre aylık % 5.75-7.5 arasında değişmektedir. Kredi miktarları 2 milyon TL ile 50 milyon TL arasında değişmektedir. Müşkeriler geri ödemeyi taksitler halinde yaptıklarından, kredi miktarının tespit edilmesinde zorunlu giderler çıkarıldıktan sonra kalan net gelirin taksit tutarlarını karşılamaı koşulu aranmaktadır.

Ülkemizde de son yıllarda kullanımı yaygınlaşan tüketici kredileri, sektörünün tüketici finansmanında daha aktif bir rol oynamasını gündeme getirdi. Bankaların tüketici kredisi piyasası yaratmalarından sonra, sundukları kredilerde ve hizmetlerde, rekabetin etkisiyle, çeşitlenmeler ve değişmeler meydana geldi. Önceleri belirli bir malın satın alımı

ile sağlanan kredilerde teminat alımı ve taksit ödemeleri belirli kurallar çerçevesinde yapılırken, tüketici piyasasındaki değişmeler sonucunda, geri ödemelerde kişilerin gelirleri belirleyici faktör olarak ele alındı ve buna göre sınırsız kredi kullanımı yöntemi geliştirildi. Kredi miktarları arttı ve geri ödeme süreleri uzadı.

Bankalar tüketici kredisi vermekle toplumsal bir işlevide yerine getirmektedirler. Hane halkından genellikle mevduat yoluyla elde edilen fonlar, tüketici kredisi şeklinde ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tekrar hane halkına aktarıyor. Ancak sağlıksız uygulanan bir tüketici kredisi politikası, bankaların krediden doğan kayıplarının artmasına, mali güçlerin zayıflamasına ve kredi arzının düşmesine neden olabilir.

Tüketici kredilerinin efektif talebi yukarı çekmek suretiyle toplam arz üzerinde olumlu etkiside belirtilmelidir. Toplam talebi karşılamaya yönelecek bir üretim artışı, yeni yatırımları zorlayarak aynı zamanda istihdam düzeyini de genişletecek bir zincirleme reaksiyonu başlatabilir.

Öbür yandan sağlıksız bir tüketici kredisi uygulamasının ülke ekonomisi üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği görüşleri vardır. Örneğin, üretimi kolaylıkla artırılmayan yani arz esnekliğinin az olduğu sektörlerdeki aşırı talebin ekonomi üzerinde enflasyonist bir baskı yaratacağı, tüketim mallarına olan talebin ithalat artışına neden olacağı, kaynakların ihracata yönlendirilmesine engel olarak ödemeler den-

gesine olumsuz etkiler yapacağı gibi iddialar öne sürülmektedir. Ayrıca tüketici kredilerinin tüketimi daha az istikrarlı sektörlerle kaydırarak ekonomide genel bir istikrarsızlığa neden olacağı görüşünde oldukça yaygındır.

Ancak bilinçli olarak kullanılmayan tüketici kredilerinin kişilerin tüketim ve harcama eğilimlerini olumsuz şekilde etkileme yönünü vurgulamakta yarar vardır. Öncelikle kişisel tasarrufları azaltması ve gelecekte oluşabilecek tasarruf potansiyelini bugünden yok etme kaygısı önem taşımaktadır. Sonuçta bilinçli bir tercih olarak başvurulmayan tüketici kredileri makro düzeyde kişisel borçların harcanabilir gelire oranını ve kişisel borç yükünü artırıcı bir etkiyede yol açabilir.

Bankalar tüketici kredisi kullandırmada çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Ülkemizde bu konuda altyapı eskikliği halâ kendini hissettirmektedir. Bankalar kanununda tacir olmayanlara verilecek kredi miktarlarıyla ilgili getirilmiş olan sınırlamalar, protesto kayıtları dışında talep sahiplerinin kredi değerliliğini saptamada kullanılabilecek bir bilgi bankasının henüz mevcut olmayışı, yasal takip sürecinin uzun ve masraflı olması, sosyal güvenlik kapsamı dışında da oluşu ve kredi riskini sigorta sistemi ile teminat altına alacak hukuki düzenlemelerinde olmayışı bu sorunlar arasında sayılabilir.

Bir ÷lkede tüketicici kredişinin bireyler, firmalar ve ÷lke ekonomisi için fayda ve sakıncalarını iyi ölçerek, faydaların ağır basacağı bir tüketicici finansman sisteminin geliştirilmesi, finans pazarının iyi organize edilmesi ve denetlenmesinin sağlanması ile mümkündür.

Y A R A R L A N I L A N K A Y N A K L A R

- AKKURT Alev : Tüketici Kredileri(2), TCMB Bankacılık Genel Müdürlüğü, Seri No.9, Mart 1989.
- ALPERGİN Pelin : Türkiye Bankalar Birliği Araştırma ve Yayın Grubu, BİREYSEL BANKACILIK Türkiye Bankalar Birliği, Ankara, 1990.
- ALVER İsmet : "Vakfbank'ta Kredi Atağı", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- ARKAN Sabih : "Tüketici Kredisi ve Uygulaması", Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, Ayrı Bası, C.XV, S.1, Haziran 1989.
- AYAROĞLU Pınar : "Tüketici Finansmanı-Riski Tabana Yaymak", Bankacılar I, Türkiye Bankalar Birliği Yayını, ?, Nisan 1990.

- BALLARIN Eduard : COMMERCIAL BANKS AMID; THE FINANCIAL REVOLUTION, Ballinger Publishing Co., ?, 1986.
- Ed. BAUGHIN William ve C.E. Walker : The Banker's Handbook, Dow-Jones - Irwin Inc., ?, 1966.
- BEKİROĞLU Meral : "Ferdi Kredi Uygulamasındaki Yenilikler" Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- ÇELİK Ali Vefa ve Alev AKKURT : Tüketici Kredileri Konusunda Bank of England ve Finance House Association Yetkilileriyle Yapılan Görüşmeler ve Türkiye'deki Uygulamalar Konusunda Öneriler(3), TCMB Bankacılık Genel Müdürlüğü, Seri, No, 10, Nisan 1989.
- ERTUNA ÖZER : "Yakın Bir Gelecekte Tüketici Finansmanı Konusunda Rekabet Daha da Artacaktır", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- İMRE Ahmet N : "Tüketici Kredileri", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- KOZANOĞLU Akın : "Tüketici Kredisinin Gelişmesi Sürüyor", TÜKETİCİ FİNANSMANI, Bankacılar I, (Özel Bölüm), Nisan 1990.

- OĞUZTÜRK Osman : "Tüketici Kredisi", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- ÖZŞAHİN Şener : "Otomobil Kredisi Uygulaması", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- REED, Edward W ve E.A.Gill : Commercial Banking, 4. Baskı, Prentice-Hall International, 1989.
- RENDENBACH R Erich ve M.R.Gurbbs : Developing New Banking Products; A Manager's Guide, Prentice-Hall Inc., 1987.
- SARI Belhi : "Yeni Bir Hizmet Bankamızda Tüketici Kredisi", İş Dergisi, s.275, Eylül 1989.
- SESLİOĞLU Selahattin : "Tüketici Kredileri", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- TÜZÜN Ahmet : "Türkiye'de Tüketici Kredileri Uygulamaları", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- YAVRUCU Ayhan : "Sanayi İşletmeleri Yönünden Tüketici Kredileri", Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989.
- The Economist : "Credits Cards, Cash and Travel Vouchers in Europe", September 1987.

: Milpa-TÖBANK(Milliyet, 19.6.1989),
Hür-Pa-Garanti Bankası (Hürriyet,
3.8.89), Sabah Pazarlama-TÜRK BANK
(Milliyet 15.9.1989).

: Türkiye Bankalar Birliğinin Hazırla-
dığı Seminer Notları, ?,?.