

**TÜKETİCİLERE YÖNELİK FİNANS
ŞİRKETLERİ VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Atila ERDA

Eskişehir-1996

**T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TÜKETİCİLERE YÖNELİK FİNANS ŞİRKETLERİ
VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Atila ERDA

Danışman :

Doç. Dr. Nurhan AYDIN

**ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ**

Eskişehir-1996

DEĞERLENDİRME KURULU ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Nurhan AYDIN

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Doğan BAYAR

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Ünal ŞAKAR.

Tezin kabul edildiği tarih :

ÖZET

Tüketicilerin gelecekteki gelirleri ile bugünden harcama yapabilme olanağını tüketici kredileri sağlamaktadır. Bu yapısı ile tüketici kredileri, toplumların alış-veriş kalıplarını değiştirmiştir.

Bu çalışmada tüketici kredisi veren kurumlardan biri olan finans şirketleri ve bu şirketlerin Türkiye'deki rneği incelendi.

Çalışmanın birinci bölümünde tüketici kredileri ile ilgili genel bilgiler verilmiştir.

İkinci blmde ise çalışmanın konusu olan finans şirketleri ve dünyadaki bazı ülkelerdeki örnekleri incelendi.

Son blmde ise Türkiye'de tüketici kredisi sağlayan tek finans şirketi rneği incelenmiştir.

Türkiye'de çok yeni bir finansal kurum olan bu şirketlerin kısa zamandaki hızlı gelişimi tüketici kredileri alanında bankalara rakip bir kurumsal yapının oluştuğunu göstermektedir.

ABSTRACT

Consumer credits provide the consumers with the possibility of being able to spend money today by means of their future income. In this way, consumer credits have changed the shopping styles of the community.

In this study “Finance Companies” as credit suppliers, and examples of such Turkish institutions have been considered.

In the first part of this study, there is general information about consumer credits.

In the second part, the finance companies that this study is based on an application in various countries have been examined.

In the last part, the unique Turkish example of a financial institution as consumer credit supplier have been examined.

Fast development of this institution in Turkey demonstrate strong rivalry with the banks in the consumer credit sector.

İÇİNDEKİLER

| | |
|--------------------------|------------|
| TABLolar | VI |
| KISALTMALAR | VII |
| GİRİŞ | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM
TÜKETİCİ KREDİLERİ

| | |
|--|-----------|
| 1. TÜKETİCİ KREDİSİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLER | 3 |
| 2. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ | 6 |
| 2.1. Tüketici Kredilerinin Dünyadaki Gelişimi | 6 |
| 2.2. Türkiye’de Tüketici Kredilerinin Gelişimi | 9 |
| 3. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN TÜRLERİ | 12 |
| 3.1. İkili İlişki | 12 |
| 3.2. Üçlü İlişki | 13 |
| 3.2.1. Direkt Finansman | 13 |
| 3.2.2. Dolaylı Finansman Yöntemi | 14 |
| 3.2.2.1. Tam Rücu Hakkı Olan Yöntem | 15 |
| 3.2.2.2. Rücu Hakkı Olmayan Dolaylı Finansman | 16 |
| 3.2.2.3. Geri Alma Yöntemi (Repurchase Plan) | 16 |
| 4. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN SINIFLANDIRILMASI | 16 |
| 4.1. Taksitli Geri Ödemeli Tüketici Kredileri (Installment Loan) | 17 |
| 4.1.1. Teminatsız Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri | 18 |
| 4.1.2. Teminatlı Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri | 18 |
| 4.1.2.1. Dolaysız Teminatlı Taksitle Geri Ödemeli Tüketici | 19 |
| Kredileri | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.2.2. Dolaylı Teminatlı Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri | 19 |
| 4.2. Rotatif (Dönen) Limitli Tüketici Kredileri | 19 |
| 4.2.1. Kredi Kartları | 20 |
| 4.2.2. Çekli Cari Hesap Kredileri | 20 |
| 4.3. Tek Ödemeli Krediler | 20 |
| 5. TÜKETİCİ KREDİLERİNİN FAYDA VE SAKINICALARI . | 21 |
| 5.1. Tüketici Açısından | 21 |
| 5.2. Satıcı ve Üretici Açısından | 22 |
| 5.3. Bankalar Açısından | 23 |
| 5.4. Tüketici Kredilerinin Ekonomik Açından Fayda ve | |
| Sakıncaları | 23 |

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANS ŞİRKETLERİ

| | |
|--|-----------|
| 1. FİNANS ŞİRKETLERİNİN TANIMI | 25 |
| 2. FİNANS ŞİRKETLERİNİN TÜRLERİ | 26 |
| 2.1. Tüketici Finans Şirketleri | 26 |
| 2.2. Satış Finans Şirketleri | 28 |
| 2.2.1. Bağımlı Finans Şirketi | 29 |
| 2.2.3. Bağımsız Finans Şirketleri | 32 |
| 2.3. Ticari Finans Şirketleri | 33 |
| 3. FİNANS ŞİRKETLERİNİN REKABET KOŞULLARI | 34 |
| 4. FİNANS ŞİRKETLERİNİN FON KAYNAKLARI | 35 |
| 5. FİNANS ŞİRKETLERİNİN TARİHİ GELİŞİMİ | 40 |
| 6. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE FİNANS ŞİRKETLERİ | 42 |

| | |
|---|----|
| 6.1. ABD’de Finans Şirketleri | 42 |
| 6.2. Fransa’da Finans Şirketleri | 44 |
| 6.3. Almanya’da Finans Şirketleri | 47 |
| 6.4. İngiltere’de Finans Şirketleri | 48 |
| 6.5. İtalya’da Finans Şirketleri | 48 |
| 6.6. Hollanda’da Finans Şirketleri | 49 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE FİNANS ŞİRKETLERİ

| | |
|--|-----------|
| 1. TÜRKİYE’DE FİNANS ŞİRKETLERİ | 50 |
| 1.1. Yasal Çerçeve | 51 |
| 2. KOÇFİNANS ÖRNEĞİ | 53 |
| 2.1. Kuruluş Amacı | 54 |
| 2.2. Koçfinans’ın Fon Kaynakları | 56 |
| 2.3. Tüketici Kredileri Piyasası ve Koçfinans | 57 |
| 2.4. Neden Koçfinans Tüketici Kredileri Bankalar Göre Daha Düşüktür ? | 62 |
| 2.5. Koçfinans Tüketici Kredi Sistemi Nasıl İşliyor? | 62 |
| SONUÇ | 65 |

TABLolar LİSTESİ

| | | |
|----------|--|----|
| Tablo 1 | : ABD’de finans şirketlerinin fon kaynaklarının dağılımı . . . | 37 |
| Tablo 2 | : ABD’de finans şirketlerinin fonlarının kullanımı | 38 |
| Tablo 3 | : ABD’de yerel finans şirketlerinin finansal verileri | 41 |
| Tablo 4 | : ABD’de kredi hacmi en yüksek 20 şirket | 41 |
| Tablo 5a | : ABD’de tüketici kredileri piyasası | 43 |
| Tablo 5b | : ABD’de tüketici kredileri piyasasının yüzdesel ifadeleri . . | 44 |
| Tablo 6 | : Tüketici kredisi faiz oranları | 57 |
| Tablo 7 | : Yapı ve Kredi Bankası Ferdi Kredi Geri Ödeme Tablosu . . | 58 |
| Tablo 8 | : Koçfinans dayanıklı tüketim ürünleri kredi koşulları | 64 |

KISALTMALAR

| | |
|--------|--------------------------------------|
| ABD | : Amerika Birleşik Devletleri |
| a.g.e. | : Adı geçen eser |
| A.Ş. | : Anonim Şirketi |
| BSMV | : Banka ve Sigorta Muamele Vergisi |
| İKV | : İktisadi Kalkınma Vakfı |
| İTO | : İstanbul Ticaret Odası |
| KDV | : Katma Değer Vergisi |
| KHK | : Kanun Hükmünde Kararname |
| s | : Sayfa |
| TBB | : Türkiye Bankalar Birliği |
| TCMB | : Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası |
| TL | : Türk Lirası |
| vb | : Ve benzeri |
| vd | : Ve diğerleri |

GİRİŞ

Modern toplumlarda tüketim eğilimlerinin yüksek olmasının ardında tüketici kredilerinin rolü yadsınamayacak derecede yüksektir. Fertler ihtiyacı olan mal veya hizmetleri gelecekte almak yerine tüketici kredisi vasıtasıyla bugünden alabilmektedirler.

İlk olarak 19. yüzyılın sonlarında ABD’de uygulama olanağı bulan tüketici kredileri, ilk zamanlar banka dışındaki finans şirketleri tarafından plase edilmiştir.

Türkiye’de ise ilk defa 1988 yılından itibaren bankalar tarafından plase edilmeye başlanan tüketici kredileri, 1995 yılında piyasaya giren tüketicilere yönelik bir finans şirketi tarafından da plase edilmeye başlanmıştır.

Bu çalışmada Türkiye’de çok yeni olarak tüketicilere kredi kullandıran banka dışı bir finansal kurum olan finans şirketlerinin dünyadaki ve Türkiye’deki durumu incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde tüketici kredilerinin tanımı, türleri, sınıflandırılması, fayda ve sakıncaları ve özellikleri üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde tüketici kredisi veren kurumlardan biri olan finans şirketlerinin gelişimi fon kaynakları, rekabet koşulları ve çeşitli ülkelerdeki durumu incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Türkiye'deki finans şirketlerinin yasal durumu ve ilk örneği olan Koçfinans incelenmeye çalışılmıştır.

Atila ERDA

İstanbul, 1996

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİCİ KREDİLERİ

1. Tüketici Kredisinin Tanımı ve Özellikleri

İhtiyaçları sınırsız, bu ihtiyaçları giderecek kaynakları sınırlı olan birey, bugün, olanaklarının üzerinde tatmine ulaşabilmek için yarının gelirini bugünden kullanma yollarını aramaktadır. Kuşkusuz, bu arayış kişinin yarınki gelirinin yarının harcaması üzerinde olacağı ve bu tüketim fazlası ile bugünkü mal ve hizmet alışlarını finanse edebileceği varsayımından hareket etmektedir⁽¹⁾. Bu varsayım, tüketici kredilerini ortaya çıkarmaktadır. Tüketici kredileri ile ilgili olarak bir tanım vermek gerekirse şöyle ifade edilebilir.

Tüketici kredisi, ticari amaçlar dışında mal ve hizmet alımı için doğrudan doğruya tüketiciye tanınan bir kredi olanağı olarak tanımlanmaktadır⁽²⁾. Başka bir deyişle, fertlerin şahsi veya ailevi ihtiyaçlarını karşılamak üzere bir finans kuruluşundan talep ettikleri bir kredidir.

¹ Cevat Sarıkamış, Taksitli Satışlar Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri (İTO Semineri), 1988 s.31.

² Ahmet N. İmre, Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.14.

ABD’de tüketici kredilerinin bir çok yasal tanımı vardır. Örneğin, Kredi Vermede Doğruluk Yasası (Truth in Lending Act) aşağıdaki tanımları kapsamaktadır⁽³⁾:

Bu yasaya göre;

* “ Bir kredi sözleşmesinde birincil ya da ikincil sorumluluğa sahip olan bir kişi tüketicidir”

* “ Bir tüketici kredisi işlemindeki şahıs iş veya ticari amaçlar dışında bireysel , ailevi , eviyle ilgili ya da tarımsal kullanım için krediye başvuran kişidir.”

ABD’de tüketici kredileriyle ilgili birçok yasal tanım olmakla birlikte genel kabul görmüş yasal bir tanım yoktur⁽⁴⁾.

Yukarıda ikinci paragrafta verilmiş olan tanım ; ABD’de de pratik olarak genel kabul görmüş bir tanım olup; bu tanım kapsamına bir ev satın almak için kullanılan ipotek kredileri dahil değildir⁽⁵⁾. Türkiye’de ise bankalar tüketicilere ev alımları için, tüketici kredisi kapsamında, konut kredisi kullanılmaktadır. Diğer bir deyişle, Türkiye’de bankalar konut kredilerini, tüketici kredisi olarak kabul etmektedirler.

Tüketici kredilerinin tanımı için üzerinde durulması gerekli en önemli ve doğru kriter , borçlanılan tutarın kademeli olarak ödenmesi olduğudur⁽⁶⁾.

Amerika’da “Installment Credit” (Taksit Kredileri) terimi ile de ifade

³ Paul Beares, Consumer Lending, American Bankers Association, 1987, s.3.

⁴ Beares, a.g.e., s.3.

⁵ a.g.e., s.3.

⁶ Tüketici Kredileri, İKV Yayınları, Ağustos 1974, s.2.

edilen tüketici kredilerinin, bu özelliği; diğer kredilerde olduğu gibi; alınan kredinin belli bir süre sonra ana para ve faizi ile birlikte geri ödenmesi değil; her ay, aylık taksitler halinde, taksit taksit geri ödenmesi şeklinde olmasındandır.

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 nihai amaç ticaret veya üretim hacmini artırarak nihai karın azamileştirilmesine katkı sağlamak şeklinde ortaya çıkarken, tüketici kredilerinde temel itici güç, tüketicilerin arzularını derhal tatmin etme ve üreticilerin yüksek kar sağlama istekleridir⁽⁷⁾.

Gerçekte krediyi, tüketici kredisi yada işletme kredisi gibi kesin olarak ayırmak zordur. Örneğin, kişinin kendi yada ailesinin kullanımı için tüketici kredisine başvurarak aldığı otomobili ticari amaçlarla kullanmasında olduğu gibi. Bu tür durumlarda kredinin tüketici kredisi mi, işletme kredisi mi olduğunu belirlemek zordur. Böyle durumlarda temel amaca bakarak karar vermek doğru olacaktır⁽⁸⁾.

Uygulamada ferdi kredi, bireysel kredi, tüketici kredisi gibi genel terimlerle ifade edildiği gibi, kredinin kullanım amacına yönelik olarak otomobil, kredisi, ikinci el otomobil kredisi, beyaz eşya kredisi, tatil kredisi v.b terimlerle de ifade edilmektedir.

Tüketici kredilerinde vade, kısa, orta ve uzun vade şeklinde olabilmektedir. Kısa vade bir aydan bir yıla kadar, orta vade bir yıldan beş yıla kadar ve uzun vade beş yıldan daha uzun süreleri ifade etmektedir.

⁷ İmre, a.g.e, ,s.14.

⁸ Nurhan Aydın, Tüketici Kredileri, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:484 Eskişehir: 1991, s.7.

Tüketici kredilerinde vade içinde bulunulan ekonomik koşullara göre ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, istikrarlı bir ekonomik yapıya sahip bir ülkede; geleceğin belirsizliği, istikrarsız bir ekonomik yapıya sahip diğer bir ülkeye göre daha belirli olduğundan tüm vadelerde özellikle de orta ve uzun vadelerde tüketici kredisi temin etmek, istikrarsız ülkeye göre çok daha kolaydır.

2. Tüketici Kredilerinin Tarihsel Gelişimi

2.1. Tüketici Kredilerinin Dünyadaki Gelişimi

Tüketici kredilerinin ilk ortaya çıkışı ABD’de otomotiv endüstrisinin genişlediği döneme rastlamış ve taksitli alımlar şeklinde olmuştur⁽⁹⁾. Biçimsel anlamda düzenlenmiş tüketici kredileri piyasası 20. yüzyılın başında ortaya çıkmaya başladı⁽¹⁰⁾. Bu tarihe kadar ABD’de tüketici kredisi veren kişi ve kurumların faaliyetlerini düzenleme ve denetleme, Federal Devlet veya Eyalet otoritesi tarafından görev kabul edilmemişti. 19. yüzyılda tüketici kredisinden faydalanmak isteyen bireyler çok yüksek faiz uygulayan tefecilere başvurmak zorunda idiler⁽¹¹⁾.

ABD’de taksitli satışların varlık nedenini modern üretim mekanizmasının gereklerinde aramak lazımdır. Zira, taksitli satışlar, bir refah ekonomisinin dayanması gereken temellerden biri olarak kabul edilmektedir⁽¹²⁾. Henry Ford’un, T Modelini seri üretime başlatması, kredi endüstrisine gelecek bir kaç on yıldaki gelişimi için en büyük fırsatı sağladı. Böylece, otomobil kredileri,

⁹ Alev Akkurt, Tüketici Kredileri, TCMB Yayınları Seri No:9, 1989, s.1.

¹⁰ Beares, a.g.e.,s.9.

¹¹ Sarıkamış, a.g.e.,s.33.

¹² İKV Yayınları, a.g.e.,s.9.

tüketici kredileri sektörünün önemli ve gelişen bir parçası oldu⁽¹³⁾.

1907'de New York'da kurulan Russell Sage Vakfı, kar amacı taşımayan yardımsever bir organizasyon olarak, tüketici kredilerinin yüksek maliyeti üzerine yoğunlaştı. Bu amaçla, tüketici kredileri üzerine hukuki düzenlemelerin yapılması için ülke çapında bir kampanya başlattı. Bu kampanya ile vakıf, tüketici kredisi veren kreditorleri yasal bir çerçeveye yerleştirerek göreceli olarak yüksek maliyetli kredi vermelerine devlet tarafından izin verilmiş bir yapıyı oluşturmayı amaçladı⁽¹⁴⁾. 1909 yılında Manchester Eyaleti New Hampshire'da ilk Amerikan Kredi Birliği kuruldu. Ertesi yıl Arthur J. Morris isimli Virjinya, Norfolk'dan bir avukatın kurduğu ilk endüstri bankası^(*) ilk tüketici kredisi uygulamasına resmi olarak başladı. 1911 yılında ise ABD'de ilk defa tüketiciyi korumak amacıyla Massachusetts Eyalet Meclisi küçük kredileri düzenleyen yasaları yürürlüğe koydu. 1915 yılından başlamak üzere de 1905 yılından sonra finans piyasasında görülmeye başlayan satış finansmanı şirketleri (Sales Finance Companies) tüketici kredisi alanında önemli rol almaya başladılar⁽¹⁵⁾.

ABD'de ticaret bankalarının tüketici kredilerinin potansiyel bir pazar olduğunu fark etmeleri 1925'ten sonraya rastlar. Bu tarihten itibaren ticaret bankaları, dikkatlerini kişisel borç departmanlarının örgütlendirilmesine yönelttiler⁽¹⁶⁾.

Tüketici kredileri piyasası 1929-1930 büyük buhran yıllarında ve İkinci

(*) Endüstri Bankaları ifade ettiği anlam itibari ile endüstriye kaynak aktaran banka olarak düşünülürse de aslında, bu bankalar, ABD'de endüstri işçilerine kişisel kredi sağlamak için kurulduklarından bu isimle tanınmaktadırlar.

¹³ Beares, a.g.e., s.12.

¹⁴ Mona J. Gardner ve Dixie L. Mills, Managing Financial Institutions, The Dryden Press, 1988, s.620.

¹⁵ Raymond P. Kent, Money and Banking, Fourth Edition, New York:1961, s.686.

¹⁶ Kent, a.g.e., s.686.

Dünya Savaşını kapsayan yıllar dışında devamlı gelişme göstermiştir⁽¹⁷⁾.

İkinci Dünya Savaşı öncesi ABD Merkez Bankasının tahminine göre 1,3 milyar dolar olan tüketici kredisi piyasası, savaş sonrasındaki dönemde, bebek sayısındaki hızlı artış, piyasanın tanınması ve aile sayısındaki genişleme gibi nedenlerle tüketici mallarına olan talebi ve dolayısıyla tüketici kredilerine olan talebi arttırmıştır. 1949 yılına gelindiğinde piyasadaki % 939'luk bir genişleme ile tüketici kredileri hacmi 12,2 milyar dolara ulaştığı görülmüştür. Bu dönemde ticaret bankaları tüketici kredilerinde en büyük paya sahip olmuşlardır⁽¹⁸⁾.

1950'li yıllarda ABD ekonomisinin genelde güçlü olması bu on yıldaki tüketici kredileraki hacmi 41,1 milyar dolara yükselmiştir. Yine bu dönemde ticaret bankalarının etkinliği artarak devam etmiş vepiyasadakipaylarını %43'e ulaşmıştır⁽¹⁹⁾:

1960 ve 1970'li yıllarda tüketici kredisinin hızla yaygınlaşması üzerine artan talebin yarattığı problemlere çözüm bulmak üzere ABD'de tüketici kredileriyle ilgili yasalar çıkartılmıştır.Bu yasalardan bazılarını saymak gerekirse⁽²⁰⁾.

Tüketici kredisi alanındaki açıklayıcı yasalardan en önemlisi olan Kredi Vermede Doğruluk Yasası (Truth in Lending Act), Tüketici Leasing Yasası (Consumer Leasing Act), Eşit Kredi Fırsatları Yasası (Equal Credit Opportunity Act) Adil Kredi Raporlama Yasası (Fair Credit Reporting Act) Adil Borç Toplama Uygulamaları Yasası (Fair Dept Collection Practices Act) isimli yasalar

¹⁷ İKV Yayınları,a.g.e., s.8.

¹⁸ Beares, a.g.e., s.12.

¹⁹ a.g.e., s.12.

²⁰ Akkurt, a.g.e., s.19-23.

sayılabilir.

Tüketici kredilerinin sağlamlığı ve faydalanabilir potansiyel karların olması, diğer finansal kurumları pazardaki etkinliklerini arttırmaları konusunda cesaretlendirdi. Böylece kredi birlikleri (Credit Unions) yayılmaya ve hızlı bir şekilde genişlemeye başlarken, aracı kurumların en büyüklerinden biri olan Merrill Lynch da tüketici kredileri piyasasında daha fazla aktif olmaya başladı⁽²¹⁾.

1980 ile 1986 yıllarında ise ticaret bankaları ile satış finansman şirketleri arasındaki rekabet neticesinde, otomobil kredilerinde ticaret bankalarının payı % 53 den % 42'ye gerilemiştir⁽²²⁾.

Avrupa'da da tüketici kredilerinin tarihi gelişimi ABD uygulamasına benzer yöndedir. Avrupa Birliği kapsamındaki Avrupa Devletleri tüketici kredilerine yönelik olarak tüketici kredileri ile kanunları tek bir çatı altında uyumlaştırma çabalarındalardır. Avrupa Topluluğu Konseyi'nin 22 Aralık 1986 tarihli yönergesi, üye ülkeler arasında tüketici kredilerine dair mevzuatın ve düzenlemelerin uyumlaştırılması amaçlanmıştır⁽²³⁾.

2.2. Türkiye'de Tüketici Kredilerinin Tarihi Gelişimi

Türkiye'de tüketici kredilerinin tarihi gelişimi incelendiğinde, ülkenin ekonomik gelişmişlik durumu ile ilgili olarak batı ülkelerinden farklı bir seyir izlediği görülmektedir.

²¹ Beares, a.g.e., s.14.

²² Timothy W. Koch, Bank Management, The Dryden Press; 1988, s. 497.

²³ Uwe Blaurock, Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar (Seminer Kitabı) İTO Yayını, 1990,s.4.

1950'lerde çıkarılan 5590 sayılı Odalar Kanununda "Kredi Kurumları" kurma yetkisi vardır. Hiçbir zaman amacı doğrultusunda kullanılmayan bu yetki ile kastedilen "Taksitli Satışlar Finansman Ortaklığı"dır. Daha sonra Devlet Planlama Teşkilatının hazırladığı 1969 yılı programında "Taksitli Satışlar Finansman Ortaklığı" konusunda şu satırlar yer almıştır⁽²⁴⁾:

"Banka kredilerinin oldukça büyük bir hacme ulaşmakta olan taksitli satışların finansmanına akışını önlemek amacıyla özellikle imalatçıların taksitli satışlardan doğan kredi ihtiyaçlarının vadeye ve işin türüne göre ekonomik ölçüde bir faiz ile finansmanına imkan verecek (Büyük Taksitli Satış Finansman Ortaklıkları) kurumların kurulması ile ilgili çalışmalara başlanılacaktır. Bu kuruluşlar taksitli satışların finansmanı dışında hiç bir şekilde diğer bankacılık işlemlerine girişmeyeceklerdir".

1970 yılında ise bu görev ülkenin genel kredi politikasını yönlendirmekten sorumlu T.C. Merkez Bankasına verilmiştir. Fakat bu görev yerine getirilememiş ve 1986 yılına kadar beklemek gerekmiştir. Bazı basın kuruluşlarının pazarlama şirketleri vasıtasıyla renkli televizyonlar için başlattıkları ön ödemeli taksit kampanyaları giderek yaygınlık kazanmaya başlayınca yasal boşluğu, Merkez Bankası tarafından çıkartılan ve 23 Ocak 1986 tarihli 18997 nolu Resmi Gazetede yayınlanan tebliğ ile doldurulmuştur⁽²⁵⁾.

1988 yılı Eylül ayında mevduat faiz oranlarının serbest bırakılması, bankalarda büyük fonların oluşmasına neden olmuş ve bu fonlar kısa sürede plase edilememiştir. Yüksek faiz politikası, kredibilitesi yüksek firmaları kendi öz kaynaklarına yöneltmiş ve kredi taleplerini azaltmıştır. Kredi talepleri daha çok,

²⁴ Cengiz Solakoğlu, Taksit Satışları Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri ,İTO Seminer:1988,s..9

²⁵ a.g.e., s.3

küçük firmalardan gelmiş, dolayısıyla kredi riskinde artmalara neden olmuştur⁽²⁶⁾.

Öte yandan, döviz kurlarındaki artışın enflasyon oranının altında gerçekleşmesi ve dış kaynaklı döviz kredisi bulabilme imkanının doğması da Türk Lirasına olan kredi talebinin azalmasında etkili olmuştur⁽²⁷⁾.

Mevduat ve dış kredi olanaklarının artması özellikle çok şubeli bankalarda fon fazlası yaratmıştır. Krediyeye dönüştürülmeyen fazla fon, diğer etkenlerin de katkısıyla bankaların yeni bir plasman alanı bulması zorunluluğunu gündeme getirmiştir. İşte tüketici kredileri böylesi bir ortamda uygulamaya konulmuştur⁽²⁸⁾.

1988 yılının son çeyreğinde ilk olarak bir özel bankanın başlattığı (Yapı ve Kredi Bankası) tüketici kredisi uygulaması, bugün özel ve kamu bankalarının yanında yeni olarak görülmeye başlayan tüketici finans şirketleri tarafından da (Koçfinans) kullanılmaya başlanmıştır.

Türkiye’de yeni bir plasman tekniği olmasına rağmen kamuoyu tarafından benimsenen tüketici kredileri, 1994 yılında yaşanan ekonomik krize kadar devamlı gelişme göstermiştir. 1994’te yaşanan ekonomik kriz, devalüasyonların yapılmasını gündeme getirmiş, bu da döviz cinsinden tüketici kredisi kullanan bireylerin, tüketici kredileri konusunda yasal boşlukların bulunması dolayısıyla, mağdur olmalarına yol açmıştır.

23.02.1995 tarihinde kabul edilip, 08.03.1995 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanarak, 08.09.1995 tarihinde yürürlüğe giren, 4077 sayılı Tüketicinin

²⁶ Osman Oğuztürk, Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.13.

²⁷ Arzu İmren, Tüketici Kredileri, İstanbul, s.70

²⁸ a.g.e., s.70

Korunması Hakkındaki Kanun, tüketici kredilerinin kullanımıyla ilgili olarak düzenlemeleri kapsamaktadır. Bu kanun ile tüketici kredilerinin yasal çerçevesi çizilmiş olup tüketici kredilerinde yaşanan yasal boşluğu giderici düzenlemeleri de kapsamaktadır.

Kanun özellikle tüketici kredileri konusunda bankaların müşterileri ile yapacakları sözleşmelerde yer alması gereken koşulları kanunun emredici kurallarına uygun olarak düzenlenmesi zorunluluğu getirmektedir⁽²⁹⁾.

1994 krizinden sonra tüketici kredilerine olan talebin azalması, günümüzde yeniden artma eğilimine bırakmıştır. Bunda kısmen de olsa ekonomik istikrarsızlığın aşılması neticesinde bankaların tüketici kredilerine musluklarını açması yol açmıştır. Örneğin, Yapı ve Kredi Bankası'nda ferdi kredi uygulaması 250 milyon TL den 400 milyon TL ye çıkmış, vade ise 6 aydan 12 aya uzatılmıştır.

3. Tüketici Kredilerinin Türleri

Tüketici kredisi işlemleri, “Satıcı” ile “Tüketici” arasında kurulacak ikili bir ilişki çerçevesinde gerçekleştirilebileceği gibi: bir “finans kuruluşu”, “tüketici” ve “satıcı” (üretici) arasında oluşturulacak üçlü bir ilişki çerçevesinde ortaya çıkabilir⁽³⁰⁾.

3.1. İkili İlişki

İkili ilişkide, “satıcı veya üretici”, kredili satış yapmak suretiyle, tüketici-

²⁹ Gürkan Akçaer, Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi, Eylül 1995, s.69.

³⁰ Ergun Özsunay, Türkiye’de Tüketici Kredileri Hukuki Çerçeve ve Uygulama Üzerine Bazı Düşünceler (İTO Panel), 1990, s.4.

cinin mal ya da hizmet edinmesini finanse eder. Bu modelde, tüketici, borcu karşılığında, satıcıya borç senedi veya senetleri verir, tüketici genel olarak düzenli zaman aralıklarıyla düzenlenmiş olan bu senetleri de, vadeleri geldikçe ödemek suretiyle, bugünkü sınırlı kaynaklarıyla, olanaklarının üzerinde mal veya hizmet ediminden yararlanmış olur.

3.2. Üçlü İlişki

Üçlü ilişkide tüketici kredisi direkt ve dolaylı olmak üzere ikiye ayrılır.

3.2.1. Direkt Finansman

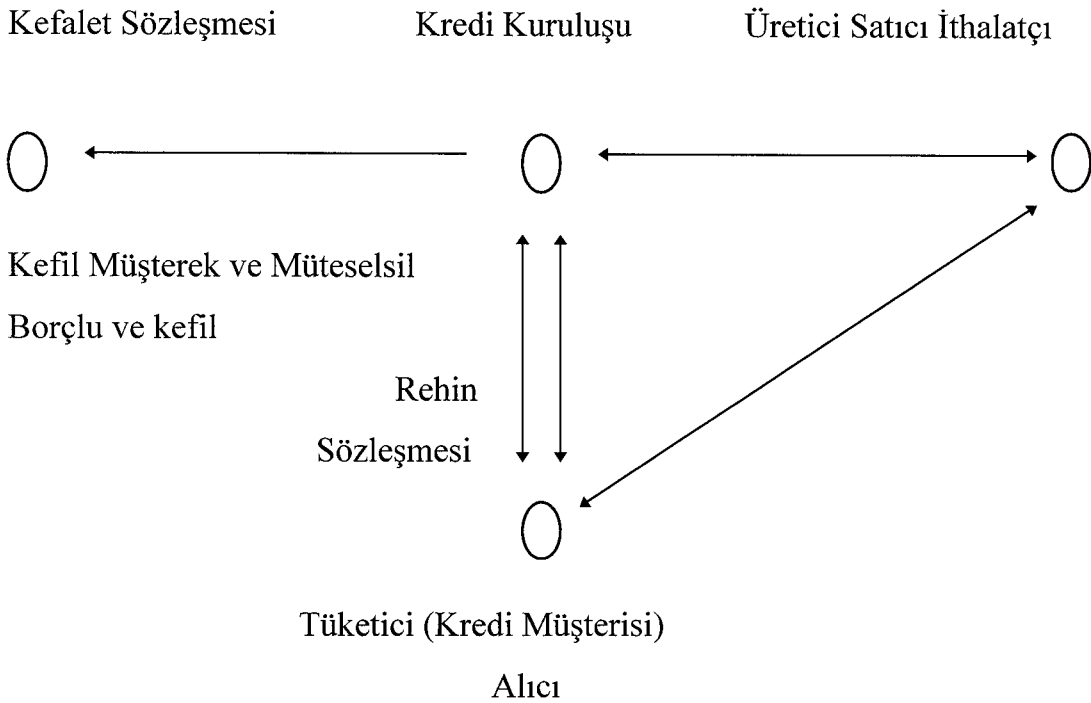
Tüketici kredisi işlemlerinin daha yaygın görünümünde ise, bir kredi kuruluşu, tüketiciye kredi açmak (borç vermek) suretiyle onun peşin para ile mal edinmesini yada hizmetlerden yararlanması olanağını sağlar. “Tüketici Kredisi Sözleşmesi”, “Kredi kuruluşu” ile tüketici arasında yapılır. Tüketici Kredisi, tüketiciye bir tedarik kredisinin verilmesi şeklinde olabileceği gibi; serbest kredinin sağlanması şeklinde de olabilir. Tedarik kredisinde, tüketici aldığı krediyi belirli bir malın edinilmesi yada belirli bir hizmetten yararlanmak amacıyla kullanmakla yükümlüdür. Serbest ödünçte ise, tüketici (ödünç alan) aldığı ödünçü dilediği şekilde kullanabilir⁽³¹⁾.

Üçlü kredi işlemlerinde tüketiciye verilen kredinin güvence (teminat) altına alınması amacıyla tüketici tarafından yada tüketici yararına verilecek güvencelere ilişkin işlemlerde “kredi kuruluşu ile güvence veren” (rehin borçlusu, ipotek veren, kefil, müşterek ve müteselsil borçlu ve kefil v.b) arasında yapılır. Aşağıdaki şemada, “üçlü tüketici kredisi modeli”ndeki ilişkiler gösteril-

³¹ Özsunay, a.g.e.,s.4.

miştir.⁽³²⁾

Şekil. 1



3.2.2. Dolaylı Finansman Yöntemi

Üçlü Tüketici kredisi modelinin dolaylı finansman şeklinde ise, finans kurumları tüketicilere mal veya hizmet sağlayan perakendecilerden müşterilerinin borç senetlerini satın alabilirler. Ticari bankalar araba satıcılarının, mobilya satan mağazaların ve belli bir ölçüye kadar, buzdolabı, çamaşır makinası, ısıtıcı, kurutucu, televizyon vb. satan perakendecilerin elindeki bütün kağıtları alırlar. Buna dolaylı finansman (indirect finance) veya satın alınmış krediler (Purchased

³² a.g.e.,s.4.

(Loans) denilmektedir. Dolaylı finansman, zaman zaman taksitli satış finansmanı diye de adlandırılmaktadır⁽³³⁾.

Dolaylı finansman yolunun son yıllarda tercih edilir olmasının bazı nedenleri vardır.

Öncelikle tüketiciler açısından satıcı firmaların yaptıkları pazarlama taktikleri insanları en kısa zamanda sözü edilen dayanıklı tüketim malını almaya, ödeme koşullarını ise daha sonra araştırmaya yöneltmektedir. Ayrıca satıcı firma açısından, finansal bakımdan bu firmaları zorlayan yük bankalar tarafından hafifletilmektedir. Zira finans kuruluşları firmalar için bir kredi kaynağı olmaktadır⁽³⁴⁾.

Dolaylı finansmanın bankalar için avantajı ise, doğrudan tüketici kredisi vermektense, risklerini hafifleterek, satıcıların ciro edilmiş senetlerini almalarıdır⁽³⁵⁾. Dolaylı finansman çeşitli şekillerde olabilir.

3.2.2.1. Tam Rücu Hakkı Olan Yöntem

Tam Rücu Hakkı Olan Yöntem'e (Full Recourse Plan) göre satıcı, alacaklarını sattığı bankaya şartsız bir garanti verir. Eğer müşteri bankaya geri ödeme yapmaz ise, satıcı bankaya ödemeyi yapmak zorundadır. Bu durumda, banka açısından daha az risk söz konusudur ve satıcı kredili satışlarında müşteri seçimine daha çok dikkat eder, hesaplarını titizlikle tutar ve takip eder. Bankalar için çok cazip olan bu yöntem ile risk azaldığı için banka satıcıya daha az faiz

³³ Pelin Alpergin, Bireysel Bankacılık, TBB Yayını , No:770,Ankara,1990. s.7.

³⁴ a.g.e.,s.8.

³⁵ a.g.e.,s.8.

oranı uygular⁽³⁶⁾.

3.2.2.2. Rücu Hakkı Olmayan Dolaylı Finansman

Rücu hakkı olmayan dolaylı finansman (Non Recourse Plan) Satıcı firma müşteri senetlerini ciro etmeksizin bankaya verdiği için, müşterinin senet bedelini ödememesi durumunda bankaya karşı hiçbir yükümlülük altında değildir. Dolayısıyla, bu durumda riski üstlenen taraf olmaktadır, ve senet alırken hem daha seçici davranır. Hem de daha yüksek bir faiz oranı tahakkuk ettirir⁽³⁷⁾.

3.2.2.3. Geri Alma Yöntemi (Repurchase Plan)

Geri alma yöntemine (Repurchase Plan) göre müşteri, ödemesini 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 yönleme 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⁽³⁸⁾.

4. Tüketici Kredilerinin Ödeme Biçimine Göre Sınıflandırılması

Uygulamada muhtelif türlerde tüketici kredilerine rastlanmasına rağmen,

³⁶ a.g.e.,s.8.

³⁷ İmren, a.g.e., s.20.

³⁸ Alpergin, a.g.e., 8-9.

bu kredilerin ortak ayırt edici özelliği; tüketiciye belli bir malın satın alınması için sağlanan kredinin ana para ve faiz geri ödemelerinin kredi vadesi boyunca “sabit” zaman dilimleri içinde gerçekleşmesidir⁽³⁹⁾.

Tüketici kredileri üçe ayrılır. Taksitli geri ödemeli tüketici kredileri, tek ödemeli tüketici kredileri ve rotatif limitli tüketici kredileri. Bunların içinde en büyük payı taksitle geri ödemeli tüketici kredileri almaktadır. Tek ödemeli tüketici kredilerinin toplam tüketici kredisi portföyü içindeki payı önemli değildir.

Bu tür krediler daha çok bankaların ticari kredi departmanında işlem görürler. Kredi kartları ve çekli cari hesaplardan oluşan rotatif limitli tüketici kredilerinin payı giderek artmaktadır⁽⁴⁰⁾.

4.1. Taksitli Geri Ödemeli Tüketici Kredileri (Installment Loans)

Taksitle geri ödemeli kredilerin temel özelliği, sağlanan kredinin anapara ve faiz ödemelerinin, kredinin vadesi boyunca sabit zaman dilimleri içinde gerçekleştirilmesidir. Tüketicinin aldığı ödünç para vade sonuna kadar sabit taksitlerle anapara ve faizle birlikte geri ödenmektedir.

Taksitle geri ödemeli krediler teminatlı ve teminatsız olmak üzere ikiye ayrılır.

³⁹ İmre, a.g.e., s.14-15.

⁴⁰ Dışbank Yayınları s.2. (Arzu İmren, a.g.e. içinde s.23.)

4.1.1. Teminatsız Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri

Teminatsız taksitle geri ödemeli krediler, genellikle küçük tutarlarda ve kısa vadeli olarak verilmektedir⁽⁴¹⁾. Bu nedenle bu tip krediler, daha çok tüketicilerin küçük tutarlı ve kısa vadeli finansman gereksinimlerini karşılamak için kullanılmaktadır⁽⁴²⁾.

Teminatsız ve taksitle geri ödemeli tüketici kredilerinde, kredinin geri ödenmemesi halinde kredi kuruluşu yani bankanın borçlunun sahip olduğu aktifler üzerinde hiçbir alacak hakkı mevcut değildir.

Amerika Birleşik Devletleri ile diğer sanayileşmiş ülkelerde teminatsız taksitle geri ödemeli kredilerin toplam tüketici kredileri içindeki payı giderek azalmaktadır.

4.1.2. Teminatlı Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri

Teminatlı tüketici kredilerinde, banka kredilerinin geri ödenmemesi riskine karşı satın alınan mal veya borçlunun mal varlığı üzerinde teminat tesis etmektedir⁽⁴³⁾. Bu tür kredilere daha çok otomobil alımlarında rastlanmakta ise de, özel uçak, deniz motoru veya dayanıklı tüketim mallarının alımında da tercih edilmektedir. Teminatlı taksitle geri ödemeli krediler dolaylı ve dolaysız olarak ikiye ayrılmaktadır.

⁴¹ İmren, a.g.e., s.24.

⁴² İmre, a.g.e., s.13.

⁴³ Dışbank Eğitim Yayınları, s.2 (Arzu İmren a.g.e. içinde s.23).

4.1.2.1. Dolaysız Teminatlı Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri

Banka (finans kuruluşu), tüketicinin malı satın alabilmek için gereksinim duyduğu para miktarını tüketicinin eline verir ya da bazı durumlarda banka, söz konusu malın alımı için gerekli olan meblağı içeren ve alacaklı firma adına bloke edilmiş bir çek vermek suretiyle tüketicie ödemedede bulunur⁽⁴⁴⁾.

4.1.2.2. Dolaylı Teminatlı Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri

Ticari bankalar araba satıcılarının mobilya satan mağazaların ve belli bir ölçüye kadar buzdolabı, çamaşır makinası, ısıtıcı, kurutucu ve televizyon vb. satan perakendecilerin elindeki bu tür kağıtları satın alırlar. Buna dolaylı finansman (Indirect financing) veya satın alınmış krediler (Purchased Loans) denilmektedir. Dolaylı finansman, zaman zaman taksitli satış finansmanı diye de adlandırılmaktadır⁽⁴⁵⁾.

4.2. Rotatif (Dönen) Limitli Tüketici Kredileri

Perakendecilerin tüketicileri finanse etmede ilk uyarladıkları yöntem dönen kredilerdir. Dönen krediler taksitli kredilerle açık krediler arasında bir özellik göstermektedir⁽⁴⁶⁾. Rotatif limitli krediler kredi kartları ve çekli cari hesap diye ikiye ayrılır.

⁴⁴ İmre, a.g.e., s.24.

⁴⁵ Alpergin, a.g.e., s.7.

⁴⁶ Aydın, a.g.e., s.15.

4.2.1.Kredi Kartları

Kredi kartları, maliyeti düşük olduğu için tüketici kredi uygulamasının en yaygın kullanılan şeklidir. Bankalar kredi kartlarını 1960'lardan itibaren kullanmaya başlamışlardır. En yaygın olarak kullanılan kredi kartları Master Card ve VISA'dır⁽⁴⁷⁾.Türkiye'de 1995 sonu itibariyle toplam 2.216.010 adet kredi kartı vardır.

4.2.2. Çekli Cari Hesap Kredileri

Çekli cari hesap kredileri, banka ile müşterisi arasında yapılan anlaşmaya bağlı olarak müşterinin alacaklı hesabına çek çekerek borçlu duruma geçmesine olanak sağlayan bir kredi çeşididir⁽⁴⁸⁾. Örneğin; Türkiye'de Yapı ve Kredi Bankasının iyi müşterilerine uyguladığı süper çek ve süper kart uygulaması bu kredilere örnek olarak gösterilebilir.

4.3. Tek Ödemeli Krediler

Bu tür krediler bankaların müşterileri için kısa vadede ve yüksek meblağlarla açtıkları kredilerdir. Tek ödemeli krediler genellikle ticari alanda kullanıldığından ticari krediler bölümlerinde işlem görürler. Ticari kredilerden sağlayacak fon kaynağının bulunmasıdır⁽⁴⁹⁾.

⁴⁷ İmren,a.g.e.,s.26

⁴⁸ T.İş Bankası Yayını, (Arzu İmren,a.g.e. içinde,s.27).

⁴⁹ İmren,a.g.e.,s.27.

5. Tüketici Kredilerinin Fayda ve Sakıncaları

5.1. Tüketici Açısından

Tüketici kredisinin tüketiciye sağladığı en önemli fayda, tüketicinin kredisinden yararlanmadan satın alamayacağı veya satın almak için beklemek zorunda kalacağı mal veya hizmete hemen sahip olmasını sağlamaktır. Özellikle, gelecekte aynı mal veya hizmet arzının çeşitli neden veya nedenlerle ortadan kalkması ve/veya mal ve hizmetin fiyatının büyük artışlar göstermesi ihtimalleri tüketici kredisinin önemini artırıcı etkenlerdir⁽⁵⁰⁾.

Tüketiciler krediye; içinde bulunulan ekonomiye ve zamana bağlı olarak, farkı önem vermekte ve farklı nedenlerle başvurumaktadırlar. Bu farklılıklar ise⁽⁵¹⁾:

- Yaşam standartlarını yükseltme
- Sağlanma kolaylığı
- Olağanüstü durumlar.

Kişiler yapıları gereği yaşam standartlarını yükseltmek isterler. Bu amacı gerçekleştirmenin bir yoluda daha fazla mal ve hizmete sahip olmaktır.

Krediyi sağlama kolaylığı tüketici kredilerinin bu kadar yaygın bir şekilde kullanılmasında önemli bir faktör olmaktadır.

Tüketicilerin kredi kullanmalarının diğer önemli bir nedeni, hastalık,

⁵⁰ Sarıkamış, a.g.e., s.32.

⁵¹ Peter S. Rose, Money and Capital Markets, (Nurhan Aydın, a.g.e., içinde, s.9-10).

doğum, ölüm ve benzeri olaylardaki acil finansman ihtiyacıdır. Bu gibi durumlarda yeterli ihtiyacı olmayan tüketiciler krediye başvuracaklardır.

Tüketici kredisinin birey için sakıncalar yarattığını da belirtmek gerekir. Bir kere, kredinin sağladığı satın alma kolaylığı, kişinin satın alma arzusunu arttırarak, gücünün üzerinde borçlanmaya girme ihtimalini gündeme getirir. Keza satın alma önceliklerine göre yapılmış olan ihtiyaç listesinde kredi ile alınabilecek mal ve hizmetler daha gerekli ihtiyaçların önüne geçerek kişinin birey ve aile olarak, tasarruflardan maksimum fayda sağlama olanağını engelleyebilir⁽⁵²⁾. Ayrıca tüketici kredisinin tüketici bakımından en büyük sakıncası, kişinin tüketim hırsını ve tüketim meylini arttırarak aşırıya kaçılmasına neden olmasıdır⁽⁵³⁾.

Diğer bir sakınca ise, kredinin sağladığı satın alma kolaylığının kişileri aşırı tüketime iteceği ve bunun kişisel tasarrufları azaltacağı ve böylelikle gelecekteki tasarrufların bugünden harcanmasıyla bireylerin gelecekteki likiditesini ve mali aktiflere yatırım yapma yeteneğini azaltacağı şeklinde sakıncalar da öne sürülmektedir⁽⁵⁴⁾.

5.2. Satıcı ve Üretici Açısından

Kredi ile mal ve hizmet alma olanağı sağlanan birey mal ve hizmetlere toplam talebi arttırarak satıcı firmanın satışlarını arttırır. Bu durum satıcı firmaların tüketici kredisinden sağladıkları en büyük faydayı oluşturur.

⁵² Sarıkamış, a.g.e., s.32.

⁵³ İmren, a.g.e., s.48.

⁵⁴ Akkurt, a.g.e., s.6.

Tüketici kredisi vasıtasıyla, finans kuruluşu, üretici (satıcı) ve tüketici arasında oluşan üçlü ilişki, sanayi işletmeleri için oldukça iyi bir finansman şekli oluştururken malları için de 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⁽⁵⁵⁾.

5.3. Bankalar Açısından

Tüketici kredisinin kredi veren bankalara sağladığı yarar ise, ticari kredilerdeki talep yetersizliğinden dolayı bankanın elinde kalan atıl fonların değerlendirilmesidir. Ayrıca bankalar, tüketici kredileri vasıtasıyla riski yayarak sektörel dalgalanmalardan etkilenmeyecek sağlam ve yaygın bir kredi potansiyeline kavuşmaktadırlar. Yine bankalar tüketici kredileri vasıtasıyla müşteri kazanmaktadırlar. Şöyle ki Türkiye’de tüketici kredisi veren tüm bankalarda müşteri sayısında önceki yıllara göre sadece ülkedeki nüfus artışıyla açıklanamayacak bir artış kaydedilmiştir⁽⁵⁶⁾.

5.4. Tüketici Kredilerinin Ekonomik Açıda Fayda ve Sakıncaları

Tüketici kredisi toplam tüketimi, mal ve hizmet akımını finansman yoluyla destekleyen ve böylece ülkenin ekonomik aktivite düzeyini arttıran bir faktördür. Tüketicilere sağlanan krediler cari satın alma düzeyini arttırmakta ve bu da üretim ve istihdamı uyarmaktadır⁽⁵⁷⁾. Talep artışlarının üretimi ve istihdamı uyarmasına olanak bulunmadığı sektörler veya zamanlarda, artan talep fiyatlarının yukarı

⁵⁵ Ayhan Yavrucu, Para ve Sermaye Piyasası Dergisi, Haziran 1989, s.16.

⁵⁶ İmren, a.g.e., s.50.

⁵⁷ a.g.e., s.39.

çekilmesine neden olarak ekonominin dengelerini bozabilir⁽⁵⁸⁾. Diğer bir deyişle, tüketici kredilerinin aşırı kullanımının sonucunda, toplam tasarrufların, harcanabilir gelire oranının düşeceği ve kişisel borç yükünün artacağı, ulusal kaynakların baskı altına alınarak tüketici kredilerinin enflasyona yol açacağı, tüketim mallarına olan talebin ithalat artışına neden olacağı, kaynakların ihracata yönelmesini engelleyerek ödemeler dengesini ters yönde etkileyeceği gibi iddialar ortaya atılmıştır. Buna ek olarak tasarruflara gidecek olan fonların tüketime yönelerek sermaye birikimini engelleyeceği ve bunun ekonomik büyümeği azaltacağı endişesi de dile getirilmiştir. Ayrıca, tüketici kredilerinin dayanıklı tüketim malları üreten endüstrilerde istikrarsızlığa yol açacağı da ileri sürülmüştür. Ancak ABD ve Batı Avrupa ülkelerinde uzun süredir uygulaması görülen tüketici kredilerinin enflasyonist etkisi olduğu konusundaki iddialar kanıtlanamamıştır. Bu tür kredilerin hacmi genellikle gayrimenkul ve endüstri alanlarına verilen kredilerin hacminden daha küçüktür. Tüketici kredilerinin sınai kredilerden daha fazla enflasyonist olduğu da ekonometrik çalışmalarda ispatlanamamıştır⁽⁵⁹⁾.

⁵⁸ Sarıkamış, a.g.e., s.32

⁵⁹ Akkurt, a.g.e., S.6.

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANS ŞİRKETLERİ

1. Finans Şirketlerinin Tanımı

Finansal araçlardan biri olan finansman şirketleri tüketim kredisi ile iş kredisi vermektedirler. Finans şirketleri kullandıkları kredilerin kaynaklarını bankalar gibi mevduat toplayarak değil, daha değişik yollardan karşılarlar. Ana uzmanlık sahası tüketim kredisi ve iş kredisi vermek olan bu şirketler için bir tanım vermek gerekirse şöyle ifade edilebilir:

“Kaynaklarını mevduat toplamadan farklı yollardan oluşturan ve bu kaynaklarını tüketim ve iş kredisi olarak kullandıran banka dışı finansal araçlardır.”

Finans şirketlerinin sahipleri çoğunlukla ticari bankalar ya da tüketim mallarının üretimi ya da dağıtımını ile meşgul olan ve konusu finansal olmayan şirketlerdir⁽¹⁾.

Finans şirketleri ticari bankalardan ve diğer mevduat tipi finansal araçlardan kesin bir şekilde farklıdır. Finans şirketleri, aktif ve pasif yapıları itibariyle çok esnek bir yapıya sahiptirler. Fakat, geleneksel olarak, düşük maliyetle mevduat fonlarına erişememişlerdir⁽²⁾.

¹ Mehmet Topçu, ABD’de Mali Aracı Kurumlar ve Amerikan Bankacılığı ile Finans Piyasasındaki Son Gelişmeler, Maliye Bakanlığı Tetkik Kurulu Yayını No: 257, 1983, s.12.

² Fred C. Yeager ve Neil E. Seitz, Financial Institution Management, Prentice Hall, Third Edition, 1989, s.326.

2.Finans Şirketlerinin Türleri

1970'lere kadar finans şirketlerini üç farklı tipe ayırmak oldukça kolaydı. Bu şirketlerde; tüketici finans şirketleri (Consumer Finance Companies), satış finans şirketleri (Sales Finance Companies) ticari finans şirketleri (Comercial Finance Companies)'dir. Bir çok büyük finans şirketinin, bu üç farklı tipteki finans şirketinin faaliyet alanında hizmet sunmaları ile, aralarındaki farklılıklar yok denecek kadar azalmasına rağmen, yine de bu üç ayrı tipteki şirket arasındaki farklılıkları bilmek faydalıdır⁽³⁾.

Tüm finans şirketlerinin temel fonksiyonu, birbirlerine benzer bir şekilde kredi vermek olmasına rağmen, bu şirketler uzmanlaştıkları kredilerin vadeleri bakımından farklı bir yapıya sahiptirler⁽⁴⁾.

2.1 Tüketici Finans Şirketleri

ABD'de tefeciliğe engel olmak üzere geliştirilmişlerdir. Bunlar uzmanlaşmış kredi kurumlarıdır ve verdikleri tüketici kredilerinin % 86'sı şahıs kredileridir. Ancak bunlar 1960'larda ticaret kesimine de kredi vermeye başladılar. Bu şirketler devlet tarafından sıkı bir şekilde yönetilir ve denetlenirler⁽⁵⁾.

1935 yılından sonra ticaret bankalarının küçük ölçekteki ferdi kredi sahasına girene kadar, tüketici finans şirketleri bu sahada tek el konumundaydılar⁽⁶⁾.

³ Peter S. Rose ve James W. Kolari, Financial Institutions, Fifth Edition, Irwin Press, 1995, s.642.

⁴ Fred C. Yeager ve Neil E. Seitz, a.g.e., s.327.

⁵ Hüsnü Kızılyallı, Dünya'da ve Türkiye'de Orta Vadeli Krediler, İstanbul:1978, s.188.

⁶ Benton E. Gup, Financial Intermediaries: An Introduction, Boston : 1976, s.216.

Küçük kredi şirketleri (Small-Loan Companies) olarak da bilinen tüketici finans şirketleri bireylere faydalanabilecekleri nakit kredi verirler⁽⁷⁾. Bu şirketler güvenli olmayan, riskli büyük kredilerde uzmanlaşmış olup, maksimum kredi miktarı ve faiz oranı ABD’de, her eyalet tarafından o eyaletin mevzuatına uygun olarak düzenlenmişlerdir⁽⁸⁾.

Kullandıkları kredilerin geri ödenmesi haftalık ya da aylık olarak her ödemede faiz ve anaparanın ödenmesini içerecek şekilde yapılır⁽⁹⁾.

Tüketici finans şirketlerine başvuran bireyler veya ailelerin başka bir yerden tüketici kredisi almaya kredibiliteleri yeterli değildir. Bu kredilerde genellikle maliyet ve ödenmeme riski yüksek olduğundan faiz oranları yüksektir. Düşük gelirli ve az eğitilmiş müşteri portföyleri olduğundan bu şirketler sıkı bir şekilde devlet tarafından denetlenirler⁽¹⁰⁾.

Bu firmalar genel kural olarak kredi kullanan müşteriden izin verilmiş oranda faiz gideri dışında hiçbir ilave ücret talep edemezler. Ancak, kredinin teminata bağlanmış olması halinde rehinin ve diğer kanuni dökümanların hazırlanması için yapılan giderler müşteriden talep edilebilir. Tüketici finansmanı firmalarının verdikleri kredilerin büyük çoğunluğunda borç alanın imzasından başka bir teminat bulunmamaktadır. Açılan kredi meblağının küçük olmasına bağlı olarak riskin yüksekliği bu tür kredilerin tüketiciye yüklenen maliyetini en yüksek yapmaktadır⁽¹¹⁾.

⁷ Peter S. Rose, Money and Capital Markets, Business Publication, Inc. 1983, s.107

⁸ R. Robert Rosenberg ve Ralph V. Naples, Personal Finance and Consumer Economics; New York: 1976, s.23.

⁹ a.g.e., s.23.

¹⁰ George G. Kaufman, The U.S. Financial System, Prentice Hall, New Jersey:1980, s.172.

¹¹ Sarıkamış, a.g.e., s.37.

Tüketici finans şirketlerinin uzmanlaştıkları sahadaki tüketici profilinin düşük gelirli gruplardan oluşması, bu şirketleri kredi koşulları bakımından diğer kurumlara göre daha esnek bir yapıda faaliyette bulunmalarını sağlamaktadır. Bu şekliyle, tüketici finans şirketleri ABD'ye özgü bir finansal kurumdur. Bu şirketleri bu şekilde faaliyette bulunabilmelerinin ardında tefeciliği önlemenin ve tüketiciyi korumanın yattığı söylenebilir. Diğer bir deyişle tefeciliğe karşı bir tepki olarak geliştirilmiştir.

2.2. Satış Finans Şirketleri

Satış finans şirketleri, otomobil endüstrisinin kredi ihtiyacına bir tepki olarak gelişmiştir. Bu şirketler perakendecilerden; satmış oldukları mallara karşı tüketicilerden aldıkları senetleri veya kontratları satın alarak toptan finansman sağlarlar⁽¹²⁾.

Satış finans şirketleri tüketicilere nakit kredi vermeyip aynı kredi kullandıran, diğer bir deyişle dolaylı yoldan (indirekt) kredi veren kurumlardır.

Bu kurumlar yukarıda değinildiği gibi tüketiciye nakit kredi vermeyip, satın aldığı tüketim malının bedelini satıcı firmaya öderler. Bu ödemeyi yaparken de tüketicinin satıcı firmaya vermiş olduğu “taksitli satış bonolarını” veya diğer kredi araçlarını satıcı firmadan devir alırlar. Bu devir alma “alacağın” satın alınması şeklinde olur. Yani ödenmeyen taksit veya borç aracı finans kurumunun sorunudur ve sonuçta onun zararını oluşturur ya da satıcı firma ile finans firması arasındaki anlaşmaya göre finans firması tahsil edemediği alacak için satıcı firmaya rücu edebilir. Bu tamamen satış finans şirketi ile malı tüketiciye satan perakendeci arasında yapılan anlaşmanın şekline göredir⁽¹³⁾.

¹² Benton E. Gup, a.g.e., s.214.

¹³ Kent, a.g.e., s.690.

Başlangıçta otomobil satışlarının finansmanı ile uğraşan bu şirketler, zamanla diğer dayanıklı tüketim mallarının finansmanı ve şahıs kredileri (Personal Loans)'nin finansmanına da ağırlık verdiler. Bu firmalar ayrıca toptan ticaret kesiminin finansmanına da katılmaya başladılar. Satış finansman şirketleri iş dünyasına, otomobil ve büro teçhizatı alınması için kredi verdiği gibi, firmaların müşteriler hesabı karşılığında da kredi sağladılar⁽¹⁴⁾.

Bu tür finans kurumları, satıcıların stoklarında bulundurmak istedikleri emtiayı üretici veya toptancıdan peşin para ile satın alıp, perakendeci ile yaptığı anlaşma uyarınca bu emtiayı perakendecinin kullanımına vererek, emtianın finansmanını sağladılar. Bu durumda emtia satıcı firmanın mağazasında veya ambarındadır ama mülkiyeti finans kurumuna aittir. Finanslamanın bu yöntemi perakendecileri stoklara büyük miktarda para yatırmaktan kurtarır ve buraya gidecek fonların başka yerlerde kullanılması mümkün olur⁽¹⁵⁾.

Satış finans şirketleri bir veya iki şubeleri ile mahalli hizmet veren nitelikte olabildikleri gibi bütün ülkeye yayılmış şubeleri ile ulusal bir karakterde de olabilmektedir⁽¹⁶⁾.

Satış finans şirketleri, bağımlı (captive) ve bağımsız (independent) olmak üzere iki türdür.

2.2.1. Bağımlı Finans Şirketi

Bağımlı şirkette sahiplik bir üretici şirket veya üretim ve satış şirketleri aracılığı ile bir emtiayı tüketiciye sunan bir holding şirkete aittir. Bu organizasyon

¹⁴ Kızılyalı, a.g.e., s.187.

¹⁵ Gup, a.g.e., s.214.

¹⁶ Sarıkamış, a.g.e., s. 34.

şekli, otomotiv, buzdolabı, çamaşır makinası vb. dayanıklı tüketim malları satan üretici firmalar tarafından benimsenmiştir⁽¹⁷⁾.

Bu tür işletmelere örnek vermek gerekirse, tarım aletleri imalatçılarından;

John Deere Credit Corp.

Massey Ferguson

International Harvester

otomotiv endüstrisinden ;

GMAC (General Motors Acceptance Corporation)

Ford Motor Credit

Chrysler Financial

dayanıklı tüketim malı endüstrisinden;

GE Capital (General Electric Capital)

Motorola

Westinghouse Credit

Philco

ve farklı sektörlerden;

AT&T Capital

IBM Credit Corp.

ITT Comercial Finance

¹⁷ a.g.e., s.35.

Textron Finacial
Whirpool Financial
Transamerica Comercial Finance
Xerox Credit Corp.

ve büyük perakende satış mağaza sahibi şirketlerin kurdukları;

Sears, Roebuck and Co.
Montgomery Ward.
Macy sayılabilir.

Bağımlı satış finans şirketlerinin kurulup gelişmesinin nedenleri olarak şunlar sayılabilir⁽¹⁸⁾.

* 1950'li yılların sonuna doğru kredi pazarındaki daralma nedeni ile bazı bağımsız finans kurumlarının, küçük ticaret şirketlerinin alacaklarını finanse edememişlerdir. Bunun üzerine, üretim şirketleri, satışlarını aynı ölçekte devam ettirebilmek için kendi finansman şirketlerini kurmuşlardır.

* Finans şirketlerinin borç-özsermaye oranının, üretim işletmelerinin borç-özsermaye oranından çok daha yüksek olabilmesi yeterli görüldüğünden, üretim şirketleri kendi bünyelerinden finansmana gitmek yerine, kendi bağlı finansal aracı şirketlerini kullanmayı uygun bulmaları.

* Otomobil, tarım ekipmanları, televizyon setleri, vb. pahalı dayanıklı malları satan perakendeci şirketler sattıkları emtiayı stokta tutmaya yetecek

¹⁸ Gup, a.g.e., s.215.

finansman gücüne sahip olmadıkları ve bu amaçla ticaret bankalarından yeterli desteği bulamadıkları için üretici işletmenin mali desteğine ihtiyaç duyuyorlardı.

* Taksitli satış yapan büyük perakendeciler taksitli satışlar nedeni ile büyük finans kaynağına ihtiyaç duyarlar. Bu finans kaynağını bulurken şirketin borçlanma kapasitesini zorlamama veya aşmama endişesi, taksitli satış finansmanını şirketine yaptırarak finansal kaldıraçtan da yararlanmak sureti ile sorunu çözme formülünün uygulamaya konulmasına olanak vermeleridir.

2.2.3. Bağımsız Finans Şirketleri

Bağımsız satış finans şirketlerini sahiplik itibari ile üretici veya satıcı işletme ile hiç bir organik bağları bulunmamaktadır. Bu şirketlerde bağımlı finans şirketleri gibi faaliyette bulunmaktadırlar⁽¹⁹⁾.

Bu şirketlerin sahipleri arasında bankalar ön sırada yer almaktadır. Bunun ardında ABD mali sisteminin bankalara ulusal alanda faaliyette bulunmalarına izin vermemesi yatmaktadır. Fakat bu kısıtlama finans şirketleri için söz konusu değildir. Bu yüzden de bankalar tüketici kredisi kullandırmak için ülke çapında finans şirketleri kurmuşlardır.

Her iki tipteki satış finans şirketleri tek bir mamülün satışını finanse etme yerine çeşitlendirmeye gitmişlerdir. Bağımlı finans şirketleri sermaye karlılığını en yüksek yapabilmek amacı ile ana şirketin ürettiği mallar dışında da tüketici veya satıcıya finansman olanağı sağlamaya başlamışlardır. Her iki satış finans şirketleri günümüzde geleneksel rollerinin yanında, çeşitlendirmeye giderek sigortacılık, bankacılık, üretim ve satış, şirketlerine sahip olmaya kadar çeşitli alanlarda faaliyetlerini genişletmişlerdir⁽²⁰⁾.

¹⁹ Sarıkamış, a.g.e., s.35.

²⁰ Gup, a.g.e., s.216.

2.3. Ticari Finans Şirketleri

Üçüncü tip finans şirketi olarak bu endüstrinin ilk başlangıcından itibaren görülmeye başlamışlardır.

Bu şirketler, işletmelere, çalışma sermayesi ihtiyaçlarını, uzun vadeli yatırım sermayesi ihtiyaçlarını veya her iki finansal ihtiyacı da karşılamak için krediler vermektedirler. İmalat ve endüstri şirketleri, hammadde ihtiyaçlarını temin etmek ve ürettikleri mamüllerini stoklarında bekletmeden direkt tüketiciye satabilmek için bazı finans kaynaklarına ihtiyaç duyarlar. Ayrıca, işletmeler yeni makina, teçhizat, bilgisayar, ofis ekipmanları vb. gibi çeşitli sayıda uzun dönemli yatırım harcamaları kapsamında olan malları almak için bir takım fonlara ihtiyaç duyarlar⁽²¹⁾. İşletmelerin bu ihtiyaçlarını ticari finans şirketleri karşılar.

Finans şirketleri leasing, factoring ve forfaiting gibi finansal teknikleri de kullanmakta olup bu amaçla kurulmuş ticari finans şirketleri de bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, leasing, factoring ve forfaiting şirketleri, kullandıkları krediler itibariyle finans şirketlerinin bir kolu olan ticari finans şirketleri grubuna girmektedir.

Türkiye’de de son 10 yılda görülmeye başlayan ve hızla gelişme gösteren leasing (finansal kiralama) ve factoring şirketleri bulunmaktadır.

Bu kısım, tezin konusunun dışında olduğundan ticari finans şirketleri hakkında daha fazla açıklamaya gidilmemiştir.

²¹ Rose ve Koları, a.g.e., s.644.

3.Finans Şirketlerinin Rekabet Koşulları

Tüketici finans şirketleri 1935 yılına kadar kendi sahalarında tekel konumunda iken, bu tarihten itibaren bankaların da bu sahaya girmesiyle rekabet artmıştır. Artan rekabet faiz oranlarını düşürmüş ve kabul edilebilir kredi sınırının kalitesini aşağıya çekmiştir⁽²²⁾.

Bankaların ve diğer kurumların tüketici kredileri alanında faaliyete başlamalarının getirdiği rekabet ortamı tüketicilerin daha düşük faiz oranlarıyla kredi bulabilmelerine yol açmıştır.

Finans endüstrisinin çeşitlenme eğilimine girmesinde rekabet önemli bir rol oynamıştır. Tüketici kredileri alanında ticari bankalar ve kredi birlikleri, finans şirketlerine karşı tehdit eder bir tarzda rekabet etmektedirler. Çoğu finans şirketi olan bu aracılar, ödünç aldıkları fonların gerçek maliyetinin yükselmesinin getirdiği bir kar azalmasıyla karşılaştılar. Bu rekabetin sonucu, finans şirketleri, birlikte hareket ederek, taksitli kredi müşterileri bulmada başarılı oldular. Taksitli kredi piyasasındaki bu artan rekabet bu piyasada net getiri oranının düşmesine ve satın almada kullanılacak kredi miktarının azalmasına neden oldu. Taksitli krediler alanında düşük kar marjları ve artan risk; finans şirketlerini özellikle de satış finans şirketlerinin kazançlarını korumak için ipotek kredileri hareketli ev kredileri leasing ve factoring gibi diğer tiplerdeki kredileri kapsayan alanlara yöneltmiştir⁽²³⁾. Bu kredilerde (leasing ve factoring), ticari finans şirketlerinin uzmanlık sahasına giren kredilerdir. Yaşanan rekabet tüketici ve iş dünyasına kredi kullandıran tüm finansal kurumları birbirlerinin uzmanlık alanlarında faaliyette bulunmalarına yol açmıştır. Yaşanan rekabet ortamının getirdiği bu yönelme sonucunda, finans şirketleri arasındaki ticari, tüketici ve satış finans

²² George H. Hempel ve Jess B. Yawitz, Financial Management of Financial Institutions, 1976, s.212.

²³ Rose ve Koları, a.g.e., s.657-658.

şirketleri arasındaki ayrımlar azalmıştır.

Bu rekabetin sonucu olarak 1960'larda, ABD'de finans şirketlerinin sayısında hızlı bir azalma yaşanmıştır. 1960'da ABD Merkez Bankasının yaptığı bir araştırmada 6.400 tane finans şirketi tespit edilmiş iken, bu sayı ilerleyen yıllarda hızlı bir düşüş göstererek 1980'lerde 2.800'den daha az bir rakama inmiştir. Bunda şirket birleşmelerinin etkisi de büyüktür⁽²⁴⁾.

1980'lere kadar devamlı kan kaybeden sektör, son yıllarda sürpriz bir şekilde banka ve diğer taksit kredileri veren kurumlar ile orta ve bazı yüksek gelirli müşteriler bazında - profesyonel yöneticiler ve ofis çalışanları - kendilerini bu kurumlarla rekabet eder buldular⁽²⁵⁾.

4. Finans Şirketlerinin Fon Kaynakları

Satış finansmanı firmaları faaliyetlerini finanse ederken ihtiyaç duydukları kaynağı sermaye ve ihtiyat fonlarına ek olarak borçlanma ile sağlamaktadırlar. Finansal aracı kurumların borçlanma oranları sanayi ve ticaret firmalarının aynı oranlarından daha yüksek olabileceği için satış finansmanı firmalarının öz varlığa göre borçlarının oldukça yüksek olduğu gözlenmektedir. Bu yükseklik firma ortaklarına, finansal kaldıraçtan yararlanarak, öz varlık karlılıklarını artırma olanağı vermektedir. Tüketicilere doğrudan kredi açmak isteyen bir çok ticaret bankası satış finansman firmalarını kredilendirmektedirler. Satış finansman firmaları için ticari banka kredisine ek olarak para piyasasına kısa süreli finansman bonosu ve diğer nitelikli senetler sürerek kaynak sağlama olanağı da bulunmaktadır⁽²⁶⁾.

²⁴ a.g.e., s.658.

²⁵ a.g.e., s.658.

²⁶ Sarıkamış, a.g.e., s.35-36.

Kısa süreli kaynaklara ek olarak satış finansman firmaları orta ve uzun vadeli borçlanmaya da gitmektedirler. Bu borçlanma ipotekli veya ipoteksiz tahvil satışı yoluyla olmaktadır. Tahviller doğrudan sigorta şirketlerine satılabildiği gibi araçlar kullanılarak yatırımcılara da satılabilmektedir⁽²⁷⁾.

Finans şirketlerine bazen ikincil finansal araçlar denmektedir. Çünkü finans şirketleri, fon kaynaklarında diğer finansal kurumlara bağılıdır⁽²⁸⁾.

Finans şirketlerinin en önemli fon kaynakları, finansman bonoları, uzun vadeli tahviller, banka kredileri, bağlı oldukları grup şirketlerinden sağladıkları fonlar ve diğer kısa vadeli senetlerdir⁽²⁹⁾.

Örneğin, ABD’de en fazla finansman bonosunu finans şirketleri çıkarmaktadır. Son yıllarda bunun yerine uzun vadeli tahvillere yönelme gözlenmektedir.

Aşağıdaki tabloda ABD’de finans şirketlerinin pasiflerin gelişimi (Fon Kaynaklarının Dağılımı) milyar \$ olarak gösterilmiştir.

²⁷ Sarıkamış, a.g.e., s.36.

²⁸ Rose ve Kolari, a.g.e., s.651.

²⁹ a.g.e., s.651.

FON KAYNAKLARI

| Yıllar | Şirket Tahvilleri | Banka Kredileri | Finansman Bonoları | Diğer Pasifler | Pasif Toplamları |
|---------------|--------------------------|------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|
| 1961 | \$ 9.3 | \$ 6.4 | \$ 3.6 | \$ 2.6 | \$ 22.9 |
| 1962 | 9.2 | 7.6 | 4.8 | 3.7 | 25.6 |
| 1963 | 10.3 | 9.2 | 5.8 | 4.5 | 30.1 |
| 1964 | 12.1 | 9.7 | 7.3 | 4.5 | 34.2 |
| 1965 | 13.5 | 11.8 | 8.5 | 5.5 | 39.6 |
| 1966 | 13.6 | 10.7 | 12.0 | 6.6 | 42.9 |
| 1967 | 14.0 | 8.8 | 14.1 | 7.1 | 43.9 |
| 1968 | 14.2 | 9.7 | 16.9 | 8.4 | 49.1 |
| 1969 | 15.1 | 11.0 | 23.0 | 9.4 | 57.1 |
| 1970 | 17.2 | 10.9 | 23.6 | 10.8 | 61.6 |
| 1971 | 19.7 | 11.5 | 23.1 | 12.1 | 66.4 |
| 1972 | 23.3 | 16.0 | 21.9 | 17.1 | 78.3 |
| 1973 | 26.2 | 20.6 | 23.8 | 20.2 | 90.8 |
| 1974 | 28.0 | 20.8 | 27.4 | 20.4 | 96.6 |
| 1975 | 30.7 | 18.0 | 28.0 | 27.5 | 104.2 |
| 1976 | 33.8 | 16.1 | 31.3 | 34.5 | 115.7 |
| 1977 | 41.6 | 18.0 | 29.6 | 43.5 | 142.9 |
| 1978 | 57.2 | 10.6 | 47.4 | 27.3 | 142.4 |
| 1979 | 59.6 | 12.4 | 50.7 | 16.6 | 169.2 |
| 1980 | 66.6 | 13.8 | 47.6 | 55.0 | 181.19 |
| 1981 | 68.9 | 15.5 | 57.3 | 64.6 | 206.2 |
| 1982 | 77.0 | 16.5 | 51.5 | 71.4 | 216.3 |
| 1983 | 81.0 | 18.3 | 60.5 | 81.8 | 241.6 |
| 1984 | 90.5 | 20.0 | 73.1 | 91.0 | 274.7 |
| 1985 | 105.3 | 16.4 | 102.7 | 105.4 | 329.7 |
| 1986 | 131.6 | 20.0 | 124.3 | 106.3 | 382.2 |
| 1987 | 141.2 | 22.9 | 135.0 | 130.8 | 438.9 |
| 1988 | 147.0 | 23.9 | 152.1 | 154.9 | 477.9 |
| 1989 | 162.7 | 27.0 | 160.7 | 152.9 | 503.3 |
| 1990 | 178.2 | 31.0 | 165.3 | 160.1 | 534.5 |
| 1991 | 191.3 | 42.3 | 159.5 | 163.4 | 556.5 |
| 1992 | 195.3 | 37.6 | 156.4 | 167.4 | 556.7 |
| 1993 + | 195.1 | 29.5 | 144.5 | 181.6 | 550.7 |

Tablo 1: Kaynak : Federal Rezerv Başkanlar Toplantısına Sunulan (Rose ve Koları, a.g.e., içinde)
1993+ : 1993 yılının ikinci çeyreği

Aşağıdaki tablo da ise ABD' deki finans şirketlerinin fon kullanımlarının gelişimi milyar \$ olarak gösterilmiştir.

FON KULLANIMLARI (AKTİFLERİN DAĞILIMI)

| Yıllar | Tüketici Kredileri | Ticari Krediler | İpotek Kredileri | Nakit ve Mevduatlar | Toplam Finansal Varlıklar |
|---------------|---------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| 1961 | \$ 16.3 | \$8.4 | \$2.2 | \$1.9 | \$28.9 |
| 1962 | 17.9 | 8.6 | 2.7 | 2.0 | 31.2 |
| 1963 | 20.2 | 10.0 | 3.5 | 1.8 | 35.5 |
| 1964 | 22.4 | 11.6 | 3.9 | 1.8 | 39.7 |
| 1965 | 24.7 | 13.5 | 4.5 | 2.0 | 44.7 |
| 1966 | 26.4 | 14.6 | 3.9 | 2.1 | 47.1 |
| 1967 | 26.9 | 14.3 | 4.3 | 2.2 | 47.1 |
| 1968 | 29.2 | 16.5 | 4.9 | 2.3 | 52.9 |
| 1969 | 32.0 | 21.5 | 5.7 | 2.4 | 61.6 |
| 1970 | 32.1 | 21.8 | 7.5 | 2.7 | 64.1 |
| 1971 | 34.4 | 23.2 | 10.0 | 2.9 | 70.5 |
| 1972 | 38.0 | 27.4 | 12.2 | 3.2 | 80.7 |
| 1973 | 42.6 | 32.3 | 14.5 | 3.5 | 92.6 |
| 1974 | 44.6 | 37.2 | 13.1 | 3.7 | 98.5 |
| 1975 | 41.4 | 40.9 | 12.9 | 3.9 | 99.1 |
| 1976 | 43.3 | 49.5 | 14.2 | 4.1 | 111.1 |
| 1977 | 49.0 | 63.0 | 17.3 | 4.3 | 133.5 |
| 1978 | 58.6 | 74.4 | 8.9 | 4.4 | 159.6 |
| 1979 | 72.0 | 84.5 | 11.3 | 4.6 | 189.1 |
| 1980 | 78.8 | 88.7 | 13.8 | 4.7 | 204.8 |
| 1981 | 87.8 | 99.4 | 16.8 | 4.8 | 230.9 |
| 1982 | 93.2 | 100.4 | 18.7 | 4.9 | 242.7 |
| 1983 | 103.7 | 113.4 | 20.5 | 5.1 | 270.4 |
| 1984 | 111.7 | 137.8 | 23.8 | 5.2 | 306.1 |
| 1985 | 132.4 | 158.7 | 28.6 | 5.5 | 365.3 |
| 1986 | 151.0 | 172.2 | 34.2 | 5.9 | 421.3 |
| 1987 | 154.0 | 213.8 | 42.2 | 6.5 | 484.0 |
| 1988 | 155.3 | 245.3 | 47.3 | 7.3 | 534.6 |
| 1989 | 144.6 | 270.2 | 53.8 | 8.3 | 571.2 |
| 1990 | 138.0 | 293.6 | 65.5 | 9.4 | 610.9 |
| 1991 | 126.3 | 292.9 | 65.8 | 10.6 | 633.9 |
| 1992 | 212.7 | 296.5 | 68.4 | 11.9 | 637.2 |
| 1993+ | 115.5 | 290.7 | 67.2 | 12.6 | 630.5 |

Tablo 2

Kaynak : Federal Rezerv Başkanlar Toplantısına Sunulan (Rose ve Koları, a.g.e., içinde)
1993 + : 1993 yılının ikinci çeyreği

Tüketici finans şirketlerinin kaynak yapıları satış finansmanı şirketlerine benzemektedir. Bir kere bu firmalarda da borçlanma oranı bir hayli yüksektir. Ancak toplam borçların içinde orta ve uzun vadeli borçların payı kısa vadeli borçların payından daha fazladır. Toplam kısa vadeli kaynakların büyük bir bölümünü banka kredileri oluşturur. Finansman bonusu ikinci sırada yer alır⁽³⁰⁾.

Bankalar finans şirketlerine kredi kullanarak bir bakıma tüketicileri kredilendirmiş olurlar.

Bankaların tüketici kredisi sağlamalarının bu yolu; satışlarda alınan taksit kredisi senetlerini satış finans şirketlerinden mübayaa yoluyla almaları ve tüketici kredisi vermede uzmanlaşan şirketlere kredi vermeleri şeklinde olur. Gerek satış finans şirketleri gerekse tüketici finans şirketleri bankaların rakibidirler. Aslında tüketici finans şirketlerinin, müşterilerinin kredi durumları, bankaların kabul edebileceklerinin altındadır⁽³¹⁾.

Ticari bankaların söz konusu finansman şirketlerine plasmanları, bilgi ve tecrübe dereceleri yüksek borçlularla iş görmeleri demektir. Bu şirketler bankalardan aldıkları borçlarını zamanında geri öderler; yalnız alternatif kredi kaynakları olduğu için aldıkları kredilerin şartlarını sıkı bir şekilde pazarlık ederler. Satış finans şirketleri ile tüketici finans şirketlerinin büyük ölçekli olanlarının ihtiyaç duydukları fon kaynaklarının tek bir bankadan karşılamak yeterli olmayabilir. Böyle durumlarda birkaç bankanın oluşturduğu bir konsorsiyumdan borçlanma yoluna gidilir. Bankalar bu şirketlere kredi hattı (Line of Credit) biçiminde plasmada bulunurlar⁽³²⁾.

³⁰ Sarıkamış, a.g.e., s.37.

³¹ Kızılyallı, a.g.e., s.188.

³² a.g.e., s.188-189.

5. Finans Şirketlerinin Tarihi Gelişimi

Bu yüzyılın başlangıcından uzun zaman önce, dikiş makinası, piyano ve diğer dayanıklı tüketim mallarının belirli bir taksit planında satıldığı, Profesör Seligman tarafından belirlendi ve taksitli satış işlemlerinin başlangıcının 1807 yılına rasladığına tespit etti.⁽³³⁾ Bununla beraber, organize olmuş taksitli finansman uygulamaları 20. Yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır.

Tüketici kredileri uygulamalarının başlangıcı olarak kabul edilen 1900-1905 yılları arası gerçek anlamda finans şirketlerinin de ortaya çıktığı yıllardır. Diğer bir deyişle, tüketici kredileri ile finans şirketlerinin ortaya çıkış tarihleri aynı dönemdir. Bu iki sürecin aynı zamanlara rastlamasının ardında, tüketici kredisi vermek için, finans şirketlerinin kurulması vardır. Bu dönemin bir başka özelliği de ABD’de otomotiv endüstrisinin genişlediği döneme rastlamasıdır.

ABD’de satış finans şirketlerinin ilki, bir piyano imalatçısı tarafından, pahalı ürünlerini satın alamayacakları düşünülen müşterilere yönelik bir taksit kontratı ile satılması fikrinden hareketle oluşturuldu. Bu fikir otomobil imalatçıları tarafından hızlı bir şekilde benimsendi. 1922’ye gelindiğinde ABD’de 1000’den fazla satış finans şirketi bu fikri uygulamaya başlamıştı⁽³⁴⁾.

ABD’de finans şirketlerinin aktif ve pasifleri ile ilgili 1987 yılında yapılan bir çalışmada, toplam aktiflerinin % 87’sinin, kullanılan kredilerden doğan alacaklardan oluştuğu görülmektedir⁽³⁵⁾.

³³ Edwin R.A. Seligman, *The Economics of Installment Selling* (Raymond P. Kent, a.g.e., içinde s.686.)

³⁴ Mona J. Gardner ve Dixie L. Mills, *Managing Financial Institutions*, The Dryden Press, 1988, s.619.

³⁵ Fred C. Yeager ve Neil E. Seitz, a.g.e., s.327.

Aktifler

Tüketicilerden alacaklar % 38.4
 İşletmelerden Alacaklar % 49
 Nakit menkul kıymetler ve Diğerleri % 12.6

Pasifler

Borç %88.9
 Özsermaye %11.1

Tablo 3:

ABD’de yerel finans şirketlerinin finansal verileri

Kaynak: Federal Rezerv Bültenleri (Fred C. Yeager ve Neil E. Seitz a.g.e., içinde)

1990’da yapılan bir araştırmaya göre, ABD’de finans şirketleri içinde en büyük 20 finans şirketi bu endüstrinin toplam % 82’sini paylaşmaktadırlar. Bu 20 firma içinde en büyükten en küçüğe doğru piyasadaki payları milyar dolar olarak şöyledir :

Şirketler**Toplam Aktif**

| | |
|--|----------|
| General Motors Acceptance Corp. (GMAC) | \$ 105.1 |
| GE Capital Corp. | 70.4 |
| Ford Motor Credit | 59.0 |
| Chrysler Financial | 24.7 |
| Household Financial Corp. | 16.9 |
| Associates Corp. of North America | 16.9 |
| Sears Roebuck Acceptance Corp. | 15.4 |
| American Express Credit | 14.2 |
| ITT Financial Corp. | 11.7 |
| CIT Group | 11.4 |
| IBM Credit | 11.1 |
| Westinghouse Credit | 10.3 |
| Security Pacific Financial Services System | 9.9 |
| Beneficial Corp. | 9.3 |
| Transamerica Finance | 8.5 |
| Heller Financial | 7.5 |
| Comercial Credit Corp. (CCC) | 7.1 |
| American General Finance (AGF) | 5.9 |
| Toyota Motor Credit | 5.6 |
| Avco Financial (AVC) | |

Tablo 4

Kaynak : New York Merkez Bankası (Peter S. Rose ve James W. Kolari, a.g.e. içinde)

Tüketici finans şirketleri de satış finans şirketlerine benzer şekilde aynı tarihlerde ortaya çıkmaya başlamış olup, bu şirketlerden tüketici finansman şirketinin kurulmasına öncülüğü Russell Sage Vakfı yapmıştır.

Son yıllarda, satış finans şirketleri ile tüketici finans şirketleri arasındaki farklılıklar fiilen önemsizleşmiştir. Bağımlı ya da bağımsız bir çok finans şirketi sağlam ve sağlam olmayan her iki türde de tüketicilere yönelik kredi vermektedirler.

Son yıllarda finans şirketlerinin sayısında önemli bir azalma olmuştur. Bu azalmanın nedenleri üç tipteki finans şirketi için de benzer yöndedir. Bu nedenler ise rekabet, hukuksal değişiklik ve düzenlemelerdir. Bu azalma nedenleri neticesinde şirketler arası birleşmeler veya iflaslar yaşanmıştır⁽³⁶⁾.

6. Çeşitli Ülkelerde Finans Şirketleri

6.1. ABD'de Finans Şirketleri

ABD'de bankaların şube teşkilatlarını kurmaları eyaletlere göre çeşitli kısıtlamalara tabi olduğundan ve bir banka faaliyetini ulusal planda yürütemediğinden, büyük bankaların çoğu finansman şirketleri kurarak teşkilatlarını ve dolayısıyla faaliyetlerini genişletmeye çalışmaktadırlar⁽³⁷⁾.

ABD'de finansal kurumların çok çeşitli olmasının ardında ABD mali sistemi yatmaktadır. Bankalar ulusal planda kredi verebilmek için finans şirketleri kurarken, düşük gelire sahip tüketicilere yönelik tüketici finans şirketleri tefecili-

³⁶ Mona J. Gardner ve Dixie L. Mills, a.g.e., s.621.

³⁷ Mehmet Topçu, a.g.e., s.13.

ğe karşı bir tepki olarak geliştirilmiştir. Bankaların da bu alanda faaliyete geçmeleriyle başlayan rekabet ortamı ise bu kurumlar arasında rekabete dayanamayan kurumların çekilmesi ile sonuçlanmıştır. Bankalar ilerleyen yıllarda pazar paylarını hızla arttırmışlardır. Önceki bölümlerde ABD'deki uygulamalara geniş ölçüde yer verildiğinden bu bölümde ABD'de finans şirketleriyle ilgili olarak daha önceki bölümlerde değinilmemiş olan niceliksel faktörlere yer verilmiştir.

ABD'de taksitli tüketici kredisi veren finansal kurumların kullandığı tüketici kredilerinin kurumlara göre dağılımı aşağıdaki tablolarda (Tablo 5a ve 5b) verilmiştir. Verilen bu iki tabloda finans şirketlerinin tüketici kredileri piyasasında rakipleriyle arasındaki durumu görülmektedir.

Tablo 5a
(Milyar Dolar Olarak)

| Yıllar | Toplam | Ticari Bankalar | Finans Şirketleri | Kredi Birlikler | Benzer Diğer Kurumlar |
|--------|----------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------------|
| 1945 | \$ 2.462 | \$ 745 | \$ 910 | \$102 | 705 |
| 1950 | 14.703 | 5.798 | 5.315 | 590 | 3.000 |
| 1955 | 28.906 | 10.601 | 11.838 | 1.678 | 4.798 |
| 1960 | 42.968 | 16.672 | 15.435 | 3.923 | 6.938 |
| 1965 | 71.324 | 28.962 | 24.282 | 7.324 | 10.756 |
| 1970 | 101.161 | 41.895 | 31.123 | 12.500 | 15.643 |
| 1975 | 162.237 | 78.703 | 36.695 | 25.354 | 21.485 |
| 1980 | 313.472 | 147.013 | 76.756 | 44.041 | 45.662 |
| 1987 | 591.276 | 264.946 | 138.745 | 81.682 | 105.854 |

Yukarıdaki tabloda verilen rakamların yüzdesel ifadeleri ise aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 5b
Piyasa Payları

| Yıllar | Toplam | Ticari Bankalar | Finans Şirketleri | Kredi Birlikler | Benzer Diğer Kurumlar |
|---------------|---------------|------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------------|
| 1945 | %100.0 | % 30.3 | % 37.0 | %4.1 | 28.6 |
| 1950 | 100.0 | 39.4 | 36.1 | 4.0 | 20.4 |
| 1955 | 100.0 | 36.7 | 41.0 | 5.8 | 16.6 |
| 1960 | 100.0 | 38.8 | 35.9 | 9.1 | 16.1 |
| 1965 | 100.0 | 40.6 | 34.0 | 10.3 | 15.1 |
| 1970 | 100.0 | 41.4 | 30.8 | 12.4 | 15.5 |
| 1975 | 100.0 | 48.5 | 22.6 | 15.6 | 13.2 |
| 1980 | 100.0 | 46.9 | 24.5 | 14.0 | 14.6 |
| 1987 | 100.0 | 45.3 | 23.4 | 13.6 | 17.8 |

Tablo 5 :

Kaynak : ABD Merkez Bankası Bültenleri (Fred C. Yeager ve Neil E. Seitz, a.g.e., içinde)

6.2. Fransa'da Finans Şirketleri

Tüketici kredisi veren kurumlar olarak finans şirketlerinin Fransa'da ortaya çıkışları İkinci dünya savaşı sonrasına rastlamaktadır.

14 Haziran 1940 tarihinde bankacılık ile ilgili iş kollarının organizasyonu ve bir mevzuata bağlanması ile ilgili metin, bu konu ile ilgili ilk düzenlemeyi kapsarken, "Mali Kuruluş" adı altında anılan işletmelerin hangi faaliyetleri ifa edebileceklerini tayin etmiştir⁽³⁸⁾.

2 Aralık 1945 tarihinde çıkarılan bir kanun ile farklı kuruluşlar arasındaki ayırım netleşmiştir. Böylelikle, bu kurumların faaliyet alanları belirginleştirilerek faaliyet konularının dışına çıkmaları engellenmiştir. Bu çerçevede içinde "banka" ve

³⁸ İKV Yayını, a.g.e., s.22.

“mali kuruluşlar” arasındaki karışıklığı önlemek üzere etkili bir ayırım üzerinde önemle durulmuştur⁽³⁹⁾.

Mali kuruluşlar bu kanun ile üç ayrı kategoride değerlendirilmektedir. Bunlar ise⁽⁴⁰⁾.

- Kredili satışları finanse eden kuruluşlar,
- Borsa aracı kurumları
- Mali şirketlerdir.

Bu üç farklı tipteki kuruluş arasında birincisi tüketici kredileri ile ilgili bir kurumdur.

Fransa’da 1946 yılında 52 adet taksitli satış finanse eden kurum varken, bugün 150 civarındadır. Bununla beraber kredi piyasası, bu kuruluşlar arasında eşit olmayan bir şekilde dağılmıştır. Öyle ki bu kurumların %10’u toplam cironun %90’ını gerçekleştirmektedir⁽⁴¹⁾.

Mobilya, elektrikli ev aletleri ve otomobil piyasalarını bu önde gelen firmalar paylaşmış durumda olup, kredi dağıtım şekillerine göre⁽⁴²⁾.

- Marka kredileri
- Sosyal krediler
- Banka kredileri

olmak üzere üçe ayrılır.

³⁹ a.g.e.,s.23.

⁴⁰ .g.e., s.23.

⁴¹ a.g.e.,s.56.

⁴² a.g.e.,s.56.

Marka kredileri, satışı arttırma araçlarından biridir. Bu tip kredi, ürettiği malın satışını arttırmak isteyen imalatçılar tarafından ortaya atılmış olup, en gelişmiş marka kredisi tipi otomobil kredileridir. Bütün büyük otomobil üreticileri, Fransa'da alıcılarına kredi veren şirketlere sahip bulunmaktadırlar. Bu şirketler özellikle eski modellerin satışında büyük fayda sağlamaktadırlar. Piyasaya yeni bir otomotiv modeli çıktığı zaman önce ödeme imkanlarına bizzat sahip alıcıyı çekmektedir. Zamanla model eskidikçe, alıcıyı, bu modası geçme yoluna girmiş arabayı teşvik etmek, yani ona bir takım avantajlar tanımak zorunluğu ortaya çıkmaktadır. Bu teşvik kredi olabilmektedir. Bu yoluyla kredi otomobil üreticisinin vazgeçemeyeceği satış aracıdır.

Burada büyük otomobil markalarının şubeleri durumunda olan mali kuruluşların rolü önemlidir: Renault'un D.I.A.C. ; Peugeot'un D.I.N. ; Citroen'in S.O.V.A.C. Bütün bu kuruluşların faaliyetleri yalnızca otomobil kredileri konusunda olmamaktadır. Örneğin; S.O.V.A.C. faaliyet alanını önemli ölçüde genişletmiştir. Doğrudan doğruya şubeleri aracılığı ile, menkul ve gayrimenkul hemen bütün kredi çeşitlerini finanse etmektedir.

Marka kredilerinin çok önemli başka bir faaliyet kolu da elektrikli araçlar kredisidir. Bu kolda iki büyük firma piyasayı paylaşmıştır. Bunların biri; Phillips'in bir kolu olan C.R.E.G.'dir. Bu kuruluşlarda yalnızca elektrikli aletler alanında kalmamışlar, mesleki teçhizat kredisi alanına da girmişlerdir.

Sosyal kredi, aynı mesleğe mensup kimseler arasında kredi dağıtmak üzere kurulmuş şirketlere verilen isimdir.

Bankalar tüketici kredileri piyasasında diğer kurumların arkasında kalmışlardır.

Fransa’da tüketici kredileri konusunda iki büyük şirket (Sofinco ve Cetelem) bulunmaktadır. Birbirleriyle sıkı bir rekabet içerisinde olan bu iki şirket de bankalar grubunun iştiraki durumundadır. Sofinco daha çok mobilya konusunda kredi dağıtımını ile meşgul olmaktadır ve bu alanda, piyasanın yarısına sahip durumundadır. (Buna karşılık Cetelem elektrikli ev aletleri alanına hakimdir)⁽⁴³⁾.

Cetelem bağlı olduğu, Bankalar Birliği Grubunu meydana getirmiş olan şirketler, 1950’li yıllarda ortaya çıkmış bulunan büyük kredi ihtiyacı nedeniyle doğmuştur. Büyük bankalar belki bu talebi karşılayacak gücü kendilerinde bulabilirlerdi; ancak 1940’lardan beri süre gelmiş olan enflasyon, mevcut kaynakların reel kıymetini düşürmüştü, öte yandan bu işlemlerde müşteriden anlayan onun karakterini bilen ve kısa sürede tecrübe kazanabilecek uzman bir kadroya verilmesi zarureti böyle bir çözüme imkan vermemiştir. Böylece bir kısım bankalar, 1959 yılında “Bankalar Kumpanyaları Grubunu” teşkil edecek çeşitli şirketlerin kuruluşuna katılmışlardır. Cetelemin %51.34’üne sahip olan bu grup Cetelem yoluyla tüketici kredileri kullanmaktadır⁽⁴⁴⁾.

6.3. Almanya’da Finans Şirketleri

Almanya’da tüketici kredileri ile ilgili işlemler pratik olarak, kamu otoritelerince kontrol edilmemiş olup, Federal Büro bir taraftan mali kuruluşlara faaliyet izni vermekte, diğer taraftanda azami faiz oranını tayin etmektedir. Almanya’da mevzuatı bu iki nokta içinde özetlemek mümkündür⁽⁴⁵⁾.

⁴³ a.g.e., s..56.

⁴⁴ a.g.e.,s.63.

⁴⁵ a.g.e., s.14.

Kredi süresi bütün mamüller için 24 aydır. Almanya'da tüketici kredisi veren 250 civarında mali kuruluş olup bunların içinde en önemli tüketici kredisi veren şirketi K.K.B.'dir. verdiği kredilerin tutarı ve işlediği dosyaların sayısı bakımından Sofinco ve Cetelem'e benzemektedir. Bu şirketi Fransız şirketlerinden bir tek önemli nokta ayırmaktadır. O da, kısaca ifade edilmek gerekirse firmalar hakkındaki bilgilerin mali kuruluşa merkezi bir sistem olan schufa aracılığı ile bildirilmesi oluşudur. Bu şekilde K.K.B., herhangi bir kredi talebi ile karşılaştığında derhal telefonla veya daha fazla bilgi gerekiyorsa, yazı ile bu kuruluşa müracaat etmekte ve böylelikle kendisi için gerekli olan bilgiyi çok süratli bir şekilde almaktadır⁽⁴⁶⁾.

6.4. İngiltere'de Finans Şirketleri

İngiltere'de taksit kredisi ile finans şirketleri ilgilenmekte olup, bu şirketlerin tamamı bankalara aittir. Fakat bu şirketlerin yönetimi banka idaresinden ayrı olarak yürütülür⁽⁴⁷⁾.

İngiltere'de ayrıca bazı bankalar, otomobil ve dayanıklı tüketim malı alınması için şahıs kredileri verirler. Bu kredilerin teminatı borçlananın kişiliğidir ve satın alınan malın rehini yoluyla bir teminat söz konusu olmaz. Bu krediler taksitle geri ödenir⁽⁴⁸⁾.

6.5. İtalya'da Finans Şirketleri

İtalya'da, 1988 yılında istatistiki rakamlara göre tüketici kredilerinin üçte biri özel finans kuruluşları, üçte ikisinde bankalar tarafından verilmiştir. Bu

⁴⁶ a.g.e.,s.15-16.

⁴⁷ Kızılyallı, a.g.e., s.124.

⁴⁸ a.g.e., s.124.

kurumlara tek tek bakıldığında banka sayısının çok az olduğu, finans şirketlerinin sayısının ise çok fazla olduğu görülmektedir⁽⁴⁹⁾.

Bu finans şirketleri ihtiyaç duydukları fonları ya bankalardan toplarlar ya da halka hisse senedi, katılma belgesi ve tahvil gibi kağıtları satarlar.

Halka yöneldiklerinde çok sıkı kurallara tabidirler⁽⁵⁰⁾.

6.6. Hollanda'da Finans Şirketleri

Hollanda'da tüm belli başlı finans şirketleri bankalar tarafından devralınmışlardır ve farklı şirketler altında örgütlenmiş olmakla beraber bankaların şemsiyesi altındadırlar. Dolayısıyla tüketici kredilerinin tamamı bankalar tarafından verilmektedir⁽⁵¹⁾.

⁴⁹ Aldo Frignani, İtalya'da Tüketici Kredileri, Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar (İTO Paneli) 1990, s.53.

⁵⁰ Aldo Frignani, a.g.e., s.53.

⁵¹ Ewoud Hondius, Hollanda'da Tüketici Kredileri, a.g.e., s.51.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE FİNANS ŞİRKETLERİ

Finans şirketlerinin, Türkiye'deki gelişimi birinci bölümde tüketici kredilerinin tarihi gelişimi içinde verilmiştir.

Ticari finans şirketleri olarak finansal kiralama (leasing) ve factoring kurumlarının görülmeye başlaması ise son on yıldadır. Bu süre zarfında hızlı bir gelişme gösteren bu şirketlerden finansal kiralama şirketleri incelendiğinde; 1995 sonu rakamlarına göre sektörde, 50 finansal kiralama şirketi faaliyet göstermektedir. Bu kuruluşlardan 22'si sermayesinin yüzde 50'sinden fazlası bankalara ait olan finansal kiralama şirketleri, 9'u mevduat kabul etmeyen kalkınma ve yatırım bankaları, 5'i özel finans kurumları ve 14'ü de özel şirketlerdir. 1994 yılı sonunda 16 trilyon TL. olan yurtiçi işlem hacmi 1995 yılı üçüncü dönemi sonunda 40 trilyon TL. olmuştur. 1995 yurtdışı finansal kiralama işlem hacmi aynı dönem sonu itibariyle 707,4 milyon dolardır. Finansal kiralama işlemlerinin önemli bir bölümü bankalar tarafından kurulan leasing şirketleri tarafından gerçekleştirilmektedir⁽¹⁾.

¹ Bankalarımız 1995, TBB Yayını, İstanbul: 1996, s.38.

Türkiye’de factoring şirketlerinin sahipleri arasında, leasing şirketlerine, benzer şekilde bankalar ve diğer özel kurumlar bulunmaktadır.

Tüketicilere yönelik olarak kredi kullandıran finans şirketleri ise Türkiye’de çok yeni olup, bir adet tüketici kredisi veren kurum (koçfinans) faaliyette bulunmaktadır. Hazine’den izin almış (Bosch, Siemens, Profilo) BSP Tüketici Finansman Şirketi ve Anadolu Tüketici Finansman Şirketi (ATF) bulunmakta olup faaliyete geçmemişlerdir.

1. Yasal Çerçeve

Türkiye’de Finans şirketlerinin faaliyette bulunmaları için gerekli olan yasal çerçeve; 06.10.1983 tarihinde Bakanlar Kurulu kararı ile kabul edilen, 90 Sayılı Ödünç Para Verme İşleri Hakkındaki Kararname’nin bazı maddelerinin değiştirilmesiyle ilgili 21 Haziran 1994 tarihli Kanun Hükmünde Kararname ile olmuştur.

Ödünç Para Verme İşleri Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine İlişkin Kanun Hükmünde Kararname 16.06.1994 tarihli ve 4004 sayılı Kanunun verdiği yetkiye dayanılarak Bakanlar Kurulunca 21.06.1994 tarihinde kararlaştırılmıştır⁽²⁾.

Bu KHK’nin birinci maddesinde KHK’nin amacı açıklanmıştır. Bu amaca göre; faiz veya her ne adla olursa olsun bir ivaz karşılığı veya ipotek almak suretiyle sürekli olarak ödünç para verme işleri ile uğraşan gerçek kişilerin ve finansman şirketleri ile factoring şirketlerinin faaliyetlerinin düzenlenmesi ve

² Bakanlar Kurulu, “Ödünç Para Verme İşleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine İlişkin Kanun Hükmünde Kararname” Resmî Gazete 21973(27Haziran 1994), s.1.

denetlenmesidir.

KHK'nin ikinci Maddesinde kanunun kapsamı ortaya konulmuştur. Bu kapsama göre;

Bankalar, sigorta şirketleri ve özel kanunlara göre ödünç para vermeye yetkili kılınan kuruluşlar ile tüzel kişilerin doğrudan, ortak veya iştirakleri vasıtasıyla dolaylı olarak ortaklık ilişkisi içinde buldukları diğer tüzel kişilere ödünç para vermeleri ve Sermaye Piyasası Kanunu çerçevesinde yetkili kurum ve kuruluşlarca yapılan işlemler hakkında bu KHK hükümleri uygulanmaz.

KHK'nin üçüncü maddesinde finans şirketlerinin tanımı yapılmış olup şöyledir: Finansman şirketi; devamlı ve mutad iştirak konusu olarak her türlü mal ve hizmet alımını kredilendirmek üzere ödünç para veren tüketici kredilerini, Factoring Şirketi; mal ve hizmet satışlarından doğmuş veya doğacak alacakları temellük ederek, tahsilini üstlenen, bu alacaklara karşılık ödemelerde bulunarak finansman sağlayan şirketleri ifade eder.

KHK'nin 12. maddesine göre, finansman şirketleri ve factoring şirketleri, kuruluşlarının ticaret siciline tescili tarihinden en geç 180 gün içinde faaliyet izni almak için Hazine Müsteşarlığına başvururlar. Süresi içinde başvurmayanlara izin verilmez.

KHK'nin 13. maddesine göre, müsteşarlık bu şirketlerin uygulayacakları faiz oranları ile alacakları diğer masraf ve gelirlerin azami oranlarını tespiti veya serbest bırakmaya yetkilidir. Finansman şirketleri ile factoring şirketleri,

* Ana faaliyet konuları dışında başka bir işle iştirak edemezler.

* Teminat mektubu veremezler.

* Mevduat veya her ne ad altında olursa olsun bir ivaz karşılığı para toplayamazlar. Sermaye Piyasası Kanununa göre menkul kıymet ihracı ile uluslararası piyasalardan ödünç para alınması bu hükmün dışındadır.

2. Koçfinans Örneği

Koç Tüketici Finansmanı A.Ş., 30 Mart 1995 tarihinde Koç Holding'e bağlı çeşitli şirketlerin ortaklığı ile kurulmuş bir tüketici finansman şirkettir. Kuruluş Sermayesi 1.000.000.000.- TL. olan şirket, ilk tüketici kredisini Temmuz 1995'te kullanmıştır.

Koç topluluğuna bağlı üretim şirketleri olan Arçelik, Beko, Tofaş, Otosan ve Karsan'ın üretmiş olduğu mamüllerin finansmanını sağlayan şirket, ayrıca gruba bağlı Koç Unisys bilgisayarlarının ve yine topluluk şirketlerinden olan Goodyear'ın üretmiş olduğu traktör lastiklerinin çiftçiye satılmasında da kredi kullanmaktadır.

Koç grubunu tüketici finansmanına yönelik olarak böyle bir örgütlenmeye gitmesinin ardında gruba bağlı şirketlerin üretmiş oldukları malların nitelikleri önemli bir etkidir. Şöyleki hem dayanıklı tüketim malları hemde otomotiv ürünlerinin birim fiyatlarının yüksek oluşu tüketicileri vadeli alımlara yöneltmektedir. Koç grubunda bu şekilde üretim yapan şirket sayısının fazla olması böyle bir finans şirketinin kurulmasını gerektirmiştir.

Sadece, Koç grubu içerisindeki şirketlerin mallarının satışında tüketici kredisi kullanılmaktadır. Koçfinans bu yapısı ile, ABD'deki otomobil ve dayanıklı tüketim malı üreten şirketlerin bünyelerinde bulundukları Taksitli Satış Finansman Ortaklıkları ya da diğer adıyla Satış Finans Şirketlerine benzemektedir.

Kuruluşundan 30 Mart 1996 tarihine kadar geçen sürede tüketiciye faizi ile 8 trilyon TL., anapara olarak 5.5 trilyon TL. kredi kullandırmıştır. Bu rakamlar Mayıs 1996 itibari ile faizi ile 11 trilyon TL., anapara olarak da 8 trilyon TL.'dır.

Şirket yine Mart 1996 tarihi itibariyle 67.000 tüketiciye kredi kullandırmış olup bu rakam Mayıs sonu itibari 90.000 tüketicidir.

Şirket otomotiv ve dayanıklı tüketim malı olmak üzere iki ana grupta organize olmuştur.

4 aydan 24 aya kadar en az 5 milyon TL.'lık tüketici kredisi kullandırmaktadır.

Toplam 7.000 Koç Grubu ürün satan bayiden 1050'sine ulaşılmış olup, bu rakamın 1996 yılı sonu itibariyle 3000 ve 1997 yılı sonu itibariyle 7000 adet olması planlanmıştır.

2.1. Kuruluş Amacı

Koçfinans kurulmadan önce, Koç topluluğunun üretmiş olduğu mamüller iki veya üç ayda bir düzenlenen taksitli satış kampanyaları ile pazarlama şirketleri (Atılım Pazarlama A.Ş., Tofaş Oto Ticaret vd.) aracılığı ile tüketicilere ulaştırılıyordu.

Düzenlenen kampanyalarda geri ödemeler çeşitli vadelerde olurken, ürünlerin tüketiciye teslimi doğrudan hemen teslim yöntemi ile veya ilk birkaç taksit ödendikten sonra olmaktadır. İlk taksitli satış kampanyasından bugüne kadar geçen süre içerisinde yapılan gözlemlerde, tüketicilerin ürünleri hemen

alma eğiliminde oldukları belirlenmiş olup, ilk birkaç ay ödendikten sonra teslim yöntemini ise daha çok düşük gelir gruplarının tercih ettiği görülmektedir. İkinci yönteme üreticiler, daralan satış dönemlerinde, düşük taksit dilimlerini ödeyebilecek marjinal tüketicileri çekerek durgunluğu aşmak için zaman zaman başvurumaktadırlar.

Her iki yöntemde de, pazarlama şirketleri ön plana çıkarak uzman olmadıkları bir alanda finans şirketi gibi tüketicileri finanse etmek durumunda kalmaktadırlar. Bu yöntem pazarlama şirketlerine ek maliyetler yüklemektedir.

Pazarlama şirketleri, asli görevleri yanında bu kampanyaların finansman boyutu ile de ilgilenmek durumunda kalmaktadırlar.

Kampanya dolayısıyla üreticiler ise, kampanyada tüketicilere teslim ettikleri mamüllerin hammadde bedellerini ya önceden peşin olarak ödemek ya da taksitli olarak almak durumunda kalmaktadırlar. Bu yöntemlerden ikincisi hep tercih edilmiş olup taksitli hammadde alımı üretici şirketlerin maliyetlerini arttırmaktadır. Diğer bir deyişle, büyük tutarlara ulaşan bu kampanyalarda satılan mamüllerin hammadde bedellerinin büyük tutarlarda olması üretici şirketleride vadeli hammadde almaya yöneltmiştir.

Tüketicilerin taksitle mamül alması, üretici ve tüketici arasında köprü olan bayileri de vadeli olarak pazarlama şirketlerinden mal alma sürecine götürmektedir. Bu zincir üretici şirketin de taksitli hammadde alması ile sonuçlanmaktadır.

Devamlı vadeli alınan hammaddeler üretici işletmenin giderlerini yukarıya çekmekte bu da mamüllerin birim fiyatlarına yansımaktadır.

Koçfinans bu maliyet zincirini kırmak, pazarlama şirketinin asli görevine dönmesini sağlamak için kurulmuştur denilebilir. Böylece üretim ve pazarlama şirketlerinin yanına bir finans şirketi gelecek yeni bir üçlü halka oluşmuştur. Bu üçlü halkada, Koçfinans'ın görevi, tüketiciyi kredilendirerek perakendeciyi, pazarlamacıyı ve üreticiyi finansal açıdan rahatlatmaktır. Diğer bir deyişle, tüketicinin Koçfinans tüketici kredisini kullanarak bayiden peşin mal alması, satıcı firmayı peşin olarak mal almaya yöneltebilmekte buda üretici firmanın daha likit bir hale gelmesini sağlamaktadır. Böylelikle daha likit hale gelen üretici firma hem vade farkı ödemediği peşin mal alabilmekte hemde peşin hammadde almanın verdiği avantajlardan yararlanabilmektedir. Likit olmanın sağladığı bu çifte avantaj ile üretim maliyetleri düşerken üretim işletmesinin rekabet gücünü arttırmaktadır. Bu maliyet avantajı ise orta vadede satışları arttırırken tüketici açısından da daha düşük fiyatla mamül alabilmesine imkan tanımaktadır.

2.2. Koçfinans'ın Fon Kaynakları

Koçfinans'ın kuruluş sermayesi 1.000.000.000.- TL. olup bu sermaye 11.03.1996'da 6.000.000.000.- TL'ye çıkarılmıştır. Koçfinans sermaye piyasasına kuruluş tarihinden itibaren geçen sürede iki kere başvurmuş ve 1.900.000.000.- TL'lik varlığa dayalı menkul kıymet ve 1.000.000.000.- TL'lik tahvil ihracı yapmıştır.

Koçfinans ayrıca Koçfinans'a ortak şirketlerden de borçlanma yoluna gitmektedir.

Elindeki bu kaynaklarını ise, 30 Mayıs 1996 tarihi itibari ile, 90.000 tüketiciye kullanmıştır. Bu kullanılan tutarın tamamı Koç Topluluğunun üretmiş olduğu mamülleri kapsamaktadır. Grup dışından başka şirketlerin mamüllerini bu aşamada kredilendirmemektedir.

2.3. Tüketici Kredileri Piyasası ve Koçfinans

1995 yılı sonu itibariyle tüketici kredisi veren banka sayısı 19'dur. Bankalardan tüketici kredisi kullananların sayısı bir önceki yıla göre %34 artarak 4.635.439'a, bankaların toplam tüketici kredisi hacmi ise %68 artarak 127.5 trilyon TL.'ya yükselmiş bulunmaktadır. Kanuni takipteki toplam kredi tutarı ise yaklaşık 355 milyar TL.'dir⁽³⁾

³ Bankalarımız 1995, TBB Yayını, İstanbul: 1996, s.38.

Koçfinans ise 1995'in ikinci çeyreğinin başından itibaren kullandırmaya başladığı tüketici kredilerinde, 1995 sonu itibariyle 800 bayi ile 40.000 tüketiciye 5.5 trilyon TL.'lık kredi kullandırmıştır.

Özel bir banka (Yapı ve Kredi Bankası), tüketici kredilerinde Koçfinans ile karşılaştırıldığında şöyle bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Faiz Oranları itibariyle;

| <u>Vade (Ay)</u> | <u>Özel Banka</u> | <u>Koçfinans*</u> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 3 Aylık | %8.50 | %4.98 |
| 6 Aylık | % 8.75 | %5 |
| 9 Aylık | % 9 | % 5.84 |
| 12 Aylık | % 9 | % 7.93 |
| 14 Aylık | — | % 8.24 |
| 18 Aylık | — | % 8.67 |
| 24 Aylık | — | % 9.19 |

Tablo 6 :
Tüketici Kredisi Faiz Oranları Tablosu

* Koçfinans'ta en az 4 aylık tüketici kredisi kullanılmaktadır. Koçfinans'taki rakamlar dayanıklı tüketim malı içindir.

Kredinin Geri Ödenmesinde ;

| Kredi Limiti | 3AY | 6 AY | 9 AY | 12 AY |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| 10.000.000 | 4.005.000 | 2.300.000 | 1.761.000 | 1.493.000 |
| 20.000.000 | 8.010.000 | 4.601.000 | 3.521.000 | 2.986.000 |
| 30.000.000 | 12.016.000 | 6.901.000 | 5.282.000 | 4.479.000 |
| 40.000.000 | 16.021.000 | 9.201.000 | 7.043.000 | 5.972.000 |
| 50.000.000 | 20.026.000 | 11.501.000 | 8.803.000 | 7.464.000 |
| 60.000.000 | 24.031.000 | 13.802.000 | 10.564.000 | 8.957.000 |
| 70.000.000 | 28.037.000 | 16.102.000 | 12.324.000 | 10.450.000 |
| 80.000.000 | 32.042.000 | 18.402.000 | 14.085.000 | 11.943.000 |
| 90.000.000 | 36.047.000 | 20.703.000 | 15.846.000 | 13.436.000 |
| 100.000.000 | 40.052.000 | 23.003.000 | 17.606.000 | 14.929.000 |
| 110.000.000 | 44.058.000 | 25.303.000 | 19.367.000 | 16.422.000 |
| 120.000.000 | 48.063.000 | 27.603.000 | 21.128.000 | 17.915.000 |
| 130.000.000 | 52.068.000 | 29.904.000 | 22.888.000 | 19.408.000 |
| 140.000.000 | 56.073.000 | 32.204.000 | 24.649.000 | 20.900.000 |
| 150.000.000 | 60.078.000 | 34.504.000 | 26.410.000 | 22.393.000 |
| 160.000.000 | 64.084.000 | 36.804.000 | 28.170.000 | 23.886.000 |
| 170.000.000 | 68.089.000 | 39.105.000 | 29.931.000 | 25.379.000 |
| 180.000.000 | 72.094.000 | 41.405.000 | 31.691.000 | 26.872.000 |
| 190.000.000 | 76.099.000 | 43.705.000 | 33.452.000 | 28.365.000 |
| 200.000.000 | 80.105.000 | 46.006.000 | 35.213.000 | 29.858.000 |
| 250.000.000 | 100.131.000 | 57.507.000 | 44.016.000 | 37.322.000 |

Tablo 7

KOÇFİNANS

DAYANIKLI TÜKETİM ÜRÜNLERİ İÇİN KREDİ KOŞULLARI

| | 4 AY | 5 AY | 6 AY | 7 AY | 8 AY | 9 AY | 10 AY | 11 AY | 12 AY | 14 AY | 18 AY | 24 AY |
|------------------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| KOÇFİNANS FAİZ ORANI % | 4.75% | 4.75% | 4.76% | 4.77% | 5.15% | 5.56% | 5.96% | 7.04% | 7.55% | 7.85% | 8.26% | 8.75% |
| VERGİ DAHİL NİHAİ FAİZ % | 4.98% | 4.99% | 5.00% | 5.01% | 5.47% | 5.84% | 5.25% | 7.40% | 7.93% | 8.24% | 8.67% | 9.19% |
| KREDİLENDİRİLECEK TUTAR (TL) | TAKSİTLER (TL) | | | | | | | | | | | |
| | 4 AY | 5 AY | 6 AY | 7 AY | 8 AY | 9 AY | 10 AY | 11 AY | 12 AY | 14 AY | 18 AY | 24 AY |
| 1.000.000 | 281.900 | 230.900 | 197.000 | 172.900 | 157.300 | 146.000 | 137.500 | 136.000 | 132.200 | 123.000 | 111.700 | 104.600 |

BSMV Oranı : % 5.00

10 Mayıs, 1996 tarihinden itibaren geçerlidir.

Tablo 8

Koçfinans dayanıklı tüketim mamüllerinde yukarıdaki tabloya göre tüketicileri kredilendirmektedir.

Yapı ve Kredi Bankasından yukarıdaki limitler dahilinde tüketici kredisi alabilmek için belirli bir gelir durumunu tüketici belgelemek durumundadır. Örneğin , 20.000.000.- TL.'lık ferdi kredi kullanmak isteyen bir kişi, 12 aylık bir kredi kullanımını için 9.960.000 TL, 100.000.000 TL.'lık bir ferdi kredi kullanmak isteyen bir şahıs 12 aylık bir kredi kullanımını için 30.595.000 TL., 150.000.000 TL.'lık bir ferdi kredi kullanmak isteyen bir birey 12 aylık bir kredi kullanımını için 45.891.000 TL., 200.000.000 TL.'lık bir ferdi kredi kullanmak isteyen birey, 12 aylık kullanım için 61.189.000 TL., ve 250.000.000 TL.'lık bir ferdi kredi kullanmak isteyen birey, 12 aylık kullanım için 76.486.000 TL. aylık gelir elde ettiğini belgelemelidir.

Bankadan istenen iki kefil ile gelir durumunu belgeleyen birey, 100.000.000 TL.'lık 12 ay vadeli kredi kullanmak istediğinde, tablo 7'deki ferdi kredi geri ödeme planı çerçevesinde 14.929.000 TL.'lik aylık geri ödemeleri yapmak durumundadır.

Koçfinans'tan tüketici kredisi kullanan birey ise alacağı ürün karşılığında Koçfinans'ın koyduğu kredi standartlarını yerine getirmek durumunda ise de, burada bayinin insiyatifi devreye girebilmektedir. Bu durumda kredi kullanan kişiden kefil istenmeyebilir. Diğer bir deyişle, bayi ile müşterisi arasındaki ilişkinin derecesine göre esnek bir yapıda olabilmektedir.

Bankalarda böyle bir durum söz konusu olmamaktadır.

Koçfinans'tan tüketici kredisi kullanmak isteyen birey, Koçfinans'ın kredi koşulları tablosundan kendisine uygun olanı seçerek kredi kullanmaktadır. Bu tabloya göre 12 aylık, 100.000.000 TL. kredi kullanmak isteyen bireyin ödeyeceği

aylık geri ödeme miktarı % 7,93'lük faizle 13.220.000 TL. olup bunun toplam tutarı 158.640.000 TL.'dir.

Aynı krediyi Yapı ve Kredi Bankasından kullanan birey ilk önce 100.000.000 TL. için serbest gelir uyumluluk tablosuna göre 12 aylık kredi için, 30.595.000 TL. bir gelir beyan etmek durumundadır. Bu işlemten sonra ferdi krediyi kullanan birey aylık 14.929.000 TL.'lik ödemeler ile kredisini geri ödeyecektir. Bu geri ödeyeceği kredilerin toplam tutarı ise 179.148.000 TL.'dir.

Birey Koçfinans'tan tüketici kredisi kullandığında 20.508.000. TL. karlı olacaktır.

Diğer bazı bankaların 100.000.000 TL.'lik 12 ay vadeli ferdi kredi için, geri ödeme tutarları ise aşağıdaki gibidir.

| | |
|-----------------|--------------|
| Esbank | 14.107.000.- |
| Garanti Bankası | 14.107.000.- |
| Pamukbank | 13.904.000.- |

Esbank veya Garanti Bankasından 12 ay vadeli bir tüketici kredisi kullanıldığında toplam ödenecek tutar, 169.284.000.- TL.'dir.

Pamukbank'tan kredi talep eden birey ise toplam 166.848.000 TL. ödeyecektir. Bu durumda Koçfinans tüketici kredisi, Esbank ve Garanti Bankasına göre, 10.644.000 TL., Pamukbank'a göre ise 8.208.000 TL. daha ucuza gelecektir.

Örneğin, bir tüketici Arçelik yaz kampanyasından 81.000.000 TL. peşin fiyatlı bir buzdolabını 7 ay vadeli kampanya ile aldığı ödeyeceği toplam tutar.

99.120.000 TL.'dir. Eğer tüketicisi, normal kampanyaya katılmayıp ta koçfinans'tan 69.000.000 TL.'lik tüketicisi kredisi kullandığıında -12.000.000 TL. peşinat ödediği varsayıldı- ödeyeceği toplam tutar 95.510.700 TL.'dir. Yine bu durumda da koçfinans tüketicisi kredisi Arçelik kampanyasından daha ucuza mal olmaktadır.

2.4. Neden Koçfinans Tüketicisi Kredileri Bankalara Göre Daha Düşüktür?

Koçfinans'ın ucuz kredi kullandırmasının belirli sebepleri bulunmaktadır. Bunlar ise şöyle sıralanabilir:

*Bankalar gibi mevduat toplamadığı için, mevduat munzam karşılığı ve dispoñibilite ayırmamasıdır. Dolayısıyla fon kaynaklarının tamamının tüketicisiye kredi olarak kullandırabilmektedir.

*Kullandırdığı kredilerden sadece % 5 oranında BSMV ödemektedir. Bir üretim işletmesi gibi KDV ödememektedir.

*Çok az sayıda personel ile çalıştığından personel giderleri bankalara göre daha düşüktür.

Bu sebepler tüketicisiye daha ucuza mal sağlama olanağını sağlar.

2.5. Koçfinans Tüketicisi Kredi Sistemi Nasıl İşliyor?

* Koçfinans ile "Satıcı Genel Sözleşmesi" imzalayan satıcıya başvuran tüketicisi, Koçfinans tüketicisi kredisinden faydalanmak istediğini belirttiğinde, satıcı Koçfinans tüketicisi kredisi sistemini tüketicisiye tanıtır. Bu sistemi benimseyen

tüketiciye de satıcı bayi, Koçfinans adına Dayanıklı Tüketim Ürünleri Tüketici Kredisi sözleşmesini doldurtur. Bayi müşteriden bir kefil isteyebilir. Eğer müşteriyi tanıyorsa buna gerek duyulmayabilir. Bu bayinin insiyatifindedir.

* Müşteri doldurmuş olduğu tüketici kredisinden bir kopyasını alır ve tüketici için işlem burada tamamlanmıştır. Tüketicinin bundan sonra yapacağı tek şey tüketici kredisi taksitlerini ödemektir. Müşteri borcunu bir gün dahi geç öderse % 15 gecikme faizi ödemek durumunda kalır. Oldukça yüksek olan gecikme faizi tüketicilerin borçlarını zamanında ödeme konusunda caydırıcı bir unsur olmaktadır.

* Bayi müşterinin doldurduğu sözleşmenin bir nüshasını Koçfinansına gönderir. Bir iki gün içinde talep edilen kredi miktarı Koçfinans tarafından bayini hesabına yatırılır. Koçfinans talep edilen krediyi bayinin hesabına yatırmakla tüketici adına tüketicinin satıcıdan peşin mal almasını sağlamış olur. Başka bir deyişle, satıcı malını tüketiciye peşin olarak satmıştır.

* Sözleşmede yapılan vadelere göre, müşteri aylık taksitlerinin ödemesini Koçfinans adına bayiye veya Koçfinansın belirlemiş olduğu banka hesaplarına yatırabilir. Koçfinansın bu kadar yüksek bir oranda gecikme faizi talep etmesinin ardında tüketicilerin borçlarını zamanında ödemeye yönlendirerek alacaklarını zamanında tahsil etmesini sağlamaktır. Bu şekilde firma hem daha iyi bütçe planları yapabilmekte hemde yükümlülüklerini zamanında yerine getirebilmektedir. Böylelikle gelecek hakkındaki tahminleri daha tutarlı olabilmektedir.

* Bu sistemde, üretici ile tüketici arasında tüketiciyi kredilendiren finans şirketi ve finans şirketi ile tüketici arasındaki ilişkileri yürüten bayi bulunmaktadır. Bayi bu sistemde sistemin tüketiciye tanıtılması ve bu sistemden faydalanmasına direkt olarak aracılık eden taraftır.

Aşağıda Koçfinans tüketici kredi sözleşmesi örneği verilmiştir.



TÜKETİCİ KODU J 037340

Tarih: / / 199

KOÇ TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş.

TÜKETİCİ
Adı ve Soyadı
İMZAKOÇFİNANS
İmza / kağıt kodu

[Signature]
ÖZLEMİŞ KURBAN / ÇOĞULUN ULUSOY
Genel Müdür Yardımcısı / Genel Müdür

KOÇ TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş.

DAYANIKLI TÜKETİM ÜRÜNLERİ TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMESİ

Madde 1 - KREDİ ŞARTLARI:

Aşağıda yer alan ve işbu sözleşmenin muhelli maddelerinde yer alan diğer bilgiler ve sözleşmenin ekinde tarafların bağlayıcıdır.

Bu madde ve 2.maddede yer alan "Geri Ödeme Planı" tüketimin alacağı Dayanıklı Tüketim Ürünü (bundan böyle "DTÜ" olarak anılacaktır) Tüketici Kredisi hususunda, açık ve net bir şekilde bildirilmesini amaçları yöneltik olup, maddede yer alan ve taraflarca mutabık kalınan kredi şartları, sözleşme süresince tüketimin aleyhine olacak şekilde değiştirilmeyecektir.

1. Tüketici Kredisi Veren: KOÇ TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş.

2. Tüketici:

NGE Cüz. Seri/Sıra No:

3. Satıcı:

4. Verilen Kredi Tutarı (Rakam ile): 5.000.000 TL

(Yazı ile): Bezmilyan

5. Aylık Faiz Oranı: % 4,75 (AYLIK)

Yıllık Faiz Oranı: % 57 (YILLIK BASIT)

6. Banka ve Sigorta Müahhemen Vergisi (BSMV): %5

7. Komisyon, Masraflı vs.:

8. Aylık Taksit Tutarı: 1.409.500 TL

9. Vade (Aylık): 4

10. Faiz ve Diğer Ürsürlere Birlikte Toplam Borç Tutarı:

(Rakam ile): 5.638.000 TL

(Yazı ile): Bezmilyan altı yüz otuz sekiz bin

11. Aylık Tamamı Faizi Oranı: % 15 dir.

12. Erken Kapatma Hakkında İndirim: 10.Md. hükümine göre yapılacaktır.

13. Kredi Konusu Ürün / Ürününün Cinsi: Küçük ev

14. Kredi Konusu Ürün / Ürününün Modeli: ARK 17

15. Kredi Konusu Ürün / Ürününün Fatura Tarih ve No.su:

16. Diğer Hususlar:

Madde 2 - GERİ ÖDEME PLANI VE KREDİNİN İŞLEYİŞİ:

Tüketici, Koçfinans tarafından kendi adına tahsis edilen DTÜ Tüketici Kredisi'nin, Ürünün teslimini müteakiben, bu maddede yer alan "Geri Ödeme Planı"na göre aylık taksitler halinde Koçfinans'a geri ödemeyi taahhüt eder. Tüketici, sözleşme imzalandığı andan itibaren aylık taksit tutarını bir tebligat, Koçfinans'tan almasını taahhüt eder. Tüketici, aylık taksit tutarını bir tebligat, Koçfinans'tan almasını taahhüt eder.

Taraflar, kredinin geri ödeme vade ve miktarlarını belirleyen "Geri Ödeme Planı"na göre işleyeceği kabul ve beyan ederler.

Ödeme planında belirtilen aylık kredi taksidi, kredi tutarı (amaçları belli bir bölüme) ile kredi faizi ve yasal olan ve işbu sözleşmenin mükelleflerinin icarır.

GERİ ÖDEME PLANI

| TAKSİT SAYISI | AYLIK TAKSİT TUTARI (TL) | ÖDEME TARİHİ |
|---------------|--------------------------|--------------|
| 1 | 1.409.500 | 15.8/199 |
| 2 | 1.409.500 | 15.9/199 |
| 3 | 1.409.500 | 17.10/199 |
| 4 | 1.409.500 | 17.11/199 |
| 5 | | |
| 6 | | |
| 7 | | |
| 8 | | |
| 9 | | |
| 10 | | |
| 11 | | |
| 12 | | |
| 13 | | |
| 14 | | |
| 15 | | |
| 16 | | |
| 17 | | |
| 18 | | |
| 19 | | |
| 20 | | |
| 21 | | |
| 22 | | |
| 23 | | |
| 24 | | |
| TOPLAM | | |

MÜŞTEREK BORÇLAR VE MÜTEBESİSİ KEFİLİ:

SOYADI: _____ ADI: _____ SOYADI: _____
BABA ADI: _____
NÜFUS CÜZDANI SERİ VE SIRA NO: _____
DOĞ. TARİHİ: / / 19 _____ DOĞ. YERİ: _____ DOĞ. TARİHİ: / / 19 _____
EV ADRESİ: _____
POSTA KODU: _____ ŞEHİR: _____
EV TEL. KODU: _____ EV TEL. NO: _____
İŞYERİ ÜNVANI: _____ GÖREVİ: _____
İŞ TEL. KODU: _____ İŞ TEL. NO: _____
ÇALIŞMA SÜRESİ: _____ AYLIK NET GELİR: _____
İMZA _____ İMZA _____

KREDİ BİLGİ FORMU

Sıra 6 ay içinde Koçfinans Tüketici Kredisi kullanıyorsanız bilgi formunu doldürünüz.

KİŞİSEL BİLGİLERİ
SOYADI: _____ BAĞKUR NO: _____
AD: _____ YIRIĞU: T.C. _____ DİĞER: _____
S CÜZDANI SERİ NO: _____ SIRA NO: _____
YERİ: _____ TARİHİ: / / 19 _____
EV: SAY: EVLİ: BEKAR:
ERLİK DURUMU: YAPTI: YAPMADI: HALEN ASKER:
ENİM DURUMU: İLK: ORTA: İSE: ÜNİVERSİTE:
KENDİ MALI: KİRA: LOMAH: AİLESİNİN:
MA SÜRESİ: YIL EV TEL. KODU: _____ TEL. NO: _____
EVİ İSE İPOTEĞİ VAR MI? EVET: HAYIR:
AÇIKLAMA: _____
AİLE BİLGİLERİ
KIZIN ADI: _____ DOĞ. TARİHİ: / / 19 _____
ERİ ÜNVANI: _____
EV: _____ ÇALIŞMA SÜRESİ: _____ YIL AY _____
ERLİK SAYISI: _____ BAKIMCA YÜKÜMLÜ OLUĞU KİŞİ SAYISI: _____
İŞ VE MESLEK BİLGİLERİ
MESLEĞİ: ÜCRETLİ: SERBEST: EMEKLİ:
ERİ ÜNVANI VE ADRESİ: _____
POSTA KODU: _____
İŞ TEL. KODU: _____ İŞ TEL. NO: _____
ERİ ÜNVANI: _____ ÇALIŞMA SÜRESİ: _____ YIL AY _____
ERİ ÜNVANI VE ADRESİ: _____
ERLİK İSE SON İŞYERİ ÜNVANI: _____

Tüketici yukarıda yer alan bilgi ve bu konuda diğer bilgiyi bilgilerini yanlış ve doğru olmadığına, krediyi kabul eden ünlü kabul eden, kredi kullanım şartları ve koşullarına mutabık olarak kabul ve beyan eder.

TÜKETİCİNİN
Adı ve Soyadı
İMZA

SAĞLIKLI
KREDİ / İMZA
[Signature]
Koçfinans Kurumları Y.Ö. 4
0680015789

TÜKETİCİ KODU J 037340

TÜKETİCİ KOPYASIDIR

SONUÇ

1988 yılında Türkiye’de bir bakıma koşulların zorlaması ile uygulama olanağı bulan tüketici kredileri geçen kısa sürede kamuoyu tarafından benimsenmiştir.

Dünya’da ilk uygulamaları banka dışındaki finans şirketleri tarafından gerçekleştirilen bu krediler, Türkiye’de tam tersine ilk olarak bankalar tarafından gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de finans şirketlerinin bankalardan sonra bu piyasada faaliyete geçmelerinin ardında yasal düzenlemelerin olmaması yatmaktadır.

Tüketicilere yönelik olarak kredi kullandıran banka dışı ilk şirket olan Koçfinans, kurulduğu tarihten bugüne kadar geçen kısa zaman içinde iyi bir performans sergilediği kullandırmış olduğu kredilerin hacminden anlaşılmaktadır.

Kamuoyunu direkt bilgilendirici, tanıtıcı bir reklam çabası içinde bulunmamasına rağmen, kamuoyu tarafından kısa sürede tanınır hale gelmesinin ardında vermiş olduğu kredilerin tüketiciye maliyetinin düşük olmasının payı büyüktür.

Tüketici, Koçfinans tüketici kredisini bankalara göre daha düşük bir maliyet ile temin edebilenken, tüketiciler için bu avantaj sadece Koç Topluluğu ürünleri talep edildiği durumlarda sözkonusu olabilmektedir. Bankalardan kullanılan ferdi kredilerde ise böyle bir sınırlama yoktur.

Ticari ünvanında geçen, Koç Tüketici Finansmanı A.Ş.’deki tüketici kelimesi, ABD’deki tüketici finans şirketlerini çağrıştırıyorsa da, kullandığı kredilerin sadece Koç Topluluğunun ürettiği mamüller için söz konusu olması, bu

yönüyle Koçfinans'ı satış finans şirketlerinin bağımlı satış finans şirketleri türüne girmesine yol açmaktadır.

Koçfinans her ne kadar tüketici kredileri kullanıyorsa da üreticilere yönelik traktör lastiği ve şehiriçi hatlarında kullanılmak üzere kredilendirilen Otosan Transit minibüsleri için vermiş olduğu kredi gerçekte işletme kredisi kapsamına girmektedir.

Bankalar ucuz mevduat fonlarına ulaşabilirlerken (Türkiye'de Mevduat Munzam Karşılığı ve Disponibilite oranına TCMB faiz vermeyerek bu ucuz fonları kısmen bankalar için pahalılaştırmaktadır) Finans şirketlerinin böyle bir olanağı yoktur. Finans şirketleri ise mevduat toplamadıklarından mevduat munzam karşılığı ve disbonibilite ayırmazlar. Böylelikle finans şirketleri fonların tamamını tüketici kredilerinde kullanılabileme olanağı elde ederler.

Koçfinans'ın kısa zamanda ulaştığı rakamlar, yakın gelecekte tüketici kredileri piyasasında bankalar ile çetin bir rekabetin olacağını göstermektedir. Bu rekabet kuşkusuz tüketiciye yarayacak ve tüketiciler bugünkü şartlardan daha da düşük maliyetli kredi kullanabilme olanağını elde edebileceklerdir.

Gelişmekte olan genç bir nüfusa sahip olan Türkiye'de tüketicilerin tüketim eğilimlerinin yüksek olması, gelecekte kredi piyasasına olan talebi ve dolayısıyla mallara olan talebi arttırabilecektir. Bu talepte arz ile karşılanamaz ise talep enflasyonuna sebep olabilecektir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Kitaplar :

- AKKURT, Alev : **Tüketici Kredileri**, TCMB Yayınları
Seri No: 9, Ankara : 1989.
- ALPERGİN, Pelin : **Bireysel Bankacılık**, Türkiye Bankalar Birliği
Araştırma ve Yayın Grubu, 1990.
- AYDIN, Nurhan : **Tüketici Kredileri**, T.C. Anadolu Üniversitesi
Yayınları No:484, Eskişehir: 1991.
- BEARES, Paul : **Consumer Lending**, American Bankers
Association, Washington DC, 1987.
- GARDNER, Mona J. ve MILLS, Dixie : **Managing Financial Institutions**, The Dryden
Press, 1988.
- GUP, Benton E. : **An Introduction Financial Intermediaries**:
Houghton, Mifflin Company, Boston: 1976.
- HEMPEL, George H. ve YAWITZ, Jess B. : **Financial Management of Financial Institutions**.
Prentice Hall, New Jersey: 1976
- İMREN, Arzu : **Tüketici Kredileri**, Era Basım Yayım Dağıtım,
İstanbul : 1994.
- KAUFMAN , George G. : **The U.S. Financial System**, Prentice Hall,
New Jersey: 1980
- KENT, Raymond P. : **Money and Banking**, Fourth Editions, Holt,
Rinehart and Wington, New York: 1961.
- KIZILYALLI, Hüsnü : **Dünya'da ve Türkiye'de Orta Vadeli Krediler**,
İstanbul: 1978.
- KOCH, Timothy W. : **Bank Management**, The Dryden Press,
New York:1988.
- ROSE, Peter S. : **Money and Capital Markets**, Business Publication,
Inc.Pfano, Texas: 1983
- ROSE, Peter S. ve KOLARİ, James W. : **Financial Institutions**, Fifth Edition, Irwin Press:1995
- ROSENBERG, R.Robert ve NAPLES,
Ralf V : **Personal Finance & Consumer Economics**,
New York:1976.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- TOPÇU, Mehmet : **ABD'de Mali Aracı Kurumlar ve Amerikan Bankacılığı ile Finans Piyasasındaki son gelişmeler**, Maliye Bakanlığı Teknik Kurulu Yayını No: 257 Ankara: 1983.
- YEAGER, Fred C. ve SEITZ Neil E. : **Financial Institution Management**, Third Edition, Prentice Hall, New Jersey: 1989.

Makaleler:

- OĞUZTÜRK, Osman : **Para ve Sermaye Piyasası Dergisi**, Haziran 1989
- İMRE, Ahmet N. : **Para ve Sermaye Piyasası Dergisi**, Haziran 1989
- YAVRUCU, Ayhan : **Para ve Sermaye Piyasası Dergisi**, Haziran 1989
- AKÇAER, Tülay- Gürkan : **Uzman Gözüyle Bankacılık**, Yıl 3. Sayı:11, Eylül 1995.

Diğer :

- SARIKAMIŞ, Cevat : **Taksitli Satış Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri Semineri**, İTO Yayını, 1988.
- SOLAKOĞLU, Cengiz : **Taksitli Satışlar Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri Semineri**, İTO Yayını, 1988.
- BLAUROCK, Uwe : **Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar Paneli**, İTO Yayını, 1992.
- ÖZSUNAY, Ergun : **Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar Paneli**, İTO Yayını, 1992.
- FRİGNANİ, Aldo : **Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar Paneli**, İTO Yayını, 1992.
- HONDİUS, Ewoud : **Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar Paneli**, İTO Yayını, 1992.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Tüketici Kredileri, İKV Yayını Yayın No: 1978.

Bankalarımız 1995, TBB Yayını, İstanbul: 1996.

Bankalar Kurulu "Ödünç Para Verme İşleri Hakkında Kanun Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine İlişkin Kanun Hükümünde Kararname" Resmi Gazete, 21973 Haziran 1994.

Internet

[http: //www.kilim.com.tr/Koçfinans](http://www.kilim.com.tr/Koçfinans).

