

6112!

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ \*SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI  
İKTİSAT PROGRAMI

TÜKETİCİ KREDİLERİ ve TÜRKİYE UYGULAMASI



YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ahmet ÖZGÜMÜŞ

KASIM - 1996

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ \* SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI  
İKTİSAT PROGRAMI

TÜKETİCİ KREDİLERİ ve TÜRKİYE UYGULAMASI

Ahmet ÖZGÜMÜŞ

Karadeniz Teknik Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce

Bilim Uzmanı (İktisat)

Ünvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez'dir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 06.11.1996

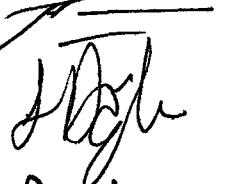
Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 26.11.1996

Tezin Danışmanı : Prof. Dr. Atila KESİM

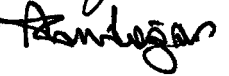


Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Abdullah ÖÇER

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Hüseyin DAĞLI



Enstitü Müdürü : Prof. Dr. Alaettin TANDOĞAN



Kasım - 1996

TRABZON

## 0. SUNUŞ

### 00. Önsöz

Tüketim alışkanlıklarının gerçekleşme biçimleri insanlık tarihi boyunca değişiklikler göstermiştir. Bu değişim sürecinde tüketici kredileri tüketim alışkanlıklarının gerçekleşme araçlarından biri olmuş ve gelişmiş ülkelerin hemen hepsinde tüketici kredileri hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir.

Ülkemizde de 1980'li yıllarda liberalleşmenin başlamasıyla insanların yaşam tarzlarındaki değişme, tüketim alışkanlıklarının gerçekleşme biçimlerinde değişiklik yaratmasıyla ve 1988 yılının sonlarına doğru ekonomide yaşanan durgunluk neticesinde ticari ve sınai kesimlere yeteri kadar para satamayan Türk Bankacılık kesiminin, yüksek faizlerle topladığı mevduatı tüketici kredileri yoluyla bireylere plase etmeye başlamasıyla tüketici kredileri uygulamasına geçildi.

Bu tezde, ülkemizde bu şekilde uygulanmasına başlanan tüketici kredileri, genel olarak ve uygulama sonuçları yönünden irdelenmeye çalışıldı.

Çalışma teorik olup, konu ile ilgili kitap, tez, dergi, makaleler taranarak ve ilgili istatistiklerden faydalanılarak hazırlanmıştır. Ülkemizdeki uygulama sonuçları Türkiye Bankalar Birliğince 3'er aylık dönemler halinde yayınlanan "Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları"ndan oransal dağılımlar hesaplanarak ortaya konmaya çalışılmıştır. Tüketici kredilerinin ekonomiye etkilerinin miktar olarak tespiti mümkün olamamış, sadece genel olarak belirtilmiştir.

Tezin hazırlanmasında katkılarından dolayı danışmanım Sayın Prof. Dr. Atilla KESİM'e teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Trabzon, Kasım 1996

Ahmet ÖZGÜMÜŞ

## 01 İÇİNDEKİLER

	Sayfa Nr
0. SUNUŞ.....	III
00. ÖNSÖZ.....	III
01. İÇİNDEKİLER.....	IV
02. ÖZET.....	VII
03. SUMMARY.....	IX
04. TABLOLAR LİSTESİ.....	XI
05. KISALTMALAR LİSTESİ.....	XII
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

1. GENEL OLARAK TÜKETİCİ KREDİLERİ.....	3-13
10. Tüketici Kredisinin Tanımı ve Tarihçesi .....	3
100. Tanımı.....	3
101. Tarihçesi.....	4
11. Tüketici Kredisinin Özellikleri .....	5
12. Tüketici Kredisinin Türleri .....	6
120. Vade Yapılarına Göre Tüketici Kredileri .....	6
121. Veriliş Biçimine Göre Tüketici Kredileri.....	6
1210. Doğrudan Nakit Şeklinde Verilen Tüketici Kredileri.....	7
1211. Mal ve Hizmet Satınalımının Finansmanı Yoluyla Verilen Tüketici Kredileri... ..	7
122. Geri Ödeniş Biçimlerine Göre Tüketici Kredileri.....	9
1220. Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri.....	9
1221. Rotatif (Döner) Limitli Tüketici Kredileri... ..	12
1222. Tek Ödemeli Tüketici Kredileri.....	13

## İKİNCİ BÖLÜM

2. TÜKETİCİ KREDİSİNİN YARARLARI, SAKINCALARI ve EKONOMİK ETKİLERİ.....	14-24
20. Tüketici Kredisinin Yararları.....	14
200. Tüketici Açısından Yararları.....	15
201. Üretici ve Satıcı Açısından Yararları.....	16
202. Bankalar Açısından Yararları.....	18
21. Tüketici Kredisinin Sakıncaları.....	20
210. Tüketici Açısından Sakıncaları.....	20
211. Üretici ve Satıcı Açısından Sakıncaları.....	20
212. Bankalar Açısından Sakıncaları.....	21
22. Tüketici Kredilerinin Ekonomik Etkileri.....	22
220. Ekonomiye Canlandırma Açısından.....	22
221. Enflasyon Açısından.....	23
222. Kapasite Kullanımı ve Maliyetler Açısından.....	24

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE’DE TÜKETİCİ KREDİLERİ.....	25-61
30. Türkiye’de Tüketici Kredisi Uygulamasına Geçiş Etkileyen Faktörler .....	25
300. Kredi Pazarlamasındaki Problemler.....	25
301. Gelişmiş Ülkelerde Bankacılık Sektöründeki Son Yönelimler.....	27
302. Teknolojik Gelişmeler.....	28
303. Varlığa Dayalı Menkul Kıymet (VDMK) Uygulaması.....	28
31. Türkiyede Tüketici Kredilerinin Sınıflandırılması.....	29
310. Doğrudan Nakit Olarak Verilen Tüketici Kredileri.....	29
311. Mal ve Hizmet İhtiyacını Karşılama Amacıyla Verilen Tüketici Kredileri.....	29
32. Tüketici Kredilerinin Pazarlanması.....	30
33. Tüketici Kredisi Verilmesi İşlemleri.....	32
330. Tüketicinin Kredi Başvurusu.....	32
331. Tüketici Kredilerinden Faydalanabilenler.....	32

332. Tüketici Kredisi Talep Edenlerden İstenilen Belgeler.....	32
333. Tüketici Kredisi Verilirken Dikkat Edilen Hususlar.....	34
334. Tüketici Kredisinin Onaylanması.....	34
335. Tüketici Kredisinin Verilmesi Aşamasındaki İşlemler.....	35
34. Türkiye’de Tüketici Kredisi Uygulamasına Bir Örnek.....	36
340. Taşıt Kredisinden Yararlanabilecek Tüketiciler.....	36
341. Vade.....	36
342. Taşıt Kredisinin Kullanılabilmesine İlişkin Genel Esaslar.....	36
343. Taşıt Kredisi Tutarı.....	37
344. Faiz.....	37
345. Güvence.....	37
346. Taşıt Alım Kredisinin Verilmesine İlişkin Formaliteler.....	38
35. Türkiye’de Tüketicinin Korunması ve Aydınlatılması.....	40
350. Kredi Sözleşmesi Yapılmasından Önce Tüketicinin Korunması.....	40
351. Kredi Sözleşmesinde Tüketicinin Korunması.....	42
352. Kredi Sözleşmesinden Sonra Tüketicinin Korunması.....	45
36. Tüketici Kredilerinin Taksitlendirilmesi ve Gerçek Maliyet.....	45
360. Tüketici Kredilerinin Taksitlendirilmesi.....	45
361. Tüketici Kredisinin Gerçek Maliyeti.....	50
37. Türkiye Ekonomisinde Tüketici Kredilerinin Yeri.....	52
370. Tüketici Kredilerin Toplam Krediler İçerisindeki Yeri.....	52
371. Yıllara Göre Kullanılan Toplam Tüketici Kredileri.....	53
372. Tüketici Kredisinin Kullanım Alanları ve Talep Edenlerin Profili.....	54
3720. Tüketici Kredilerinin Mal ve Hizmet Gruplarına Göre Dağılımı....	54
3721. Tüketici Kredisi Kullananların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı..	56
3722. Tüketici Kredisi Kullananların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	57
3723. Tüketici Kredisi Kullananların Gelir Seviyelerine Göre Dağılımı...	58
3724. Tüketici Kredisi Kullananların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı.	59
38. Tüketici Kredilerinin Türkiye Ekonomisine Etkileri.....	59

4. GENEL DEĞERLEME, SONUÇ ve ÖNERİLER.....62-65

YARARLANILAN KAYNAKLAR.....66-68

ÖZGEÇMİŞ

## 02. ÖZET

Tezde, genel olarak tüketici kredileri ve Türkiye'deki uygulaması işlendi. Tezin amacı, uygulayıcı ve yararlananlara, tüketici kredileri konusunda teorik bilgi vermek ve uygulama sonuçlarını ortaya koymaktır.

Tezde, tüketici kredisinin tanımı, tarihçesi, özellikleri, türleri ile yararları, sakıncaları ve ekonomik etkileri konusunda genel bilgiler verildikten sonra, Türkiye'de tüketici kredisi uygulamasına geçiş, Türkiye'de tüketici kredilerinin sınıflandırılması, pazarlanması, tüketici kredisi verilmesi işlemleri (kredi başvurusu, kimler başvurabilir, istenilen belgeler, verilirken dikkat edilen hususlar, kredinin onaylanması, verilmesi aşamasındaki işlemler), tüketici kredisi uygulamasına bir örnek (taşıt alım kredisi), tüketicinin korunması ve aydınlatılması, tüketici kredilerinin taksitlendirilmesi ve gerçek maliyet, Türkiye ekonomisinde tüketici kredilerinin yeri (toplam krediler içerisindeki yeri, yıllara göre kullanılan toplam tüketici kredileri, mal ve hizmet gruplarına göre tüketici kredilerinin dağılımı, tüketici kredisi kullananların meslek, yaş, gelir ve eğitim düzeylerine göre dağılımı) ve tüketici kredilerinin Türkiye ekonomisine etkileri incelenmiştir.

Tezde kullanılan yöntem teoriktir. Tez, konu ile ilgili kitap, tez, dergi, makaleler taranarak ve Türkiye Bankalar Birliğince üçer aylık hazırlanan "Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları"ndaki istatistiki bilgilerden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Tüketici kredilerinin, bireylerin bütçe problemlerini çözmede yardımcı olarak hayat standartlarını yükselttiği, tüketiciye peşin para ile mal almak avantajını sunduğu, bankalara, ticari kredilerdeki talep yetersizliğinden dolayı ellerinde kalan atıl fonları plase etmek imkanı verdiği, piyasada durgunluk olması halinde bunun aşılmasına yardımcı olduğu, yığın üretimini teşvik ederek, bir çok mala geniş bir kitlenin kolaylıkla sahip olmasını mümkün kıldığı, piyasada durgunluğun olduğu, ticari ve sınai kesiminin kredi talebinin azalıp, bankaların yüksek faizle topladıkları mevduatı plase etmekte zorlandığı 1988 yılının son aylarında Türkiye'de verilmeye başlanan tüketici kredilerinin kısa sürede yaygınlık

kazanarak 1989 yılı sonu itibariyle 120.100.000.000.- TL iken 1995 yıl sonu itibariyle 127.471.300.000.000.- TL'ye ulaştığı (1989 yılına göre reel karşılığı 4.202.800.000.000.- TL) ve 4 635 439 kişinin faydalandığı, böylelikle ekonomimize bir canlılık ve dinamizm getirdiği, 1995 yılı sonu itibariyle tüketici kredisi kullananların %44'ünün sırasıyla beyaz ve elektronik eşya, ev eşyası ile otomobil alımına yöneldiği, bunların %60'ının memur ve işçiler, %54'ünün de 26 - 45 yaş grubu insanları olduğu, gelir seviyesi düşük insanların krediye daha çok yöneldiği, eğitim düzeyi arttıkça daha yüksek meblağlarda kredinin kullanıldığı, tüketici kredilerinden %43'ünün otomobil kredisi olduğu, tüketici kredilerinin en çok yoğunlaştığı mallardaki talep tüm yıla yayılarak, taleplerin konjonktürel ve mevsimsel olumsuzluklardan etkilenmemesine katkı sağladığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, tüketici kredisinin gerçek maliyetinin görünenin çok üzerinde olduğu belirlenmiştir.





### 03. SUMMARY

In this thesis, consumer credit and its application in Turkey have been analyzed. The major purpose of this thesis is to offer a theoretic and practical information regarding the subject of consumer credits.

After presenting some general information about consumer credits- definition of consumer credits, its historical developments, their properties and types- detailed information in consumer credits concerning historical developments, their properties and types, its marketing, qualifications for requesting consumer credits (applying to credit, required documents and other procedures), automobile (vehicle) credit application, safeguarding and informing of consumers, instalmenting and real cost of credit in Turkey, share of consumer credits on Turkey's economy (share of consumer credits in total credits, amount of total consumer credit by year, distribution of consumer credit by commodity and service groups and analysis of consumer used consumer credits by major, age, income and education) and the impacts of consumer credits on Turkey's economy have been presented.

In this thesis a theoretical approach has been employed. Various literature, books, theses and articles and statistical series obtained Cumulative Consumer Credits Estimated Reports issued by The Unions of Turkish Banks are being utilized.

It is generally accepted that consumer credits are helpful to reduce budget deficit of consumers, to increase life standards, to finance consumers for purchasing goods and services in advance, to reduce demand shortage for commerce credits and then to utilize idle funds, to remove stagflation in economy, to encourage mass production and to increase consumer welfare.

During the economic stagflation in the fourth quarter of 1988, commerce and industrial sectors' credits demand decreased dramatically and banks have been forced to pay high interest rate for the demand deposit, but consumer credits in Turkey have been

widened in a great amount. Since the end of 1989, the amount of consumer credits have been reached to 120.100.000.000.- TL and to 127.471.300.000.000.- TL at the end of 1995 (in real terms 4.202.800.000.000.- TL in 1989 prices). At the end of 1995, the number of consumers obtained consumers credits have been reached to 4 635 439. About 44% percent of consumer creditors purchased electronic and kitchen items. 60% percent of consumers are officers and workers; 54% percent of consumers are at between 26-45 age groups. It is a fact that low income group people are generally demanding more consumer credits, and as education level increase the amount of demanded credit increases. respectively. 43% percent of consumer credits are automobile credits. As a matter of fact that consumer credits are mainly financed purchasing goods and services and then increased demand year by year and reduced the effects of conjectural and seasonal fluctuations in some certain commodities. In addition, it has been determined that reel cost of consumer credit was more than its appearance.



## 04 TABLOLAR LİSTESİ

<u>Tablo Nr</u>	<u>Tablonun Adı</u>	<u>Sayfa Nr</u>
1	12 Ay Vadeli Tüketici Kredisi Nakit Akış Tablosu (TL)	47
2	6 Ay Vadeli Tüketici Kredisi Nakit Akış Tablosu (TL)	48
3	3 Ay Vadeli Tüketici Kredisi Nakit Akış Tablosu (TL)	49
4	Türk Bankacılık Sisteminde Tüketici Kredilerinin Toplam Krediler İçindeki Payı	52
5	Türk Bankacılık Sisteminde Yıllık Dönemler (Yıl Sonları) İtibariyle Verilen Kümülatif Tüketici Kredileri	53
6	Kullanılan Tüketici Kredilerinin Mal ve Hizmet Gruplarına Göre Oransal Dağılımı	55
7	Tüketici Kredisi Kullananların Meslek Gruplarına Göre Oransal Dağılımı	56
8	Tüketici Kredisi Kullananların Yaş Gruplarına Göre Oransal Dağılımı	57
9	1995 Yılı Sonu İtibariyle Tüketici Kredisi Kullananların Gelir Seviyelerine Göre Oransal Dağılımı	58
10	Tüketici Kredisi Kullananların Eğitim Düzeylerine Göre Oransal Dağılımı	59

## 05 KISALTMALAR LİSTESİ

A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
A.Ş.	: Anonim Şirket
BSMV	: Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KKDF	: Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu
Km	: Kilometre
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
T.C.M.B.	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
T.L.	: Türk Lirası
v.b.	: ve benzeri
VDMK	: Varlığa Dayalı Menkul Kıymet
v.s.	: ve sair

## GİRİŞ

Sosyal hayattaki gelişmenin bir sonucu olarak, günümüz ekonomisinde kredi düzenine geçilmiştir. Kişilerin bugünkü ihtiyaçlarını gelecekteki kazançları ile temin etmek istemeleri neticesinde tüketici kredileri ortaya çıkmıştır.

Ticari amaçlar dışında mal ve hizmet alımı için doğrudan doğruya tüketiciye sağlanan bir kredi olan tüketici kredisi, kişilere hertürlü ihtiyaçlarını derhal elde etme imkânı vermektedir.

Tüketicilerin tüm tüketim ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla verilen tüketici kredisi, çağımızda hukuki ve sosyal temeller üzerine oturmuştur.

ABD'de 19. yüzyıl sonlarından itibaren verilmeye başlanan tüketici kredileri, II. Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'da yaygınlık kazanmış ve nihayet 1988 yılından itibaren Türkiye'de ilk uygulamaları görülmüştür. Önceleri birkaç özel bankanın çabaları ile bu uygulama tanıtılmış ve bugün bir çok ticari banka tarafından verilmeye başlanmıştır. Bankaların tüketici kredilerine yönelmelerinde batılı ülkelerde artan bireysel bankacılık faaliyetlerinin etkisinin yanısıra ülkemizin özel koşullarının da önemli etkisi olmuştur. Diğer taraftan tüketicinin ve özellikle tüketim malı üreten kuruluşların bu uygulamadan yararlanmaları, yani herkesin yararlandığı bir sistem olması, uygulamanın yaygınlık kazanmasını kolaylaştırmıştır.

Gerçekten tüketici kredileriyle, tüketiciye peşin para ile mal alma avantajı sunularak mevcut teknolojiden, eskimeden veya modası geçmeden yararlanma imkanı sağlanmakta ve hayat standardı yükseltilmektedir. Talebin yükselmesiyle beraber satışların artması, özellikle ekonomik durgunluk dönemlerinde ayakta kalabilme ya da karlılığın devamı açısından üretici veya satıcı firmalara önemli yararlar sağlamaktadır. Nitekim 1988-1992 döneminde bir çok sanayi dalı ekonomik durgunluktan şikayet ederken, otomobil gibi bazı sanayi dallarında önemli bir gelişme sağlanmıştır. Bu gelişmede tüketici kredilerinin

önemli bir payı olduğu öne sürölmektedir. Bankalara ise ellerindeki atıl fonları plase etme imkanı vermektedir.

Tüketici kredileri hakkında genel bilgiler vermek yararları, sakıncaları, gerçek maliyeti konusunda tüketiciyi aydınlatmak, bu açılardan ölkemiz uygulaması ve sonuçlarını ortaya koymak çalışmanın amacını teşkil etmektedir.

Çalışmada izlenen yöntem teorik olup, tüketici kredilerinin kavramsal temellerinden bahsedilmekte, yarar ve sakıncaları, Türkiye Bankalar Birliğince üçer aylık dönemler halinde hazırlanan "Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları"ndan faydalanılarak Türkiye ekonomisine etkileri ve uygulama sonuçları irdelenmektedir.

Özellikle tüketici kredilerinin ekonomik etkileri konusunda somut bulgular elde edilememiş, genel olarak etkileri üzerinde durulmuştur.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. GENEL OLARAK TÜKETİCİ KREDİLERİ

#### 10. Tüketici Kredisinin Tanımı ve Tarihçesi

##### 100. Tanımı

Genel anlamda tüketici kredileri, herhangi bir hizmetin veya malın satın alınmasına bağlı olarak ya da olmayarak, ticari amaçlar dışında bireylere, sonradan belirli koşullarla geri ödenmek üzere verilen krediler olarak tanımlanabilir.

Tüketici kredisi, şahıslarca “tüketim işlemini” kolaylaştırmak amacıyla kullanılan bir kredi türüdür.

İş dünyasındaki kredi, genelde borcu geri ödemeye yarayacak gelir getireceği düşünülen, duran varlıkların satın alınmasında kullanılırken, tüketici kredileri, genel olarak tüketicinin maaş ya da ücretinden kesilerek geri ödenir ve geri ödeme işlemi satın alınan mal veya hizmetlerin kullanımıyla ilişkili değildir (İMREN, 1994, s.13).

Tüketici kredileri, tüketim harcamalarını karşılamak amacıyla alınır ve krediyi alan kimse bu krediyi cari gelirinden ödemek zorundadır. Yani geri ödeme kredi alan kişinin gelir ve giderlerinin gelecekteki durumuna bağlıdır. Üretim için alınan kredi, üretim sonucu elde edilen gelirle ödenir. Üretime açılan kredi beklemeyi mümkün kıldığından hâsılayı artırır. Tüketime açılan kredinin de sürümü artırarak üretimin ve verimin artmasına etkisi mümkündür. Tüketime açılan kredi düşük çalışma düzeyinde istihdamı artırıcı bir etki yapabilir.

Tüketici kredisi kısa ve orta vadeli kredileri kapsamaktadır. Şahsi tüketim için gerekli olan tüm mal ve hizmetlerin satın alınması ya da böylesi amaçlara yönelik yapılan borçlanmaların karşılanması için kişilere sağlanan kısa ve orta vadeli kredileri içermektedir.

Tüketici kredilerinin tanımı için üzerinde durulması gereken en önemli ve doğru kriter, “borçlanılan tutarın kademeli olarak ödenmesi” olduğudur.

### **101. Tarihçesi**

ABD, tüketici kredilerinin gelişimine önyak olan ilk ülke olmuştur. ABD’de, orta gelirli sınıfın büyümesiyle birlikte, I. Dünya Savaşı yıllarında, bireylerin özellikle konut edinme konusunda finansman ihtiyaçları ortaya çıkmış ve bunu izleyen yıllardaki endüstriyel gelişmeler, bireylerin diğer konulardaki finansman ihtiyaçlarını da beraberinde getirmiştir. 1915 yılında, taksitli otomobil satışlarının başlamasıyla birlikte, gerek toptan satışlarda satıcılara gerekse perakende satışlarda tüketicilere finansman sağlayan yeni bir mali kurum olarak finansman şirketleri ortaya çıkmıştır. Genellikle tüketim mallarının üretimi ya da dağıtımı ile meşgul olan ve faaliyet alanı finansal olmayan şirketlerin ortaklığıyla kurulan finansman şirketleri taksitli satışların gelişmesi paralelinde yaygınlaşmış, taksitli satışlardaki her gelişme finansman şirketlerine giderek artan talep yaratmıştır.

Diğer yandan, bu dönemde ipotek veya şartlı satış senedi karşılığında tüketicilere uzun dönemli ve taksitli şartlarla kredi vermek bankalara cazip gelmemiş; böylelikle, bankaların satıcılara ve tüketicilere sağlamayı göze aldığı finansmanın hacmi hızla gelişen taksitli satışlar içinde oldukça yetersiz kalmıştır. Bankaların bu alandaki yetersizlikleri ve isteksizlikleri, ihtisaslaşmış finansman şirketlerinin bu konuda neredeyse tekel oluşturmasına olanak vermiştir. Bu dönemde, bankaların taksitli satış mekanizması içindeki tek rolü, finansman şirketlerine ticari kredi vermek suretiyle dolaylı finansman sağlama şeklinde ortaya çıkmıştır. Ancak, 1929-1936 yılları arasında yaşanan ekonomik kriz ticari kredilerde gerilemeye yol açmış ve bankaların ellerinde atıl fonların oluşmasına sebep olmuştur. Bunun sonucunda da, bankalar tüketici kredisi fırsatlarını değerlendirmeye başlamışlardır.



Değişen koşulların yarattığı baskılar sonucu taksitli satışların finansmanı alanına giren bankalar, ekonomistler tarafından yapılan ve kişilerin ödeme güçlerini aşan miktarlarda borçlanmaları nedeniyle bu borçlarını ödeyemeyerek iflas edecekleri, böyle bir krizi, satın alım gücünde çöküşün, fabrika kapanışlarının ve hızla yükselen işsizliğin izleyeceği yolundaki açıklamaların yarattığı tedirginlik içinde 1950'lere kadar tüketici kredilerine yeterince çabuk ve etkin geçiş yapamamışlardır. 1950'lerde otomobilin yanısıra, televizyon, buzdolabı, çamaşır makinesi vb. gibi dayanıklı tüketim mallarının ve hizmetlerinin finanse edilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. 1960'lı yıllarda, tüketici kredilerine yönelik tereddütlerin yersiz olduğunun anlaşılmasıyla, taksitli satış sistemi içerisinde tüketici kredilerine yönelen bankaların ağırlığı artmaya başlamıştır. Önceleri, tüketicilere taksitli satış yapan satıcıların alacaklarını finanse eden bankalar, zamanla tüketicilere doğrudan doğruya kredi vermeye başlamışlardır.

Bankaların tüketici kredisi piyasası yaratmalarından sonra, sundukları kredilerde ve hizmetlerde, rekabetin de etkisiyle, hem sunulan ürünlerde hem de koşullarda çeşitlenmeler ve değişmeler meydana gelmiştir. Önceleri belirli bir malın satın alımı ile sağlanan kredilerde teminat alımı ve taksit ödemeleri belirli kurallar çerçevesinde yapılırken, tüketici piyasasındaki değişmeler sonucunda, geri ödemelerde kişilerin gelirleri belirleyici faktör olarak ele alınmış ve buna göre sınırsız kredi kullanımı yöntemi geliştirilmiştir. Kredi miktarları artmış ve geri ödeme süreleri uzamıştır. Kişisel kredilerle kredi kartı kullanımları, overdraft kolaylıkları (açık itibar, hesabı aşan miktarlarda para çekme olanağı) ve kredi ile kiralama teknikleri yeni bireysel kredi türü olarak ortaya çıkmıştır (YILMAZ, 1994, s. 4).

## **11. Tüketici Kredisinin Özellikleri**

Tüketici kredisi verilmesindeki amaç, düzenli ve yeterli geliri olan gerçek kişilerin mal ve hizmet alımları sırasında ortaya çıkan finansman ihtiyaçlarının piyasa şartlarına göre daha ucuza sağlanmasıdır. Bankalar açısından emniyetli, seyyal ve randımanlı bir kredi olmasının yanısıra plasmanın tabana yayılması yönüyle de tercih edilen bir kredi türüdür (İMREN, 1994, s.15).

Tüketici kredisi ekonomik karakteri açısından ticari ve sınaî kredilerden farklılık gösterir. Ticari ve sınaî kredilerde nihai amaç ticaret veya üretim hacmini artırarak nihai kârın yükseltilmesine katkı sağlarken tüketiciler ise derhal tatmin etmek istedikleri arzu ve ihtiyaçlarını dikkate alarak borçlanmaktadır. Bu yönleriyle tüketici kredileri, tüketim tercihlerinin zamanla öne alınması işlevini yerine getirmekte olup, ekonomik açıdan tüketici kredilerinin önemli etkileri bu özelliklerinden dolayıdır (İMRE, 1989, s.14).

Tüketici kredileri ticari kredilere göre daha standarttır, kredi değerlemesi daha az teknik bilgi gerektirir. Sonuç olarak personel maliyetleri daha düşüktür. Tüketici kredilerinin standart özellik göstermesi etkili bir yönetimi ve bilgisayar maliyetlerinin düşük olmasını sağlar. Hizmetin az personelle verilebilmesi karlılığı arttırdığı gibi, analizlerin bilgisayarlarla yapılması da yönetimde etkinliği artırır (AKGÜLTEN, 1992, s.43).

Tüketici kredileri yığın üretimini teşvik ederek, birçok mala geniş bir kitlenin kolaylıkla sahip olmasını mümkün kılmakta ve bu kitlelerin yaşam standardını yükseltmektedir.

## **12. Tüketici Kredisinin Türleri**

Tüketici kredileri genelde, vade yapılarına, veriliş ve geri ödeniş biçimlerine göre olmak üzere üç ana türde ayrımına tabi tutulmaktadır.

### **120. Vade Yapılarına Göre Tüketici Kredileri**

Bu kritere göre tüketici kredileri kısa (3 ay ve daha az) vadeli, orta (3 ay ile 1 yıl arasında) vadeli ve uzun (1 yıldan daha fazla) vadeli olmak üzere üçe ayrılır.

### **121. Veriliş Biçimine Göre Tüketici Kredileri**

Bu açıdan tüketici kredileri doğrudan nakit şeklinde verilen ve mal ve hizmet satın alınımının finansmanı yoluyla verilen tüketici kredileri olmak üzere ikiye ayrılır.

## **1210. Doğrudan Nakit Şeklinde Verilen Tüketici Kredileri**

Ticari bankaların kendilerine kredi için başvuran müşterilerine doğrudan doğruya nakit şeklinde açtıkları tüketici kredileridir. Burada banka, tüketiciye kredi açmak suretiyle onun peşin parayla mal edinmesini ya da hizmetlerden yararlanmasını sağlar. Bu tip kredi aynı zamanda “genel amaçlı tüketici kredisi” olarak da anılmaktadır.

## **1211. Mal ve Hizmet Satın Alımının Finansmanı Yoluyla Verilen Tüketici Kredileri**

Ticari bankaların, mal ve hizmet sağlayan parakendicilerden müşterinin borç senetlerini satın almaları yoluyla verdikleri tüketici kredileridir. Örneğin, Ticari bankalar araba satıcılarının, mobilya satan mağazaların ve belli bir ölçüye kadar buzdolabı, çamaşır makinesi, ısıtıcı, kurutucu, televizyon vb. satan parakendicilerin elindeki bu tür kâğıtları satın alırlar. Buna dolaylı finansman ya da satın alınmış krediler denilmektedir (ALPERGİN, 1990, s.7).

Dolaylı finansman son yıllarda daha çok tercih edilir hale gelmiştir. Bunun nedeni şunlardır:

Öncelikle, tüketiciler açısından satıcı firmaların yaptıkları pazarlama teknikleri insanları en kısa zamanda sözü edilen dayanıklı tüketim malı almaya, ödeme koşullarını ise daha sonra araştırmaya yöneltmektedir. Ayrıca, satıcı firma açısından, finansal bakımdan bu firmaları zorlayan yük bankalar tarafından hafifletilmektedir. Zira bankalar firmalar için “can kurtaran bir kredi kaynağı” olmaktadır.

Bankanın belli bir malın alımı karşılığında vermiş olduğu bu tip krediyi, aslında, taksitle satış mekanizmasına bir alternatif olarak değerlendirilebilir. Burada satıcı firma, ticari bankayla anlaşma yaparak aradan çekilmekte, firma müşterisi daha önceden firmaya yapacağı taksit ödemeleri yerine bankaya kredi anapara ve faizini içeren dönemsel ödemelerini yapmaktadır.

Dolaylı finansman, doğrudan finansmana nazaran banka için bazı avantajlar sunmaktadır. Bunların başında bankanın yaptığı anlaşma gereği, hesapların ve geri ödenmeyen borçların takibi konusunda satıcı firmanın kolaylık sağlayacağı düşünülerek bankanın dolaylı finansmanı daha az riskli değerlendirmesi gelmektedir. Yine Türkiye’de firmalarca yapılmakta olan kampanyalı satışların tüketici kesimden gördüğü ilgi, bankaların dolaylı finansman şeklinde tüketici kredisi vermelerini teşvik edici niteliktedir. Ayrıca pazarlama şirketleriyle ya da üretici firmalarla oluşturulan bu tip bir iş anlaşmanın, bankaya bir kalemde çok yüksek meblağda tüketici kredisi açma olanağı sunması da gözden kaçırılmamalıdır. Ancak, doğrudan finansmandakinin tersine, dolaylı finansmanda banka ile tüketici arasında doğrudan bir bilgi-alışverişi ve izleme olmayışı ek bir risk unsuru olarak değerlendirilebilir (DEMİRÇELİK-YILDIRIM, 1990, s. 3).

Bankalar, satıcının kâğıtlarının finansmanında tam rücu hakkı olan, rücu hakkı olmayan ve geri alma yöntemi olmak üzere üç yöntem benimsemişlerdir.

Tam Rücu Hakkı Olan Yönteme göre, satıcı, alacaklarını sattığı bankaya şartsız bir garanti verir. Satıcı müşteri senetlerini ciro ederek, eğer müşteri ödeme yapmazsa, bankaya ödemeyi yapar. Burada satıcı firma riski üstlenen taraf olduğu için müşteri seçiminde tedbirli olur. Banka, bu tür dolaylı finansman kendisi için daha az riskli olduğundan satıcı firmaya daha az faiz oranı uygular.

Rücu Hakkı Olmayan Yönteme göre, satıcı firma müşteri senetlerini ciro etmeksizin bankaya verir. Artık banka ile müşteri karşı karşıyadır ve vadesi geldiğinde senet bedelini tahsil edecektir. Eğer müşteri, bu süre sonunda geri ödemeyi yapmazsa, banka satıcıdan ödemeyi yapmasını isteyemez. Çünkü satıcı senetleri ciro etmediği için bankaya herhangi bir garanti vermemiştir. Banka, bu uygulamada daha fazla riskle karşı karşıya kaldığından, hem senetlerin alımında daha seçici davranır hem de daha yüksek bir faiz oranı uygular (ALPERGİN, 1990, s.8).

Geri Alma Yöntemine göre, müşterilerin senet bedelini ödemediği bir durumda banka, malına el koyma hakkına sahiptir. Satıcı firma ise senet tutarını bankaya ödeyerek malı geri alabilir. Bu yüzden rücu hakkı olan yönteme göre daha az risklidir. Zira, bedelini bankaya ödemesi halinde satıcı firma malına yeniden sahip olabilir. Ancak bu yöntem, el

konulan malların sonradan bankalara nakliye, depolama gibi ek maliyet getirdiği için pek revaçta değildir (İMREN, 1994, s.20).

Dolaylı finansman yönteminde krediler değerlendirilirken tüketicinin satın aldığı malın bedelini ödeyebilecek bir gelire sahip olması, yeterli bir düzeyde peşinat ödeyebilmesi ve borcunu mümkün olan en kısa vadede kapatabilmesi gerekmektedir.

Dolaylı finansmanın da tüm olumlu yönlerine karşın bazı dezavantajları bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi bankalar açısından olanıdır. Şöyle ki, bankalar, tüketici ile direkt temasta olmadıkları için tüketicinin geri ödeme konusundaki gerçek niyetinden ve iyi niyetinden emin olamazlar.

## **122. Geri Ödeniş Biçimlerine Göre Tüketici Kredileri**

Bu açıdan tüketici kredileri taksitle geri ödemeli, rotatif (döner) limitli ve tek ödemeli tüketici kredileri olmak üzere üçe ayrılır.

### **1220. Taksitle Geri Ödemeli Tüketici Kredileri**

Bu kredilerin temel özelliği, sağlanan kredinin anapara ve faiz ödemelerinin kredi vadesi boyunca belirli süreler içinde gerçekleştirilmesidir. Tüketicinin aldığı ödünç para vade sonuna kadar sabit taksitlerle anapara ve faizle birlikte geri ödenmektedir. Ancak uygulamada bazı bankalar muhasebe kayıtlarını kolaylaştırmak amacıyla bileşik faiz yerine sabit faiz uygulamaktadır. Vadeleri ise, beş yıl veya daha uzun olabilmektedir. Genellikle bu tür kredilerin büyük çoğunluğu kredinin vadesi boyunca sabit oranlı ve sabit taksitli geri ödemeli olarak verilmektedir.

Payı düşük olan değişken faizli tüketici kredilerinde ise, ilk başta sabit faizli kredilere uygulanan faizlere göre faiz oranları daha düşük tutulmakta, belirli zaman dilimlerinde yeniden ayarlanmaktadır.

Bu tür tüketici kredileri kullananlar açısından başlangıçta caziptir. Zira, başlangıçta faiz oranı düşüktür ve müşteri gelecekte de faizlerin düşeceğini umar. Oysaki uygulamada bu durum pek gerçekleşmez (İMREN, 1994, s.22).

Taksitle geri ödemeli kredilerde bankacıların amacı fon fazlası pahalı maliyetli kaynağı plase etmek, riski dağıtmak, kredi verimini, diğer bir deyişle kârlılığını artırmak, reklâmlar ve hizmetin yaygınlaştırılması yoluyla müşteri sayısını yükseltmektir.

Bu tür kredilerde tek bir kredinin getirisi küçüktür. Ancak büyük ve sağlıklı bir portföy oluşturulduğunda sağlanacak toplam getiri, bankanın en önemli gelir kalemlerinden biri olabilmektedir. Bugün ABD’de bankaların taksitle geri ödemeli kredilerinden elde ettikleri gelir, toplam gelirler içinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu yüzden bankalar arasında nitelikli, düşük riskli krediler için doğan rekabet korkunç boyutlara ulaşmıştır. Bu rekabet sadece bankalar arasında değil, bankalar ile küçük meblağlı kredi veren kurumlar, sınai kredi kurumları, kredi sandıkları, tasarruf ve borç dernekleri, emlak ve kredi kurumları gibi diğer finansal kurumlar arasında da sürmektedir. ABD’de finans sektörü, riski daha düşük olan bu kredi türüne, artan nüfus ve gelir düzeyi paralelinde piyasa potansiyelinin genişlemesinin de etkisiyle büyük önem vermektedir (AKYÜN, 1995, s.5).

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

Teminatsız taksitle geri ödemeli krediler, genellikle küçük meblâğlı ve kısa vadeli olarak verilmektedir. Bu nedenle bu tip krediler, daha çok tüketicilerin küçük meblağlı ve kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmaktadır. Kredinin geri ödenmemesi halinde kredi kuruluşu, yani bankanın borçlunun sahip olduğu aktifler üzerinde hiç bir alacak hakkı mevcut değildir. Kısacası kredinin geri ödenmeme riskini banka üstlendiğinden bankalar için pek tercih edilmeyen kredi türüdür.

Gelişmiş ülkelerde yapılan araştırmalardan taksitle geri ödemeli teminatsız kredilerin toplam taksitle geri ödemeli krediler içindeki payının giderek azaldığı görülmektedir. Bu durum iki faktörden kaynaklanmaktadır. Birincisi, küçük meblağlı kredilerden elde edilecek kar sınırlıdır. Ayrıca taksitle geri ödemeli kredilerde idari giderlerin çoğunun sabit olmasına karşılık, küçük meblağlı kredilerde çoğu zaman tüketiciye uygulanan faizlerden

sağlanan gelir sözkonusu giderleri karşılamamaktadır. İkinci olarak birçok banka ve kredi kurumunun yöneticileri, geçmiş deneyimlerine dayanarak, küçük meblağlı tüketici kredilerinin, rotatif limitli kredi (müşteriye kredi limitine kadar meblağın tamamını veya bir kısmını kullanma, geri ödeme ve ödemedikten sonra kredi limitine göre tekrar kullanma olanağı sağlayan kredi) yolu ile kullandırılmasının maliyeti düşürmesi nedeniyle daha etkin olduğu yönünde görüş birliği içinde bulunmaktadır. Bu yüzden, bu gruptaki küçük meblağlı krediler rotatif limitli kredi yapısında daha etkin kullandırılabilir.

Teminatlı taksitle geri ödemeli tüketici kredilerinde ise, banka kredilerinin geri ödenmemesi riskine karşı satın alınan mal veya borçlunun mal varlığı üzerinde teminat tesis edilmektedir. Bu tür krediler, daha çok fiyatı yüksek dayanıklı tüketim mallarında yaygın kullanım alanı bulmaktadır. Teminatlı taksitle geri ödemeli krediler dolaylı ve dolaysız olarak verilebilmektedir.

Dolaysız teminatlı taksitle geri ödemeli tüketici kredilerinde borçlu ile banka arasında doğrudan bir ilişki vardır. Maddi teminat karşılığında verilen dolaysız teminatlı kredide, banka krediyi açmadan önce müşterinin gelir durumunu ve diğer varlıklarını inceler. Bu tür kredi günümüzde tüketici kredilerinin en hızlı artan çeşidini oluşturmaktadır.

Dolaylı teminatlı taksitle geri ödemeli tüketici kredileri uygulaması müşterilere mal satan ve banka ya da diğer kredi kurumları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Diğer bir ifadeyle, müşteri malın satıcısı aracılığıyla dolaylı olarak kredi kurumuna başvurmaktadır. Kredili satış yapan firma, müşterinin doldurduğu başvuru formunu gerekli işlemlerin yapılabilmesi için banka ya da diğer bir kredi kurumuna (finans şirketleri, kredi birliği vb.) iletmektedir. Başvuru, krediyi veren kurum tarafından onaylandıktan sonra, firmadan gerekli belgeleri düzenlemesi istenmekte, firma da gerekli belgeleri hazırlayarak bankaya iletmekte ve böylelikle söz konusu alacak banka ya da diğer kredi kurumlarına devredilmektedir. Eğer kredi, banka aracılığıyla alınıyorsa, firma genellikle, müşterisine bankayla anlaşmaya vardığı faiz oranından daha yüksek bir oran uygulamaktadır. Burada, firmanın avantajı müşterisine uyguladığı faiz oranı ile bankanın kendisine uyguladığı oran arasındaki farktır (YILMAZ, 1994, s.6).

Firma, tüketici kredisini banka dışındaki bir kredi kurumu aracılığıyla kullanılmayı tercih ettiğinde ise genelde alacak senetlerini iskontolandırma söz konusu olmakta, bunun karşılığında kredi kurumu, satıcı firmadan aralarındaki sözleşmeye bağlı olarak çeşitli masrafları kapsayan ücret talep etmektedir.

### **1221. Rotatif (Döner) Limitli Tüketici Kredileri**

Borçlunun almış olduğu krediyi anlaşma koşulları çerçevesinde geri ödemesi halinde, kredi limitinin boşaldıkça kendisini yenilediği tüketici kredisi türüdür. Dolayısıyla, bu tür kredilerde, kullandığı krediyi geri ödemede anlaşma koşullarını yerine getiren borçlunun daha sonraki kredi talepleri işleme tabi tutulmadan kendisine yeniden kullanım hakkı tanınmaktadır. Ancak, tüketicinin ilk başvurusundan sonraki kredi talepleri tekrar tekrar onaylanmadığından banka açısından daha fazla risk söz konusu olmaktadır.

Rotatif limitli krediler, kredi kartları ve çekli cari hesap kredileri olmak üzere ikiye ayrılır.

Kredi kartları, maliyeti düşük olduğu için tüketici kredisi uygulamasının en yaygın kullanım şeklidir. Bankalar kredi kartlarını 1960'lardan itibaren kullanmaya başlamışlardır. En yaygın olarak kullanılan kredi kartları Master Card ve VISA'dır.

Kredi kartı veren bankalar, kartlarını kullananlardan gelir elde ederler. Kredi kartı ile alışveriş eden kimse kartını göstererek satış belgesini imzalamakta, bu imza ile kart üzerindeki imza karşılaştırıldıktan sonra malı teslim almaktadır. Ancak müşteri verilmiş limiti aşarsa bu durumda işyeri kartı veren kurumun onayını almak zorundadır. Bundan dolayı kurum alışveriş bedelini ödemekte, müşteri ise belli dönemlerde borcunu kapatmak zorundadır. Eğer müşteri borcunu belirlenen sürede tamamen öderse hiçbir problem çıkmamakta, kısmen ödemesi halinde ise ödemediği kısım için faiz uygulanmaktadır.

Ancak kredi kartı ile yapılan işlemler, müşterilerin kartların kullanım limitlerini aşmaları ve yasal olmayan kullanımlardan doğabilecek zararlar sebebiyle bankalar için risk oluştururlar (İMREN, 1994, s.27).



Kredi kartı kullanımı beraberinde kullanıcılara ödeme kolaylığı ve rotatif (döner) kredi kullanma imkânı sağlamaktadır.

Ödeme kolaylığıyla kastedilen, kişilerin yanlarında nakit taşımalarına gerek kalmaksızın alışverişte anında ödeme yapabilmeleri ve böylece kullandıkları mal veya hizmetlerin bedellerinin ödenmesini bir süre geciktirebilmeleridir

Döner (rotatif) kredi kullanma olanağını sağlayan kredi kartlarının yukarıda bahsedilen faydalarına ek olarak, kart hamillerine alışverişlerinin geri ödeme sürelerini isterlerse uzatıp zamana yayarak kredi kullanma hakkı tanımaları sözkonusudur. Böylece alıcılar borçlarını ödemede hem zaman hem de miktar açısından bir esnekliğe kavuşmuş olurlar (ALPERGİN, 1990, s.19).

Rotatif (Döner) limitli kredilerin diğer bir türü olan çekli cari hesap kredileri, tüketici kredileri içerisinde nispeten küçük bir paya sahiptir. Banka ile müşteri arasında yapılan anlaşma çerçevesinde müşterinin alacaklı hesabını çek çekerek borçlu duruma geçirmesine imkân veren bir kredi türüdür.

## **1222. Tek Ödemeli Tüketici Kredileri**

Bazan perakendeci bankaların müşterileri, kısa bir dönem için ve daha sonra bir kerede ödemek üzere büyük meblağlarda kredi talep etmektedirler. Genellikle ticari alanda kullanıldığından bu tür kredi talepleri, birçok bankada ticari krediler departmanında işlem görmektedir.

Tek ödemeli kredinin farklı özelliği, fonların kısa bir dönem için gerekli olması ve kredinin geri ödenmesini sağlayacak bir fon kaynağının bulunmasıdır. Genel bir örnek olarak mevduat sertifikası karşılığında verilen kredi gösterilebilir. Sertifikanın vadesi dolduğunda krediyi ödemek için gerekli fon hesapta bulunmaktadır.

Tek ödemeli kredilerin tüketici kredisi portföyündeki payı büyük değildir. Banka müşterilerinin özel ihtiyaçlarının temini için verilen bu tür kredilerin geri ödenmesini sağlayacak fonlar konusunda, banka yönetiminin özel dikkat göstermesi gerekmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. TÜKETİCİ KREDİSİNİN YARARLARI, SAKINCALARI ve EKONOMİK ETKİLERİ

#### 20. Tüketici Kredisinin Yararları

Tüketici kredisinin yararlı olup olmadığını anlayabilmek için sözkonusu krediden önceki piyasanın işleyişine bakmak gerekir. Tüketici kredisi olmayan bir piyasada alıcılar, üretici veya pazarlamacı firmalar tarafından finanse edilmekte ve işlem şöyle seyretmekteydi. Bunlar;

- a) Üretici firmanın satış yapabilmek amacıyla pazarlamacıya vade kolaylığı için finansman sağlamakta olması,
- b) Pazarlamacının da işletmenin amacına uygun olarak daha fazla satış için tüketiciye bir takım avantajlar sağlamak zorunda kalması ve bunun da ancak vadeli satışla mümkün olmasıdır.

Bu her iki durumda da işletme veya pazarlamacı kendi kaynaklarını kullandığı için işletme sermayesi eksilmektedir. Alıcıyı finanse etmek için kullanılan kaynak işletmenin içinde kalsa, bu tutar işletmenin sermayesinin ve hatta yatırımlarının gelişmesini sağlayacaktır. Tüketicilerin finansmanı için harcanan kaynaklar gelişmeyi önlemesinin yanısıra enflasyonist dönemlerde işletmelerin daralması ve küçülmesi sonucunu doğurmaktadır. Ülkemizde bu şekilde 1989 yılında üretici ve pazarlamacı firmaların üstlendiği finansman toplamının 5.000.000.000.000.- TL'yi aştığı bilinmektedir. Dolayısıyla tüketici kredisi, üretici ve satıcı firmalara talep daralması yaratmadan, yukardaki olumsuzlukların kaldırılması gibi önemli bir yararı taşımaktadır (SESLİOĞLU, 1989, s.9).

Tüketici kredisinin yararları tüketici, üretici ve bankalar açısından ele alınacaktır.

## 200. Tüketici Açısından Yararları

Tüketici kredisinin tüketiciye sağladığı yarar; onun mevcut mali kaynaklarıyla edinmeyeceği veya edinmek için beklemek zorunda kalacağı malları edinebilmesi ya da yararlanamayacağı hizmetlerden yararlanabilmesini sağlamasıdır. Uygulamada; otomobil, mobilya, beyaz eşya ve konut edinmeden, tatil yapma ve yabancı dil öğrenmeye kadar çeşitli alanlarda tüketici kredisine başvurulması, bu kredi türünün önemini açıkça ortaya koymaktadır.

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 arttırıcı etkenlerdir. Özellikle enflasyonist dönemlerde borcun sabit kaldığı ve mala yatırım yapılarak paranın değerinin bir ölçüde korunduğu bir gerçektir (ÜNDÜL, 1992, s.47).

Herhangi bir ürünü almak isteyen kişinin cebinde peşin parası yoksa, bayinin taksitli satış alanından yararlanabilmektedirler. Diğer bir seçeneğe göre tüketici bankadan aldığı kredi ile, peşin paraya sözkonusu malı alarak banka ile arasında bir finansman bağlantısı kurabilmektedir. Tüketici de bu arada, peşin para ile alış-veriş yapmanın avantajından yararlanabilmekte, dolayısıyla satıcı firmadan indirim yaptıрма hakkını elde etmektedir. Şirketler peşin para ile satış yaptıkları için, finansman ihtiyacı daha az olmakta ve maliyetler düşmektedir. Tüketicilere de daha ucuza kaliteli mal alma avantajı sağlamaktadır.

Vadeli satışlarda, vade farkından KDV alınmaktadır. Bankaların çeşitli adlar altında verdikleri tüketici kredisıyla yapılan alış-verişlerde ise, peşin fiyatına alımlar yapıldığı için faturayı anında alabilmekte, dolayısıyla faizin KDV'ye yansımaları engellenmiş olmaktadır. Bu da, tüketiciye ek bir avantaj sağlamaktadır. Öte yandan verilmekte olan kredinin şartları, satıcı firmanınkine oranla daha uygun olmaktadır (SARIKAMIŞ, 1988, s.32).

Tüketici kredilerinin sağladığı bir başka yarar da; hanehalkının oluşturduğu fonlardan, yine hanehalkının yararlanabilmesine olanak sağlamasıdır. Tüketici kredilerinin

yaygınlaşması ile beraber, toplam mevduatın % 80'ini oluşturan bireylerin, tüketim amaçlı kredi gereksinimleri karşılanabilmiştir. Böylece fonların ticari kesim ile hanehalkı arasındaki adaletsiz dağılım durumunun iyileştirmesi olanağı doğmuştur. Daha önceleri paraya ihtiyacı olduğunda ne yapacağını bilmeyen, elindeki değerleri yok pahasına satan kişiler, tüketici kredisi alarak, ilerideki gelirini şimdiden kullanma yolu ile ihtiyaçlarını gidermektedirler. Ayrıca tüketici kredisi kullanımı ile örneğin; otomobil alımında peşin para ile ödendiğinde vadeli alımdan daha az vergi (KDV+Ek taşıtlar alım vergisi) avantajı sağlanmaktadır (ÖZŞAHİN, 1989, s.11).

Bankalar arası tüketici kredisi konusunda reklamlar kanalıyla oluşan rekabet, tüketiciye büyük yararlar sağlamaktadır. Örneğin; tüketici kredilerinin nerede kullanılacağı sorulmaması, kredi limitlerinin arttırılması, ödeme koşullarının daha cazip hale getirilmesi vb. Bazı bankalar tüketici kredilerinin geri ödenmesinde sorun yaratmayan bazı müşterilerine tüketici kartı çıkararak, istediği zaman kredi alma imkanı sağlamaktadır. Bunlara uygulanan faiz de aynı orandadır.

Tüketici kredilerinin taksitli satışlara göre avantajı elinize toplu para geçtiğinde, bankaya gelecek aylar ödenecek borçlarınızın tamamını faiz vermeden ödeme imkanının bulunmasıdır. Ayrıca banka tüketici kredisi ile alınan mallarda kişi mülkiyet hakkına hemen sahip olmaktadır.

Tüketici kredilerinin olumlu görülen yönlerinden biri malların kitle üretimini teşvik ederek, geniş bir kitlenin birçok mala sahip olmasına ve bu kitlenin refah ve yaşam standartlarının yükselmesine olanak tanınmasıdır (ALPERGİN, 1990, s.12).

## **201. Üretici ve Satıcı Açısından Yararları**

Kredi ile mal ve hizmet satın alma olanağı olan birey, mal ve hizmetlere toplam talebi arttırarak, satıcı firmanın satışlarını arttırır. Özellikle ekonomik durgunluk dönemlerinde, çeşitli mal ve hizmetlerin (turistik geziler ve yabancı dil öğrenimi gibi) tüketici kredisiyle sağlanabilmesi, mali durumu sarsılan birçok teşebbüsün ayakta kalabilmesine olanak tanımaktadır.

Tüketici kredileri, tüketicilerin satın alma güçlerini arttırmakta ve firmaların müşteri potansiyelini genişletmektedir. Dolayısıyla talepte ve satışlarda artışlar görülmektedir. Satışların artması, üretimi arttırmakta ve buna bağlı olarak kapasite kullanım oranının yükselmesi, birim maliyetler üzerinde azaltıcı etki yapmaktadır. Maliyetlerin azalması, kar marjı ya da piyasadaki rekabet gücünü artırması nedeniyle, üretici firmaya çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Maliyetleri düşen firma, fiyatını da düşürerek piyasada üstünlük elde etmekte veya eski fiyat üzerinden fazla kar elde edebilmektedir.

Tüketici kredisi sayesinde, tüketiciler peşin ödemelerde bulunacaklar ve bunun sonucunda üreticiler rahatlayacaklardır. Peşin ödemelerin “Fabrika-toptancı-perakendeci” zincirinde daha hızlı dönen para akışına yol açarak üretici firmaların taksitli satışlara ayırdıkları kaynakları daha verimli alanlarda kullanmaları sağlanacaktır. Ayrıca birey peşin parayla alış-veriş yaptığı için indirimden yararlanmakta, şirketler de peşin parayla satış yaptıkları için daha az banka kredisine ihtiyaç duymaktadırlar. Daha az banka kredisi kullanılması halinde ise, şirketlerin maliyetlerinde düşüş olmaktadır. Şirketin maliyetlerinde indirim olması ise, tüketiciye daha ucuz ve kaliteli mal üretimi şeklinde yansımaktadır (YALÇINKAYA, 1989, s.3).

Pahalı ve yüksek kaliteli mallar tüketici kredisiyle daha kolay ve hızlı satılabilmektedir. Müşteriler, kredili satış yapan mağazalardan sürekli alış-veriş yapma alışkanlığı kazanmaktadır. Tüketici kredisiyle yapılan satışların bir diğer yararı da aylık satışların belli günlerde kümelenmemesine, aksine ay içine yayılarak normal bir dağılım göstermesine yardımcı olmasıdır.

Tüketici kredileri, mevsimsel dalgalanmaları bir miktar azaltarak bundan doğan olumsuz etkileri azaltmakta, üretici firmanın daha iyi üretim planı yapmasına olanak sağlamaktadır.

Tüketicilerin kredi ihtiyaçlarının satıcı şirketler tarafından karşılanması halinde, bankalarca halktan mevduat olarak toplanan kaynaklar, firmalara kredi olarak verilmektedir. Firmaların kredili satış yapımları sonucu portföylerinde birikecek olan

müşteri senetleri ve senetsiz alacaklarını aktiflerinden çıkarmamaları halinde, kredili satışlar firmaların işletme sermayesi ihtiyacını arttırmaktadır. Artan işletme sermayesinin tedarik edilmesinde zorluk ve finans kaynaklarına başvurma zorunluluğu firmanın likiditesini ve mali yapısını bozmaktadır. Alıcıyı finanse etmek için kullanılan kaynağın işletme bünyesinde olması halinde, işletmede yatırımların gelişmesi sağlanabilecek ve bazı koşullarda firmanın karı da yükselecektir. Kaynakların satış yerine üretime yöneltilmesi ile verim artışı sağlanacaktır. Tüketici kredileri ile artan talep satışları da yukarı çekerek yatırımlar için itici bir etki yaratmaktadır.

Ayrıca firmalar ihtisasları olmayan finans alanında faaliyet göstermek zorunda kalmamakta ve değersiz alacaklar sorunu perakende satış firmaları için önemini yitirmektedir (AKGÜLTEN, 1992, s. 38).

## **202. Bankalar Açısından Yararları**

Yeterli tüketim olmadan üretimin teşvik edilmeyeceğini düşünürsek, bireylerin tüketim malı satın almak için yaptıkları harcamaların finansmanı önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle toplumun önemli bir bölümünü oluşturan dar ve sabit gelirlili bireylerin, tüketim konusunda desteklenmeleri gerekmektedir. Bu açıdan bankalar ekonominin, üretim, dağıtım ve tüketim çemberi içinde tüketicilere direkt finansman sağlayabilecek kurumlardır. Tüketici kredilerine olan talebin konjonktürel dalgalanmalara duyarlılığının, ticari ve sanayii kredilerinden daha düşük olduğu tesbit edilmiştir. Böylece toplam talebin daralmasıyla beraber, yatırım hacminin düştüğü dönemlerde tüketici kredileri, üretken sektörlerde ve finansal sektörlerde, faaliyetlerin belli bir hacmin altına düşmesini engellemektedir. Günümüzde bankaların ihtisaslaştığı alanlardan biri, tüketici kredileri olmuştur. Bu nedenle bankalar sundukları kredilerde çeşitlendirmeye gitmişler ve belli sektörlerdeki durgunluk nedeniyle, o sektör mallarına ve dolayısıyla o malların finansman talebinin düşmesi karşısında, başka mallar için tüketici kredisi sunmaya başlamışlardır (AKYÜN, 1995, s.24).

Bankaların genel durumuna bakıldığında üç ana grup görebiliriz: Kurumsal Bankacılık, Yatırım Bankacılığı ve Mevduat Bankacılığı. Bu üç türde zaman zaman karlılık

ve potansiyel değişebilir. Bir tarafa yönelmek yerine, olay dengelenebilirse ekonomideki çalkantılar ve geçirilecek sıkıntılar asgariye inecektir. Tüketici kredileri de dengeleri sağlamakta itici bir faktördür. Bankalar, gelen mevduatların plasmanını genelde kurumlara yapmaktaydı. Buna karşılık tüketici kredisi verilmesi gözardı edilmekteydi. Bankalar kredi portföyünde denge yaratmak için tüketici kredilerine yönelmektedirler. Ayrıca ellerinde kalan atıl fonları tüketici kredisi yoluyla halka kullandırmaları, toplumsal refahın artmasına neden olabilir. Gerçi ülkemizde, banka kredileri içindeki tüketici kredileri payı fazla sayılmaz. Fakat bu pay her geçen gün artmaktadır. Gelişmiş ülke ticari bankalarının toplam krediler içinde, yaklaşık beşte birlik kısmı, tüketim finansmanı amacı ile verilmektedir.

Darboğaz içindeki sektörlerle yeni talep yaratan tüketici kredileri, hem bankalara, hem ticari ve üretim sektörüne hem de işleyiş içinde tüketiciye ya da krediyi kullanan bireye faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar ile tüketicinin bankalar hakkında olumlu düşünmesi sağlanarak, tüketici-banka işbirliğinin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Öte yandan bankalar, tüketici kredisiyle plasman hacimlerini genişletirken, plasmanı tabana yayarak risk payını dağıtmaktadırlar. Ayrıca VDMK'lerin tüketici kredilerine karşılık olarak çıkarılmasına izin verilmesiyle, tüketici kredileri bankalar açısından daha da cazip bir hale gelmiştir (AKYÜN, 1995, s. 25).

Tatil, evlilik, eğitim ve kültür, otomobil, askerlik borçlanma kredisi olarak verilen bu kredilerin büyük fonların plase edilmediği zamanlarda bankalar için kurtarıcı olmakta ve atıl fonları değerlendirme olanağı sağlamaktadır. Bu tür kredilerin bankalar için sağladığı bir başka fayda ise, sektörel dalgalanmalardan etkilenmeyecek sağlam ve yaygın bir kredi potansiyeline kavuşmaları ve riski yayabilmeleridir. Tüketim amaçlı kredi kullanan kişilerin, sanayici ve tüccar gibi sektörel dalgalanmalardan, durgunluklardan etkilenmeleri pek düşünülemez. Ayrıca bankalar tüketici kredisi verirken, krediyi alacak kişinin sabit bir gelirin olması, gelirin harcanabilir kısmının, kredinin geri ödemesini karşılayabilecek miktarda olması ve kefil gibi bazı teminatlar istemektedirler. Tüm bunlar, tüketici kredisinin banka açısından riskini azaltmaktadır.

Tüketici kredilerinin bankalara çok yaramasının bir nedeni de bu tür kredilerde pazarlık olmamasıdır. Tüketicilerin faiz haddi konusunda bir pazarlık güçleri bulunmamaktadır. Doğal olarak, tüketici kredisi faizleri uygulanabilir kredi faizlerinden

daha yüksektir. Aynı zamanda ülkemizde verilen tüketici kredileri genellikle eşit aylık taksitler halinde geri ödendiği için “Seyyaliyeti” yüksektir.

Özetle, bankalar tüketici kredisi ile finansman hacimlerini genişletirken, bankacılığın temel prensibi olan, risk yayma olayını da gerçekleştirirler. Bunun sonucunda, tüketici kredilerinin konjonktürel dalgalanmalara duyarlılığı ticari, sınai kredilere oranla daha düşük olduğundan, konjonktürel dalgalanmalardan etkilenmeyen bir kredi yapısına ve bileşimine kavuşurlar. Ayrıca, hizmetin yaygınlaşması suretiyle bankaların müşteri hacmini genişletmeleri de, tüketici kredisinin diğer bir avantajı olmaktadır (AKGÜLTEN, 1992, s. 44).

Bütün bu avantajlar, maliyetlerin de düşük olması ile beraber, karlılık üzerine olumlu bir etki yapmaktadır.

## **21. Tüketici Kredisinin Sakıncaları**

### **210. Tüketici Açısından Sakıncaları**

Kredinin sağladığı satın alma kolaylığı, kişinin satın alma arzusunu arttırarak, gücünün üzerinde borçlanmaya gitme ihtimalini gündeme getirmektedir. Keza, satınalma önceliklerine göre yapılmış olan ihtiyaç listesinde, kredi ile alınabilecek emtia ve hizmetler gerekli ihtiyaçların önüne geçerek kişinin birey ve aile olarak tasarruflarından maksimum fayda sağlama olanağını engelleyebilir. Tüketici, gelecekteki tasarruflarını bugünden harcaması sebebiyle, gelecekteki likiditesini ve finansal varlıklara yatırım yapma yeteneğini azaltır. Bir başka ifadeyle, tasarrufların verimli kullanımını önlemiş olur.

### **211. Üretici ve Satıcı Açısından Sakıncaları**

Üretici veya satıcı firmanın kredili satış (bankayla anlaşmalı) yapması sonucu portföyünde biriken müşteri senetlerini veya senetsiz alacaklarını aktifinden çıkaramaması durumunda, kredili satış satıcı firmanın işletme sermayesi ihtiyacını arttırır. Artan işletme



sermayesi ihtiyacının tedarik edilmesindeki zorluk veya finans kaynaklarının maliyetinin yüksek olması firmanın bünyesini zayıflatabilir.

Tüketici kredisinin satıcı firma açısından bir diğer sakıncası biriken alacakların tahsil edilememe riskidir. Satıcı firmanın bu riski en düşük seviyeye indirmek için, etkin bir takip örgütü kurması ve tahsili geciken alacaklarla uğraşmaması gerekebilir. Bu maliyetleri yukarı çekerken, bir takım ilave işleri de beraberinde getirmektedir (ÜNDÜL, 1992, s.48).

## **212. Bankalar Açısından Sakıncaları**

Bankalar çok miktarlarda tüketici kredisi vermeyi amaçlamaktadırlar. Bunun altyapısının çok iyi hazırlanması zorunludur. Çünkü sayıca az, değeri yüksek işlemlerden, sayıca çok, birim değeri küçük işlemlere yönelinmektedir. Böyle bir değişiklik yapıldığı zaman çok sayıda işlemi de, hatasız ve süratle yapmak gereklidir. Bu işin kayıtlarını iyi tutup, güncel olarak verilen onbinlerce kredinin son durumunu gösteren bilgiler olmazsa, ileride doğabilecek riskleri kontrol etmekte zorluklar çıkabilir. Tüketici kredilerinin faiziyle, geri ödenmesinde sorun çıkmaktadır. Altyapının iyi oluşturulmaması durumunda maliyetler artmaktadır. Bu da karlılık oranının düşmesine sebep olmaktadır. Tüketici kredilerinde perakendeci hizmet olmaları niteliğinden dolayı birim maliyetler, toptancı bankacılık hizmetlerinden daha fazladır. Bankalar her müşteri ile ayrı ayrı ilgilenmek, başvuru değerlendirmelerini yapmak ve tahsilat aşamasında ortaya çıkabilecek gecikmelerden dolayı, yasal başvurmayla ilgili harcamaları göze almak durumundadırlar. Maliyetleri azaltmak için bankaların faaliyetlerinde otomasyona yönelmek ve personel giderlerinden uzun dönemde tasarrufa gitmek için gerekli önlemleri almaları kaçınılmazdır. Ülkemizde bankalar tüketici kredisi ile ilgili bölge bankalarını, tüketiciyi, yapılan işlemleri, kontrol amacıyla ferdi kredi merkezleri kurmaktadır. Çıkan sorunlara bu merkezler aracılığı ile çözüm getirilmeye çalışılmaktadır.

Tüketici kredilerine olan talebin hızla artması nedeniyle, pek çok ülkede sistemin kötüye kullanılmasını önlemek amacıyla, kredi kullanan tüketiciler hakkında bilgi toplamak için ortak bir istihbarat kuruluşları adı altında, potansiyel kredi kullanıcılarının

kredibiliteleri hakkında bilgi toplayıp, depolayan ve bunları kredi veren kurumların ortak kullanımına sunan kuruluşlar oluşturulmuştur (AKYÜN, 1995, s. 29).

Ülkemizde de Şubat 1991 tarihi itibarıyla Merkez Bankası tarafından organize edilen bir risk santralizasyon merkezi kurulmuştur. Mayıs 1992 tarihi itibarıyla Merkez Bankası, bankalardan tüketici kredisi olarak ödemelerini yapmayan kişilere ait bilgilerin ana bilgisayar sistemleri çerçevesine adapte etmelerini istemiştir. Bu girişimden sonra Ferdi Kredi Negatif Bilgi Bankası bir takım aksaklıklara rağmen devreye girmiş bulunmaktadır.

Bankalara çok büyük faydaları olacak bulunan bu sistemde kötü niyetli kişilerin kimlik bilgilerine yer verilmekte ve böylece bankaların tüketici kredisi alanında risklerini azaltabilecekleri bir sistemden faydalanmaları sağlanmış olmaktadır. Riski en aza indirilmiş bir sistemin, kredi maliyetlerine bir rahatlama getireceği kuşkusuzdur (ÜNDÜL, 1992, ss.56-57).

## **22. Tüketici Kredilerinin Ekonomik Etkileri**

### **220. Ekonomiyi Canlandırma Açısından**

Tüketici kredileri talebi uyararak piyasayı canlandırmaktadır. Bazı sektörlerle yönelik tüketim malı talebi, hızlandırıcı etkisi sonucu, sermaye malları talebini de arttırmaktadır. Bu sermaye malları talebine türevsel, yani tüketici talebinden türeme talep de denilmektedir. Böylece ekonominin durgun olduğu zamanlarda, tüketici kredileri, tüketim malı talebinin artmasına yol açmakta, bu talep artışı da diğer sektörlerle yayılarak istihdam artışına neden olacak zincirleme bir reaksiyonu başlatabilmektedir. Tüketici kredileri ilk aşamada, dayanıklı tüketim malları, otomotiv gibi belirli alt sektörlerde bir hareketlenme, hızlanma yaratmaktaysa da, bir zaman aralığı ile diğer sektörlerle de değişik boyutlarda yayılmaktadır.

## 221. Enflasyon Açısından

Tüketici kredilerine makro açıdan yöneltilen eleştiri, enflasyonist süreci hızlandırması yönünde olmaktadır. Enflasyona neden olan pek çok etkiden söz edilebilir, aşırı talep, kamu kesimi finansman açıkları, maliyetlerin yükselmesi, gelir bölüşümü çekişmesi, yurt dışından yansıyan fiyat artışları gibi.

Ekonomide bütün şartlar sabit kalırsa, arz esnekliğinin olmaması durumunda artan talep enflasyon yaratabilir. Ancak diğer şartlar sabit olmadığı, ekonomi sürekli tam istihdam halinde bulunmadığı için enflasyonun tek sebebinin talep artışı olarak nitelendirmek her zaman geçerli bir tanı olmayabilir.

İşletmeler taksitli satışlarla da zaten talebi uyarmaktadırlar. Tüketici kredisi bir anlamda firmalar tarafından taksitli satışlarla verilmektedir. Böylece firmalar bir finansman işlevi üstlenmeye zorlanmaktadırlar. Tüketici kredileri taksitli satışların yerini aldığından, enflasyon açısından ek bir etki sözkonusu olmamaktadır.

Tüketici kredileri tabii ki enflasyonun nedeni olamaz. Ancak enflasyonist ortamlarda enflasyon hızı giderek arttıkça tüketici kredilerinin de buna bir ölçüde katkısı bulunduğu düşünülebilir. Burada tüketici kredilerini enflasyonun ana nedeni olarak düşünmek ve ortadan kaldırmaya çalışmak değil de, enflasyonu önlemeye çalışırken, bazı önlemler alınırken tüketici kredilerini de gündeme getirip, bu konunun da düzenlenmesine gidilmesi yerinde olur. Örneğin taksitli satışlarda peşinat oranı yükseltilebilir, vade kısaltılabilir. Bankaların tüketici kredi hacmi dondurulabilir. Kredi hacminin dondurulması piyasadaki para arzını ve kaydi para yaratma olanağını azaltarak enflasyon baskısını hafifletir. Tüketici kredilerinin enflasyona karşı alınan bu önlemler içindeki etkisi, krediler içindeki göreceli önemlerine göre değişmektedir (AKGÜLTEN, 1992, s. 39).

Farklı gelir gruplarından olan kişilerin gereksinmelerini, gelecekteki gelirlerinden bir kısmını “Zorunlu Tasarruf” a katlanarak temin etmeleri biçiminde yürüyen kredi düzenine, günümüzde artık talebi arttırarak enflasyonu hızlandıran bir etken olarak bakılmamaktadır. Aksine ödeme gücü sınırlı kitlelere belirli imkanlarla satın alma gücünün

yaratılması, yaratılan bu satın alma gücüyle de onların gereksinmelerinin karşılanmasına yardımcı olunması devletin sosyal görevleri arasında sayılmaktadır (ERZEN, 1991, s. 41).

## **222. Kapasite Kullanımı ve Maliyetler Açısından**

Ekonomide veya belirli alt sektörlerde atıl kapasite bulunması halinde, tüketici kredileri, kapasite kullanım oranlarını yükselterek, maliyetler üzerinde de olumlu etki yapabilir.

Ekonomide veya belirli alt sektörlerde maliyetler üretimin ilk zamanlarında yüksektir. Üretim, firma dengesinin olduğu marjinal maliyetle, fiyatın eşitlendiği noktaya doğru arttırıldığında maliyetler düşüş gösterir ve bu noktada en düşük seviyesine ulaşır. Bu nokta karı maksimum yapan üretim seviyesidir. Bu noktaya kadar artan verimler kanunu işler. Tüketici kredileri talebi uyararak ekonominin veya belirli alt sektörlerdeki atıl kapasiteleri harekete geçirerek, üretimi bu noktaya doğru arttırıp, maliyetlerin artan verim kanununa uygun olarak düşmesine neden olmalarıyla dengeye doğru bir süreci başlatmış olur (AKGÜLTEN, 1992, s.40).

Bunun yanında, tüketici kredilerinin kişileri aşırı ve belki de gereksiz tüketime iteceği, yapacakları tasarrufları azaltacağı, gelecekteki tasarrufların bugünden harcanmasının kişilere likidite sorunları yaratacağı ve diğer tasarruf alanlarına yapılan yatırımı düşüreceği öne sürülmektedir. Tüketici kredilerinin aşırı bir şekilde kullanılmasının ülke ekonomisi üzerinde de bazı baskılar doğurmasından çekinilmektedir. Bu çekinceler, kişisel borç yükünün artması, ulusal kaynakların baskı altına alınması, enflasyonist bir baskı yaratılması, tüketim mallarına olan talebin ithalat artışlarına neden olması, kaynakların ihracata yönelmesi engellenerek ödemeler dengesini olumsuz yönde etkilenmesi şeklinde sıralanmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ

#### 30. Türkiye'de Tüketici Kredisi Uygulamasına Geçişi Etkileyen Faktörler

Türkiye'nin 1980'lerden sonra yaşadığı birtakım gelişmeler tüketici kredilerinin günlük yaşama girişini hazırlamıştır. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

- Kredi pazarlamasındaki problemler,
- Gelişmiş ülkelerde bankacılık sektöründeki son yönelimler,
- Teknolojik gelişmeler,
- Varlığa Dayalı Menkul Kıymet (VDMK) uygulamalarıdır.

#### 300. Kredi Pazarlamasındaki Problemler

Ülkemizde tüketici kredileri 1988 yılına kadar, sadece üyelerine belirli limit dahilinde kredi veren, belli kuruluşlara ait yardımlaşma sandıkları, parakende satış firmaları ve gazetelerin yan kuruluşu olan pazarlama şirketlerinin uyguladıkları kampanyalar çerçevesinde bankalar dışında gelişmiştir.

1988 yılında talebi kısıtlayıcı yönde uygulanan ekonomi politikalarının da etkisiyle yükselen mevduat faizi oranlarının ticari kredi faizlerini de yükseltmesi sonucu bankalar ellerindeki fonları plase etmekte güçlük çekmişler ve plasmanlarını tüketici kredilerine yöneltmişlerdir.

Bankaların tüketici kredilerine ilgi duymaya başlaması 1988 yılının ikinci yarısına rastlamaktadır. 17.10.1988 tarihli Merkez Bankası kararı ile bankaların mevduata uyguladıkları faiz üzerindeki o güne değin var olan Merkez Bankası denetimi kaldırılmıştır (TUZCU, Dünya Gazetesi, 07.09.1991, s.3).

Bankalar, her vadedeki mevduata verecekleri faizi kendileri saptama imkânına kavuştular. Bu doğrultuda 1 yıllık mevduat faizini % 85-90'lara kadar yükselttiler. Bu faiz oranları bankalara mevduat akmasına neden olmuştur.

Yüksek faiz mudilerin lehine, sanayici ve satıcıların aleyhine oldu. Zira, mevduat faiz oranlarındaki yükselmeye bağlı olarak kredi faiz oranlarındaki yükselme, kredi kullananlar üzerinde caydırıcı bir etki yapmış, bu kişileri krediden uzaklaştırarak kendi özkaynakları ile çalışmaya yöneltmiş ve bankalara geri dönen kredilerde büyük bir artış yaşanmıştır. Kredibilitesi yüksek firmaların kendi özkaynaklarına dönmeleri sonucu kredi talebi sadece küçük firmalardan gelir olmuş, dolayısıyla da bankalarımız açısından, kredi riskinde artış kaydedilmiştir. Diğer taraftan, döviz kurlarındaki artışın enflasyon oranının altında gerçekleşmesi ve dış kaynaklı döviz kredisi bulabilme imkânının doğması da Türk Lirasına olan kredi talebinin azalmasında etkili olmuştur.

Mevduat ve dış kredi imkanlarının artması özellikle çok şubeli bankalarda fon fazlası yaratmıştır. Krediyeye dönüştürülemeyen fazla fon, diğer etkenlerin de katkısıyla bankaların yeni bir plasman alanı bulması zorunluluğunu gündeme getirmiştir.

İşte, tüketici kredileri böylesi bir ortamda uygulamaya konulmuştur. Burada önemle vurgulanması gereken nokta tüketicilerin o zamanın şartları altında bankalardan ya da başka herhangi bir finansal kurumdan böylesi bir kredi talep etmemeleridir (İMREN, 1994, s.70).

Bankaların, talep gelmeden böyle bir girişimde bulunurken beklentileri, ülkenin sosyal ve ekonomik durumu dikkate alındığında peşin para ile satınalma imkanlarının kısıtlı olmasından dolayı, tüketici kredisiyle alınabilen mal ve hizmetlere ihtiyaçları olan kişilerin, ihtiyaçlarını beklemeden peşin fiyatına temin etmek isteyecekleri yönünde olmuş ve tabi ki bankalar karlarını arttırmayı amaçlamışlardır.

Tüketici kredileri, kısmen T.C. Merkez Bankası'nca 23.01.1986 tarihinde çıkarılan ve taksitli satışları yasal bir düzenlemeye tabi tutan tebliğ ve kısmen de sözleşme özgürlüğü ve irade özerkliği ilkeleri ile Medeni Kanun ve Borçlar Kanunu'nun genel hükümleri ve

bazı hukuki işlemlere ilişkin çözümlerine dayanılarak oluşturulan hukuki çerçeve içerisinde geliştirilmiştir. Önce “Bireysel Kredi” olarak başlatılmış ve daha sonra çeşitlendirilmiştir.

Böylelikle, mali piyasaların gelişebilmesi için üretim faaliyetlerine verilen önem ve gösterilen ilgi, artık tüketim ihtiyaçlarını da kapsamaya başlamıştır. Bu doğrultuda önceki yıllarda sadece üretim faaliyetlerinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kredi veren bankalar tüketiciye ve onun finansman ihtiyaçlarına da eğilmeye başlamışlardır.

1988 yılının ikinci yarısında Yapı ve Kredi Bankası'nın başlattığı tüketici kredisi uygulaması bugün gerek kamu gerekse özel bankaların mevduat plasmanının en etkin aracı haline gelmiştir. Bankaları tüketici kredisi kullanırmaya iten kredi pazarlamasından doğan problemler ve diğer nedenler şöyle özetlenebilir:

- 1 1988 yılı Eylül ayında mevduat faiz oranlarının serbest bırakılmasıyla, bankalarda büyük fonların oluşması ve bu fonların kısa sürede plase edilememesi,
- 2 Yüksek faiz politikası nedeni ile, kredibilitesi yüksek olan firmaların özkaynağa yönelmiş olması,
- 3 Kredi taleplerinin, daha çok kredi riski yüksek olan küçük firmalardan gelmiş olması,
- 4 Bankaların, tüketici kredileri yolu ile yüksek maliyetli fon fazlasını bir an önce plase etmeyi, riski dağıtarak kredi verimini, yani karlılığını yükseltmeyi, reklamlar ve hizmetin yaygınlaştırılması yoluyla da müşteri sayısını arttırmayı amaçlamaları,
- 5 Bankaların, taksitli satışlar uygulamasındaki aracıları ortadan kaldırmayı hedeflemiş olmaları,
- 6 Bankaların mevduat piyasasındaki paylarını korumak istemeleri,
- 7 Türk bankacılık sisteminin AT'ye girme hazırlıklarının tüketici kredisinin kullanırılmasında etkili olmasıdır.

### **301. Gelişmiş Ülkelerde Bankacılık Sektöründeki Son Yönelimler**

Batı ülkeleri bankacılık sektöründe son 10-15 yıl içinde üç önemli yönelim olmuştur. Bunlardan birincisi bankalar arasındaki rekabet, ikincisi finansal kurumlar arasındaki rekabet, üçüncüsü de bireysel bankacılık hizmetlerindeki rekabettir. Artık tüketiciler,

bankalarda bir taraftan hızlı para işlemleri yapmak isterken, diğer taraftan onların istedikleri zaman kredi vermesini, tasarruflarını para piyasalarında değerlendirmesini ve finansman konusunda doğru haber kaynağı olmasını istemektedirler. Batı Avrupa'daki bankalar artık tüketici mevduatını gelecekteki temel fon kaynağı olarak görmektedirler. Diğer taraftan Avrupa'daki tüketici kredileri pazarının 2000 yılına kadar % 3-9 oranında büyüyeceği beklenmektedir. Batı Avrupa'daki bu yönelim, bankalarımızı da önemli ölçüde etkilemiştir (KARAN, 1995, s. 38).

### **302. Teknolojik Gelişmeler**

1980'den sonra teknolojik gelişme, bankaları tüm dünyada etkilemiştir. Yeni teknoloji ile gelen bilgisayar şebekesi tüm finansal işlemlerde sürat, doğruluk ve ekonomi sağlamış, Automated Teller Machine (ATM)'ler yaygınlık kazanmıştır. 1989 itibariyle ABD'de 80000 ATM'den tüketicilerin hemen hemen yarısı yararlanmaktadır. Ülkemizde 1983 yılından itibaren başlayan elektronik bankacılık faaliyetleri ve kredi kartı gibi yenilikler, bireysel bankacılık ve tüketici kredisi uygulamasını desteklemiştir.

### **303. Varlığa Dayalı Menkul Kıymet (VDMK) Uygulaması**

Ülkemizde tüketici kredilerinin 1992 yılından itibaren daha fazla yayılmasını sağlayan faktörlerden en önemlisi VDMK uygulamasıdır. 1970'li yıllarda ABD'de başlayan bu uygulama, ülkemizde 31.01.1992 tarihinden itibaren başlamış, bankalar verdikleri tüketici kredileri karşılığında VDMK çıkarma imkanına kavuşmuşlardır. Bankalar ihraç ettikleri VDMK karşılığı olarak ayırmaları gereken munzam karşılık ve disonibilite zorunluluklarından kurtulduklarından daha ucuz maliyetle fon elde etme imkanına kavuşmuşlardır. Bir yıl içinde 30.000.000.000.000.- TL tutarında VDMK ihraç etmişlerdir. Ancak, bu hali ile VDMK genel olarak kredi kalitesinin düşmesine yol açmakta, tüketici kredisi hacminin yapay olarak yükselmesini özendirilmektedir (ERİNÇ, 1993, s. 10).



### **31. Türkiye’de Tüketici Kredilerinin Sınıflandırılması**

Tüketici kredilerinin sınıflandırılması, ülkeden ülkeye, eyaletten eyalete, bankadan bankaya değişiklik göstermektedir. Ülkemizde tüketici kredilerinin sınıflandırılması ikiye ayrılır.

#### **310. Doğrudan Nakit Olarak Verilen Tüketici Kredileri**

Tüketicilerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla doğrudan bankadan talep ettikleri maddi kredilerdir. İhtiyaç kredisi olarak da anılmaktadırlar. Bankalar bu alanda reklamlar vererek, kredi kullanımını arttırmaya çalışmışlardır. Müşteri kendisine ödenen nakdi krediyi, istediği firmadan, istediği mal ya da hizmetin satın alınmasında kullanabilmektedir.

Doğrudan nakit olarak verilen kredilerde banka, tüketicilerin kredi talebini çok titiz değerlendirmektedir. Çünkü hangi alanda kullanılacağı belirtilmeyen bu kredi, bankalar açısından en riskli kredilerdir. Bu nedenle kredi faizleri daha yüksektir. Hangi alanda kullanılacağı sorulamayacağından, kredi işlemleri daha çabuk ve kolay yapılmaktadır. Nakit para her tür ihtiyaç için kullanılabileceğinden talep fazladır. Kişi aldığı parayı spekülâtif amaçlar için kullanabilir.

#### **311. Mal ve Hizmet İhtiyacını Karşulamak Amacıyla Verilen Tüketici Kredileri**

Bu amaçla kullanılan tüketici kredilerinde, kredi müşterisi, banka ve banka ile anlaşma imzalamış bulunan satıcı firma olmak üzere üç taraf vardır. Müşteriler anlaşmalı firmalara başvurarak, mal ve hizmet satın almakta, gerekli koşulları yerine getirdikleri takdirde banka, işyerine satış bedelini ödemektedir. Ancak paranın tahsili vb. çeşitli sorunlar bankaya ait olmaktadır. Bu uygulamayla firmanın vadeli satışları yerine, peşin satış miktarı çoğalacak, böylece firma, banka kredisi kullanmaya gerek duymayacak ve sattığı malların yerine yenisini koyabilecektir.

Bu uygulamanın başladığı ilk zamanlarda bankalar çeşitli nedenlerle tüketiciyi belirli sektörlere veya ilişkileri olan firmalara yönlendirmişlerdir (otomobil, beyaz eşya ve

mobilya 'gibi). Böylelikle kredinin amacı dışında kullanılmasını önlemek hedeflenmiştir (OĞUZTÜRK, 1989, s. 13).

Türkiye'de bankalarca bu amaçla kullanılan Tüketici Kredisi isimleri;

- Konut Kredisi,
- Bağ-Kur Prim Borçlanma Kredisi,
- Ev Pansiyonculuğu Kredisi,
- Evlilik Kredisi,
- Eğitim Kredisi,
- Otomobil Kredisi,
- Donanım Kredisi,
- Sigorta Prim Borçlanma Kredisi,
- Askerlik Kredisi,
- Turizm Kredisidir.

### **32. Tüketici Kredilerinin Pazarlanması**

Bankaların çeşitli isimler altında, çeşitli faiz oranlarında ve değişik konularda verdikleri tüketici kredilerini büyük bir potansiyele sahip olan tüketici kesimini, kendilerine çekebilmek için çok geniş bir seçenek yelpazesi içinde sunar. Tüketici kredisini daha cazip göstermek amacıyla hazırlanan pazarlama yöntemlerini aşağıda görmek mümkündür (AKYÜN, 1995, s.11):

i. Tüketici kredisi taksitlendirilmiş, faizlendirilmiş olarak hazırlanan tablolar üzerinde tüketiciye anlatılır. Burada faiz oranları müşteri üzerinde ters bir etki yaratmasın diye pek fazla bahsedilmez. Ancak müşteri sorduğu takdirde anlatılır.

ii. Bankalarla satıcılar (perakendeci, bayi, mağaza, vb) arasında anlaşarak kredi pazarlarlar. Bu yöntem uygulama açısından kolay olduğu gibi, bankalara reklamlarını yapma fırsatı da vermektedir.

iii. Bankalar çeşitli vadelere dağılmış (3, 6, 12, 24, 36 ay gibi) ve vade farkları bulunan bir tablo üzerinden müşterilere çeşitli seçenekler sunulmak suretiyle kredi

pazarlarlar. Bu yöntemde daha çok müşteriye vade dağılımından bahsedilerek, kredinin cazip olduğu imajı verilmeye çalışılır.

iv. Bankalar çeşitli isimler altında tüketiciyi bankaya çekmeye çalışırlar. Otomobil, tatil, eğitim, hızır kredi gibi.

v. Bankalar pazarlama kuruluşlarıyla anlaşarak kredi pazarlayabiliyorlar (Örneğin; Pamukbank, Garanti, İmar Bankası). Bu tip kampanyalarda firma bireye kefil olacağı için hem faizler 0.25-0.50 puan düşebiliyor, hem de vadeler uzayabiliyor. Bu tip kredilerde vadeye ve ürün çeşidine göre faiz uygulanıyor.

Bankalar tüketici kredilerinin kullanma seçeneklerini müşterilerine genel olarak aşağıdaki gibi sunarlar. Bunlar;

1. Eşit taksitler ile aylık ödeme,
2. Her yıl artan oranda taksitler halinde aylık ödeme,
3. Her altı ayda bir ara ödeme ile yapılan eşit aylık taksitler halinde ödeme,
4. Yabancı para endeksli aylık eşit taksitli ödeme,
5. Vade sonu ödemeli,
6. Banka nezdinde açılacak tasarruf mevduatının 1 yıl vade ile tutulması kaydıyla, açılacak kredinin eşit veya artan taksitlerle geri ödenmesi,
7. Devresel olarak yaratılan paraya karşılık verilen kredinin 1 yıl sonra geri ödenmesi,
8. Kredi talep edenin önereceği şartlara göre ödemedir.

Yukarıda anlatılan seçeneklerden “eşit taksitler ile aylık ödemeli kredi tablosu” en fazla tercih edilenidir.

Ayrıca, bankalar dışında tüketici kredisi veren finansman şirketleri de kurulmuştur. Şöyle ki, Türkiye’de beyaz ve kahverengi eşya üreten kuruluşlar ile otomotiv endüstrisinin satış problemlerini çözümlenmek amacıyla batıdaki örneklerine uygun şekilde, 26.07.1994 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Yönetmelik ile tüketici finansman şirketlerinin kurulup çalışması olanağı sağlanmıştır.

Türkiye’de ilk tüketici finansman şirketi Koç topluluğu tarafından 1995 yılında Koç Finans A.Ş. adıyla kurulmuştur. 03.01.1995 tarihinde tescil edilen şirket 1995 yılını kuruluş ve hazırlık çalışmaları ile geçirmiş, Ekim 1995 tarihinden itibaren faaliyete geçebilmiştir. Bu örneği Anadolu Grubunun Anadolu Tüketici Finans A.Ş. ile Profilo Grubunun Profilo Finans A.Ş. örnekleri izlemektedir.

Böylece ülkemizde bankalar yanında tüketiciye daha elverişli koşullarda tüketici kredisi veren finansman şirketleri doğmuştur. Bu şekilde otomotiv ve beyaz eşya gibi oldukça pahalı ürünlerin satış ve pazarlanması kolaylaşmış ve satış hacmi artmış bulunmaktadır (TUNCER, 1996, s.102).

### **33. Tüketici Kredisi Verilmesi İşlemleri**

Ülkemizde tüketici kredileri genelde 12 - 24 ay vadeli olarak verilmektedir. Bankasına göre otomobil kredilerinde 36 ay, konut kredilerinde de 60 aya kadar vade süresi uzayabilmektedir.

#### **330. Tüketicinin Kredi Başvurusu**

Kredi almak isteyen kişi, bankaların tüketici kredisi koşullarını inceleyerek başvuruda bulunur. Bankadan yeterli bilgiyi alan tüketici, bankanın başvuru formunu doldurarak ve gerekli belgeleri ilave ederek, resmen tüketici kredisi talebinde bulunur. Başvuru formunda tüketicinin kredi talebine ait bilgiler maddi durumu, işi veya mesleği, sigortası, kişisel bilgiler vb. konularla ilgili sorular vardır.

#### **331. Tüketici Kredilerinden Faydalanabilenler**

Düzenli ve yeterli gelir düzeyine sahip her gerçek kişi tüketici kredisinden faydalanabilmektedir.

Başvurusu banka tarafından yapılan istihbarat sonucu olumsuz çıkan kişiler, daha önceki başvurusu reddedilmiş olanlar, sabit bir işi ve düzenli bir geliri bulunmayanlar,

beyan etmiş olduğu maaşı belgelerle ispat edemeyenler, herhangi bir işyerinde bordrosuz çalışanlar, başvuru formunda gerçek dışı beyanda bulunanlar, karşılıksız çek keşide eden veya senetleri protesto olan kişiler, kefil olarak gösterdiği kişiler ile akrabalık ilişkisi olanlar (bazı bankalar için geçerli), almak istedikleri tüketici kredisini ticari amaçlar için kullanacakları kanaatine varılanlar ve bankanın kendi personeli (bazı bankalar için geçerli) tüketici kredisinden faydalanamaz.

### **332.Tüketici Kredisi Talep Edenlerden İstenilen Belgeler**

Tüketici kredisi talep edenlerin tamamından istenen belgeler aşağıdadır. Bunlar;

1. Başvuru formu,
2. Nüfus cüzdanı veya sürücü belgesinin fotokopisi,
3. İmza örneği (şubece maruf ve imzaların karşılaştırılacağı bir başka evrak varsa istenmeyebilir),
4. Ücretlilerden, kendisinin ve/veya eşinin, başvuru tarihindeki veya bir önceki aya ait maaş bordrosu ile işyerince onaylanacak (maaşın hacizli olup olmadığına dair) belge,
5. Belirli bir işyerine bağlı olmaksızın kendi işyerlerinde çalışan (doktor, avukat, mimar-mühendis, mali müşavir, muhasebeci vb.) başvuru sahiplerinden kayıtlı buldukları meslek kuruluşu (Baro, Tabibler Odası, Mühendisler Odası, Ticaret Odası vb.) tarafından düzenlenen üyelik belgesinin fotokopisi,
6. Başvuru sahibinin emekli olması halinde, bağlı bulunduğu sosyal güvenlik kuruluşu tarafından verilen kimlik belgesinin fotokopisidir.

Kredi başvurusu yapanların kefillerinden ise, nüfus cüzdanı veya sürücü belgesinin fotokopisi, imza örneği, kefilin ücretli olması halinde, son aya ait maaş bordrosu, serbest meslek sahibi ise, en son yıla ait vergi levhasının fotokopisi talep edilmektedir.

### 333. Tüketici Kredisi Verilirken Dikkat Edilen Hususlar

Kredi talep eden kişilerin durumu gözönüne alınarak (ücretli, emekli, serbest meslek sahibi) başvuru formunun noksansız ve doğru bir şekilde tanzim edilip edilmediği, diğer belgelerle karşılaştırılıp kontrol edilir.

Bankada hesabının olup olmadığının tespiti, var ise, karşılıksız çek keşide edip etmediği, şahsi protestosunun rastlanıp raslanmadığı araştırılır.

Bankanın ilk kez çalışacağı kişi için ayrıntılı istihbarat raporu, (ev ve iş adresleri, halen çalışıp çalışmadığı, beyan edilen menkul kıymet ve faiz getirisi ile diğer gelirleri, gayrimenkul varlığı) düzenlenir. Önceden alınmış krediler varsa bunların ödenip ödenmediğine bakılır.

Bir kişinin birden fazla kişiye kefil olup olmadığı tesbit edilir. Emekli maaşlarına haciz konulamayacağı için kefil kabulü sırasında bu gözönüne alınır.

### 334. Tüketici Kredisinin Onaylanması

Kredi uzmanı kredi talebini bir takım kriterlere göre değerlendirir. Kredinin "C"leri olarak tanımlanan karakter (character), kapasite (capacity), sermaye (capital), maddi teminat (collateral) ve ekonomik koşullar (conditions) kredinin onaylanmasında temel kriterleri oluşturmaktadır. Bu kriterlerden herbiri kredi riskinin değerlendirilmesinde büyük önem taşır. Burada müşterinin geri ödeme isteği ve alışkanlığı demek olan karakter ile müşterinin geri ödeme gücünü gösteren kapasite çok önemlidir.

Karakter belirlemede kişinin kendi geçmişi ile ilgili bilgiler kullanılmaktadır. Ülkemizde kredi kullanan müşteriler hakkında bilgilerin toplanacağı T.C. Merkez Bankası bünyesinde, bir risk santralizasyon merkezi yeni kurulmuş olup, işlevini daha tam olarak yerine getirememektedir. Bu nedenle müşterinin doğruluğu ve dürüstlüğü hakkında en iyi kararı, kişiye en yakın konumda bulunan şube verir.

Kapasiteyi belirleyici en önemli faktör, kişinin gelir düzeyidir. Gelirin zorunlu harcamalar ve diğer giderlerden sonra kalan bölümü, kişinin ödeme gücünü tayin etmede belirleyicidir. Ülkemizde kredi miktarının tespitinde, genellikle aylık net gelirin, taksit tutarını karşılaması koşulu aranır. Bu yüzden bankaların başvuru formlarında, aylık gelirin ve aylık giderin belirtilmesi istenir.

Üçüncü kriter olan sermaye kişinin net varlığıdır. Müşterinin varlıklarının değeri borçlarının değerinden fazla ise kredi daha az riskli olmaktadır.

Dördüncü kriter teminat ise; kefil, menkul kıymet rehni, aylık geri ödeme taksitleri tutarında düzenlenen teminat senetleri, otomobil üzerine rehin tahsisi veya peşin haciz gibi şekillerde olabilmektedir.

Son kriter ekonomik koşullar da kişinin en başta kapasitesini, yani ödeme gücünü etkileyen bir unsurdur. Özellikle ekonomik durgunluğun yaşandığı dönemlerde borçlunun gelirindeki düşüşün ve hatta bazı durumlarda (grev gibi) gelir kaybının ödeme gücü üzerindeki etkisi ülkenin ekonomik koşullarının önemini vurgulamaktadır. Ayrıca bankaların tüketici kredisi uygulamasında, önemli bir faktör olan faiz politikası da ekonomik koşullara göre değişir.

Bu kriterlere göre değerlendirme yapıldıktan sonra karar verilir. Karar üç şekilde olabilir. Kredi verilmesi kabul edilir, kredi verilmesi reddedilir veya kredi verilmesi şartlı kabul edilir (BEBİTOĞLU, 1989, ss. 12, 13).

### **335. Tüketici Kredisinin Verilmesi Aşamasındaki İşlemler**

Tüketici kredisinin verilmesinin kararlaştırılması halinde Tüketici Kredisi Sözleşmesi yapılır ve borçlu ile kefiller imzalar. Kredi müşterisi ve iki kefile müşterek müteselsil borçlu olarak, seçilen toplam taksitler kadar senetler imzalatılır.

Eğer alınan tüketici kredisi araba alımı için ise, “Peşin Haciz” veya “Rehin Mukavelesi” yapılarak borçlunun bankaya olan kredi borcunu aksatması durumunda alınan arabanın mülkiyetinin hemen bankaya geçebilmesi temin edilir.

Öte yandan, tüketici kendisi için en avantajlı şartlara haiz krediyi tercih edeceği için bankalar, rekabet ortamında kredi için istedikleri şahsi bilgiler, kredi kararı için gerekli olan süre, kefil vs. gibi hususlarda bazı fedakarlıklar yapmak zorunda kalabilmektedirler. Bunun da bankaya belli maliyetleri olduğu yadsınamaz.

### **34. Türkiye’de Tüketici Kredisi Uygulamasına Bir Örnek**

Tüketici kredilerinin uygulamaları hakkında bir fikir verebilmek için, aşağıda Türkiye İş Bankası A.Ş. Genel Müdürlüğü tarafından oluşturulan ve taşıt kredisi şeklinde kullanılan tüketici kredilerine ilişkin bir model üzerinde açıklamalar yapmak konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

#### **340. Taşıt Kredisinden Yararlanabilecek Tüketiciler**

Bu çeşit kredilere ilişkin tanım’e göre, taşıt kredisinden, istikrarlı ve yeterli düzeyde belgelendirilebilir geliri bulunan serbest meslek sahipleri ve diğer gerçek kişiler yararlanabilir.

#### **341. Vade**

3 ile 18 ay arasında değişmektedir.

#### **342. Taşıt Kredisinin Kullanılabilmesine İlişkin Genel Esaslar**

Taşıt kredisi, otomobil, motorsiklet, kotra, yat, küçük çaplı helikopter veya uçak, karavan, jip ve ticari amaca yönelik olmamak kaydıyla her türlü ulaşım aracı için verilmektedir.

Taşıt kredisi, üretici firmadan veya ithalatçıdan ya da bunların yetkili satıcılarından alınacak taşıtlar için kullanılabileceği gibi kullanılmış taşıtların alımı için de kullanılabilir.

Taşıt kredisi, satış ve teminat işlemlerinin tamamlandığına ilişkin belgelerin ilgili banka şubesine sunulması üzerine, satıcı firmaya ya da kullanılmış aracın satıcısına ödenir.



### 343. Taşıt Kredisi Tutarı

Yeni taşıtların alımında verilecek tüketici kredisi limitsizdir. Talep edilen bedelin üzerine satış bedeli, KDV, ek taşıt alım vergisi, taşıt alım vergisi ve çevre fonu dahil edilerek taşıtın tüketiciye maloluş bedeli kadar kredi verilir.

### 344. Faiz

Faiz oranı, 1-3 ay vadeli kredilerde % 6.90, 4-6 ay vadeli kredilerde % 7, 7-12 ay vadeli kredilerde % 7.25, 12-18 ay vadeli kredilerde ise % 7.5 olarak uygulanmaktadır.

### 345. Güvence

Taşıt kredisinde çeşitli güvence tiplerinden biri seçilebilir. Taşıt kredisi için tercih edilebilecek teminat tipleri aşağıdadır. Bunlar;

- Çift kefile birlikte taşıt rehni,
- Haciz,
- Tek kefile birlikte taşıt rehni,
- Taşınır değer rehni,
- Anapara ipoteği (muayyen meblağ ipoteği),
- Satıcı firma garantisi ve satıcının yapacağı mülkiyeti muhafaza sözleşmesidir.

Görüldüğü gibi, kredi güvencesi olarak çeşitli olanaklar ve seçenekler geliştirilmiştir. Yaygın uygulama tek veya iki kefile taşıt rehnidir.

Tek kefile birlikte aracın üzerine taşınır rehni tesis edilerek taşıt kredisinin verilmesi halinde, imzaları noterde onaylanacak müşterek tüketici kredisi ve rehin sözleşmesi ile rehin tesis edilecek ve rehlin kaldırıldığının bankaya bildirilmesine kadar aracın satışının yapılamayacağına ilişkin şerhin trafik siciline konulduğuna dair belge bankaya ibraz edilinceye kadar satıcı tarafından alıcıya araç teslim edilmeyecek ve kredi ödemesi yapılmayacaktır.

Araç rehni yerine tüketicinin kendisine ait bir taşınır kıymet, mevduat hesabı veya bir taşınmazı da rehin gösterebilmesi mümkündür. Taşınmaz rehni, tüketici yararına bir üçüncü kişi tarafından da verilebilir. Taşıt rehni yerine, böyle bir güvenceye başvurulması halinde, genel olarak kullanılan tüketici kredisi sözleşmesi imzalanır.

Satıcı firma garantisi ve satıcı lehine mülkiyeti muhafaza sözleşmesi yapılması halinde ise satıcı firma, taşıt kredisinin tüm taksitlerinin ödendiğine ve alıcının (tüketicinin) bir borcunun kalmadığına dair bankaca yapılacak yazılı bir bildirim kadar mülkiyeti alıcıya intikal ettirmeyecektir.

Satıcı garantisi de, banka ile satıcı arasında aktebilecek sözleşmeye konulacak bir hükümle sağlanacaktır. Ayrıca, tüketici ile banka arasında aktebilecek tüketici kredisi sözleşmesini, satıcı firmanın müşterek müteselsil kefil olarak imzalaması suretiyle, satıcı firmanın ödeme durumunda kalması halinde, ödediği tutarlar için alacaklı konumuna girmesi sağlanmış olacaktır.

Ayrıca, bu çeşit mülkiyeti muhafaza kaydı ve garantisi alınması şeklinde güvence tipinde, bankaya ödenmeyen kredi taksitleri için satıcıya başvurma imkanı sağlanırken, satıcıya da, banka kredi taksitlerinden üst üste ikisinin ödenmemesi durumunda taşıta el koyma ve bu şekilde kendisini koruma imkanı sağlamaktadır.

### **346. Taşıt Alım Kredisinin Verilmesine İlişkin Formaliteler**

Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin Tamim'inde iş akışı aşağıdaki şekilde belirlenmiştir (İTO, 1992, s.12):

Tüketici, ilk olarak taşıtı satın alacağı firma veya kuruluşa başvurarak, buradan alacağı, taşıt alım kredisi başvuru formunu dolduracaktır.

Doldurulan form, satıcı firma tarafından ilgili banka şubesine yollanacaktır.

Daha sonra, tüketicinin kredi başvurusu değerlendirmeye alınacak, tutar, şube yetkisi dahilinde ise başvuruyu şube değerlendirecek, yetki limitini aşıyor ise tüketicinin

kredibilite durumuna ilişkin istihbarat çalışmasının sonucu, şube görüşü ile birlikte I. Krediler Müdürlüğü Tüketici Kredileri Grubuna iletilecektir. Şube, başvuru formunda ne tür bir güvence alınmasının, amaca uygun olacağına ilişkin görüşünü de açıklayacaktır.

Kredi işlemi uygun görülürse, tüketiciye sonuç bildirilecek ve satıcı firma ile temasa geçmesi istenecektir. Bu amaçla tüketici, satıcı firmaya şubece düzenlenmiş yazıya dayanarak, satın alınacak taşıta ait faturayı düzenletecektir. Yine bu aşamada tüketicinin talimatı uyarınca, önceden bankaca tahsil edilmiş bulunan peşin ödeme tutarı satıcıya ödenecektir.

Kredi müşterisi adına düzenlenmesi gereken fatura, şubeye ibraz edildiğinde, taşıt üzerine rehin tesis edilecekse, tüketici kredisi ve rehin sözleşmesi imzalanacak, imzalar notere onaylatılacak ve faturanın fotokopisi alındıktan sonra, aslı kredi müşterisine verilecektir.

Daha sonra trafik siciline, tesis edilen taşıt rehnine ilişkin şerhin yapılması için, Trafik Şube Müdürlüğüne başvurulacaktır.

Tesis edilen rehmin trafik siciline işlendiğini belirten motorlu taşıt tescil belgesi, bankaya ulaştıncaya, banka ile kredi müşterisi arasında bir Yed-i Emin Sözleşmesi aktedilecek, bu sözleşme ile tüketici teslim aldığı aracı, banka tarafından istendiği zaman aynen teslim edeceğini, araçta meydana gelebilecek değer azalması ya da taşıtın tümünün zayi olması halinde taşıtın değerinin tamamını bankaya ödeyeceğini taahhüt edecektir.

Daha sonra banka, satıcı firmaya ödemedede bulunacak ve ödemenin yapıldığına ilişkin makbuz da tüketiciye verilecektir.

Satıcı firma da, makbuzu alınca, taşıtı tüketiciye teslim edecektir.

Kredinin geri ödenmesi süresince doğabilecek tüm risklere karşı banka taşıtın kasko sigortasını yaptıracak ve sigorta poliçesinde banka "dain ve mürtehin" sıfatıyla lehdar olacaktır. Kasko sigortasının primlerini de tüketici ödeyecektir.

Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin taşıt alım kredisi, yukarıda özetlenen şekilde kullanılmaktadır.

Uygulamada, taşıt alım kredilerinin kullandırılmasında başka yöntemlere rastlanmakta ise de çeşitli uygulamalar arasında büyük farklılık bulunmamaktadır.

### **35. Türkiye'de Tüketicinin Korunması ve Aydınlatılması**

Tüketici kredisinin yaygın olarak kullanıldığı ülkelerde bu tür kredinin ekonomik etkilerinin kontrolü için bir yasal çerçeve geliştirilmiştir. Ancak olaya bir de tüketicinin korunması açısından bakmak gerekmektedir. Bu tür önlemler, tüketicilerin bilgilendirilmesi yoluyla başlamıştır. Tüketici kredileri piyasalarında şeffaflığın olmaması nedeniyle tüketiciler özellikle reklamların etkisinde kalarak yanlış yönlendirilmekte, krediye uygulanacak gerçek faiz oranları ve diğer ek masraflar hakkında ayrıntılı ve tam bilgi almadan krediyi talep etmektedirler. Kredi kontratları da genellikle, kredi veren kurumun girdiği risk karşısında kendisini korumak için daha çok hüküm içeren ve borçlunun daha az korunduğu sözleşmeler olmaktadır. Birçok sözleşmede tüketici daha elverişsiz pozisyonudadır. Örneğin satış ve kredi sözleşmelerinde satıcı tarafından teslim edilen mal arızalı olsa veya sözleşmenin koşullarına uygun olmasa bile borçlu kredi veren kuruma ödeme yapmaya devam etmektedir. Ancak, artık tüketici kredilerinin yaygın kullanımı karşısında tüketicinin korunması daha da önem kazanmıştır.

Tüketicinin korunması;

-Kredi sözleşmesi yapılmasından önce,

-Kredi sözleşmesinde,

-Kredi sözleşmesinin tamamlanmasından sonra olmak üzere üç aşamada değerlendirilebilir.

### **350. Kredi Sözleşmesi Yapılmasından Önce Tüketicinin Korunması**

Birçok ülkede tüketici kredisine serbestçe ulaşabilme, bütün tüketiciler için öngörülen bir hak olarak değerlendirilmektedir. Ülkemizde de bu sağlanmalıdır.

Ekonominin içinde olduğu dönemlere göre, minimum ön ödeme miktarlarının tesbiti, kredinin maksimum süresinin belirlenmesi ve toplam kredi miktarına limitler konması şeklinde devlet kontrolleri uygulanmalıdır.

Tüketiciye yeterli ve zamanında bilgi verilmesi tüketicinin korunmasında önemli şartlardan biridir. Tüketicinin kredi işlemi ile üstlendiği riskleri ayrıntılı olarak bilmesi gereklidir. Örneğin, kredinin toplam maliyeti yıllık ya da aylık faiz oranı yanında bazı ek masrafları da içermektedir. Reklamlarda sadece bu masraflardan bazılarına değinilmesi yanıltıcı olmaktadır. Kredinin gerçek ve toplam maliyetinin açıkça belirtilmesi hem tüketicinin korunması, hem de tüketici kredisi piyasasının şeffaflaşması ve kredi verenler arasında rekabetin gelişmesi açısından gereklidir. Reklamlar arasında genel ve spesifik olarak bir ayırım yapılmalıdır. Genel reklamlar belli bir firmanın kredi verdiğini belirten ve bunun genel koşulları ile satış yerlerini bildiren reklamlardır. Spesifik reklamlar ise tüketici kredisinin özellikleri hakkında ayrıntılı bilgi veren reklamlardır. Spesifik reklamlar sözkonusu olduğunda aşağıdaki bilgilerin verilmesi zorunlu olmalıdır.

Kredi maliyetinin içerdiği bir veya iki unsurdan söz edilmişse kredi tutarına ek olarak yıllık efektif faiz oranı belirtilmelidir. Eğer kredi maliyetinin birden çok unsurundan söz ediliyorsa, kredinin gerçek maliyetinden, geri ödeme vadelerinden, kredinin maksimum miktarı, gerekli teminat veya kredinin verildiği kişilerle ilgili kategori sınırlamaları var ise bu unsurlardan söz edilmelidir (AKKURT, 1989, s. 11).

Tüketici kredisi alanında bilgilerin merkezileştirilmesi hem kredi satan, hem de kredi alanlar açısından yararlıdır. Kredi raporlama acentaları pozitif ve negatif kayıtlar tutarlar. Pozitif kayıtlar, bütün kredili alışlar için tutulan ve herhangi bir anda bireyin toplam mali yükümlülüğünü ortaya koyan bir kayıt sistemidir. Negatif kayıtlar ise, yapılmamış ödemeler ve ödemelerdeki gecikmelere ilişkin kayıtlardır. ABD’de her iki tipte bilgilerin toplandığı bir sistem uygulanmaktadır. Ancak bu bilgilerin gerçekten tüketicinin kredibilitelerini değerlendirmeye yarayacak bilgiler olması gereklidir. Toplanan bilginin doğru olmaması halinde tüketicinin yasal yollara başvurma yolları açık olmalı ve ülkemizde bu sağlanmalıdır.

### 351. Kredi Sözleşmesinde Tüketicinin Korunması

Kredi sözleşmeleri yapıldığı zaman kontratın içinde yazılı olan hususlar tüketiciye gerçek yükümlülükleri ve kredi veren kurum karşısındaki yasal pozisyonu hakkında kesin bir bilgi vermelidir.

Bankaların tüketicilerle yaptıkları mevcut sözleşmeler incelendiğinde, bu sözleşmelerde yer alan bazı hükümlerin, bilinçsiz ve özellikle ödeme gücü hakkında yeterli bilgisi bulunmayan, tüketiciler bakımından bazı tehlikeli çözümler içerdiği gözlenebilir. Bu tehlikeler şöyledir (AKYÜN, 1995, ss. 63-64):

-İlk olarak, tüketiciye belirli bir süre içinde “ cayma hakkı”nın tanınmamış olması, durumunu iyice değerlendirmeden tüketici kredisi almış bulunan tüketiciyi, gelecek tehlikelere karşı en etkin savunma olanağından yoksun bırakmaktadır.

Oysa “Cayma Hakkı” tüketiciye yeniden ve son bir kez düşünebilme imkanı vermekte, kendisine tahsis edilen krediyi, tüm boyutları ve koşullarıyla yeniden değerlendirebilme fırsatı sağlamaktadır.

-Ülkemizdeki uygulamada tüketici kredisiyle satın alınan malın bozuk (ayıplı) çıkması halinde de tüketicinin korunmadığı gözlenmektedir. Gerçekten, mevcut kredi sözleşmelerine göre; kredinin geri ödenmesinden, tamamen tüketici (müşteri) sorumlu tutulmakta, alınan malın bozuk çıkması halinde, tüketici ile satıcı arasında çıkabilecek uyuşmazlıklarda, banka herhangi bir rol üstlenmemektedir.

Tüketicinin böyle durumlar karşısında korunmalarını sağlamak amacı ile birçok ülkede çeşitli çözüm yolları önerilip uygulanmaktadır. Örneğin, eğer krediyi verenle satıcı arasında ortak bir sorumluluk varsa ve satıcı sözleşme yükümlülüklerini yerine getirmiyorsa, krediyi veren kuruluş mal satın alımında tüketiciye karşı sorumlu olmaktadır. Bir başka yol ise, satış ve kredi anlaşmaları arasında bir bağlantı olduğu durumlarda, kredi sözleşmesinin satış sözleşmesi tamamlanana dek etkisini göstermemesidir. Böyle durumlarda satılan malın sipariş koşullarına uygun olarak teslim edilmesiyle satış anlaşması tamamlanmakta ve bundan sonra tüketicinin kredi sözleşmesinin bağlayıcı

nitelik kazanması sözkonusu olmaktadır. Bu tüketici çıkarlarının korunması açısından son derece önemlidir.

Ülkemiz uygulamasında tüketici borcuna ilişkin hükümlerle yükümlü olmaktadır. Bu durumun malın bozuk olmasına rağmen, bunun bedelini taksitler halinde bankaya ödemek zorunda bırakılan tüketici bakımından, “amaca uygun” olmadığı belirtilmelidir.

-Kredi borçları için Kaynak Kullanım Destekleme Fonu ile Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinde, ileride meydana gelebilecek değişikliklerin tüketiciye yansıtılması da, adil olmayan bir çözümdür. Tüketici bu konuda bir “meçhul” ile karşı karşıya bırakılmaktadır.

-Tüketici kredi borcunu, vadelerinden önce ve tümüyle ödemek istediğinde, bankanın bu başvuruyu kabul edip etmemekte serbest bırakılması da, yine tüketici aleyhinedir.

-Geri ödeme planına dahil herhangi iki taksidin vadesinde ödenmemesi halinde, ödenmeyen ikinci taksidin vadesinde, herhangi bir ihtarla gerek kalmaksızın, borcun tümünün muaccel olacağına ve muaccel olan borca ödeme gününe kadar temerrüt faizi uygulanacağını bilmeyen ve bu konuda aydınlatılmayan tüketici için bu tehlikelidir.

Kredi sözleşmesi yapılırken tüketicinin bu konuda somut olarak aydınlatılmasına ilişkin bir çözümün bulunması amaca uygun olacaktır.

-Tüketicinin ve kefilin, bankaya karşı doğmuş ve doğacak tüm borçları için, bankanın tüm şubelerinde mevcut olan veya olabilecek, her çeşit hak ve alacakları, mevduat hesapları, döviz tevdiat hesapları ve bloke hesapları üzerinde banka lehine, rehin hakkı tesis edilmesi ve herhangi bir zaman veya şekilde banka nezdinde bulunabilecek senetler, çekler, nama veya hamiline yazılı hisse senetleri veya tahviller üzerinde, bankanın rehin hakkına sahip kılınması, hatta tüketicinin, banka aracılığıyla yapacağı havale meblağları üzerinde de bankanın rehin ve mahsup hakkının bulunması, tüketiciye cayma hakkı tanınmasının ne kadar önem taşıdığını, apaçık ortaya koymaktadır. Tüketiciye, kredi sözleşmesinin yapılmasından sonra, bu hukuki çerçevede hakkında, yeniden düşünme imkanı verilmelidir.

-Kredi borcunun ödenmemesi halinde, cebri icra yoluna veya mahkemeye başvurun ve alacağını tahsil etmek isteyen bankaya karşı, tüketicinin yargılama ve takip giderlerini ödemekle yükümlü olması doğaldır. Ancak kredi sözleşmesinde “takdiri bankaya ait olmak üzere yapılacak her türlü masrafın” da tüketici tarafından ödeneceğinin belirtilmesi ve bu koşulla kredi tahsisi, adil olmayan bir çözümdür.

-Tüketici kredisi sözleşmesinde, tüketiciye kefil olan kişiler bakımından da, tehlikeli sayılabilecek hükümler yer almaktadır. Yukarıda belirtilen durumlardan başka, müşterek ve müteselsil borçlu durumunda bulunan kefilin, Borçlar Kanunu'nun 490. maddesinde tanınmış haklardan feragat etmiş sayılması ve ayrıca kendisine kefillikten kurtulabilme imkanları veren Borçlar Kanunu'nun 494. maddesinde tanınmış haklardan feragat etmiş olması, tüketici kredilerinde kişisel güvence veren kimselerin de, ne kadar aydınlatılma gereksinimi içinde bulduklarını apaçık göstermektedir. Bu hukuki sonuçları öğrenen birçok kişinin, müşterek ve müteselsil borçlu ve kefil sıfatıyla kredi işlemine katılmayacağı söylenebilir.

-Tüketicinin ölümü ya da mümeyyizliğini kaybetmesi hallerinde, bankanın borcun tamamını muaccel kılmaya ve derhal ödenmesini talep etmeye yetkili kılınması da, özellikle tüketicinin ailesi bakımından çeşitli tehlikeleri beraberinde getirebilir (AKYÜN; 1995, s.66).

Buraya kadar sözleşmelerdeki bazı tehlikeli durumlar incelendi. Şimdi de bankaların tüketici aydınlatmadığı önemli noktalar incelenecektir:

-Tüketici kredisi alındıktan sonraki günlerde meydana gelebilecek ani faiz ve kur artışları, geriye dönük olarak tüketicilere yansıtılabilir. Nitekim bu konu 1994 yılındaki ekonomik kriz zamanında yaşanmıştı.

-Bankalar tüketici kredisi faiz oranlarını düşük göstermek için, diğer ek maliyetleri tüketiciden saklamaktadırlar. Bankaların ilan ettikleri faiz oranları bankaların cebine giren değeri göstermektedir. Tüketici ilan edilen faizden kredi aldıktan sonra, buna ilaveten faiz tutarı üzerinden % 5 banka ve sigorta muameleleri vergisi ile % 10 kaynak kullanımı



destekleme fonu ödemek zorundadır. Yani bir banka, tüketici kredisi için aylık % 8 gibi faiz ilan ediyorsa, bu faiz oranı KKDF ve BSMV dahil, aylık % 9.2 olarak düşünölmelidir.

-Konut kredilerinden KKDF alınmamaktadır. 150 metrekareden küçük konutlar BSMV'den muaftır. Ancak bankalar, BSMV ve KKDF'yi tüketiciden almamaları gerekirken, bu oranları ödeme planlarının içine dahil etmektedirler.

-Bankalar ödeme planlarında ilk taksitler içinde faizin payını yüksek, ana paranın payını düşük olarak hesaplamaktadırlar.

### **352. Kredi Sözleşmesinden Sonra Tüketicinin Korunması**

Tüketici kredisi kullananların korunmasında, tüketicilerin haklarını korumak için yeterli prosedürlerin geliştirilmesi etkili bir yoldur. Herşeyden önce tüketici kredisi sağlayan mali kurumların gözetiminin yapılması ve bu kuruluşların uymaları gereken kurallara uymadıkları takdirde lisanslarının geri alınması yöntemi izlenebilir. Tüketici hakları korunurken, onu koruyan yasal düzenlemelerin de etkin bir biçimde uygulanması sağlanmalıdır. Yani yasal yola başvurma hakkı her zaman için tüketicilere açık tutulmalıdır.

Tüketicilerin korunmasında en etkili yollardan birisi de tüketicinin eğitiminin sağlanarak, özellikle düşük gelir gurubundaki tüketicilerin aşırı borçlanma yükü altına girmelerinin engellenmesidir.

### **36. Tüketici Kredilerinin Taksitlendirilmesi ve Gerçek Maliyet**

#### **360. Tüketici Kredilerinin Taksitlendirilmesi**

Ölkemizde verilen tüketici kredilerinin ödenecek taksitleri hesaplanırken, genellikle aynı yöntem (azalan bakiye üzerinden faiz hesaplanması) uygulanmaktadır. Bu yöntem göre aynı devre ve aynı faiz oranı esas alınarak ödenecek taksitler aşağıdaki formül yardımıyla hesap edilmektedir:

$$a = \frac{B(1+t)^n \cdot t}{(1+t)^n - 1}$$

Burada;

a: Ödenecek taksit tutarını,

B: Kullanılacak tüketici kredisi tutarını,

t: Faiz oranını,

n: Süreyi (aylık olarak) sembolize etmektedir.

Genellikle uygulanan yöntemle göre de formülde B (kullanılan tüketici kredisi tutarı) ayrı tutularak bir sabit sayı bulunmakta ve bu sabit sayı sonradan, kullanılan tüketici kredisi tutarı ile çarpılmak suretiyle ödenecek taksitler hesaplanmaktadır.

Örneğin, % 7.5 faizle 12 ay, % 7 faizle 6 ay ve % 6 faizle 3 ay vadeli 100.000.000.- TL'lik tüketici kredisinin taksitleri şu şekilde olmaktadır:

Burada, tekrar ülkemiz mevzuatına göre, tüketici kredileri faiz oranları üzerinden % 5 Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV) ile % 10 oranında Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF)'na kesinti yapılmakta olduğu belirtilmelidir.

Buna göre, tüketiciye yansıyan faiz oranı örneklerimiz için % 7.5'ten % 8.625'e; % 7'den % 8.05'e ve % 6'dan % 6.9'a çıkmaktadır. Faiz oranlarını bu şekilde dikkate alarak hesaplama yapıldığında taksit miktarları şöyle olmaktadır:

Örnek 1:

$$a = \frac{(1 + 0,08625)^{12} \times 0,08625}{(1 + 0,08625)^{12} - 1} = 0,13702359 \text{ sabit sayısı ile kredi tutarı çarpılmakta ve}$$

$a=0,13702359 \times 100.000.000.- \text{ TL} = 13.702.359.-\text{TL}$  aylık taksit bulunmaktadır.

Bu, müşteriye şöyle sunulmaktadır:

Alınan Kredi Miktarı.....	:100.000.000.-TL
Krediye Uygulanan Aylık Faiz.....	:% 7.5
Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV).....	:% 5
Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF).....	:% 10
Taksit.....	: 13.702.359.- TL
Kredinin Ödeme Vadesi.....	: 12 ay
Taksit Sayısı.....	: 12
Ödemesiz Dönem.....	: 0

**Tablo 1**

12 Ay Vadeli Kredi Nakit Akış Tablosu (TL)

	Taksitler	Faiz	Anapara Ödemesi	BSMV	KKDF	Bakiye
1)	13.702.359	7.500.000	5.077.359	375.000	750.000	94.922.641
2)	13.702.359	7.119.198	5.515.281	355.960	711.920	89.407.360
3)	13.702.359	6.705.552	5.990.975	335.277	670.555	83.416.385
4)	13.702.359	6.256.229	6.507.696	312.811	625.623	76.908.689
5)	13.702.359	5.768.152	7.068.985	288.407	576.815	69.839.704
6)	13.702.359	5.237.978	7.678.684	261.899	523.798	62.161.020
7)	13.702.359	4.662.077	8.340.970	233.104	466.208	53.820.050
8)	13.702.359	4.036.504	9.060.380	201.825	403.650	44.759.670
9)	13.702.359	3.356.975	9.841.837	167.849	335.698	34.917.833
10)	13.702.359	2.618.837	10.690.696	130.942	261.884	24.227.137
11)	13.702.359	1.817.035	11.612.768	90.852	181.704	12.614.369
12)	13.702.359	946.078	12.614.369	47.304	94.608	-
	164.428.308	56.024.615	100.000.000	2.801.230	5.602.463	

Görüldüğü üzere toplam 12 aylık ödeme 164.428.308.- TL olmaktadır.

Örnek 2:

$$a = \frac{(1 + 0,0805)^6 \times 0,0805}{(1 + 0,0805)^6 - 1} = 0,21664361 \text{ sabit sayısıyla kredi tutarı çarpılmakta ve}$$

$a = 0,21664361 \times 100.000.000.- \text{ TL} = 21.664.361.- \text{ TL}$  aylık taksit bulunmaktadır.

Bu, müşteriye şöyle sunulmaktadır:

Alınan Kredi Miktarı.....	:100.000.000.-TL
Krediye Uygulanan Aylık Faiz.....	: % 7
Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV).....	: % 5
Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF).....	: % 10
Taksit.....	: 21.664.321.- TL
Kredinin Ödeme Vadesi.....	: 6 ay
Taksit Sayısı.....	: 6
Ödemesiz Dönem.....	: 0

**Tablo 2**

6 Ay Vadeli Kredi Nakit Akış Tablosu (TL)

	Taksitler	Faiz	Anapara Ödemesi	BSMV	KKDF	Bakiye
1)	21.664.361	7.000.000	13.614.361	350.000	700.000	86.385.639
2)	21.664.361	6.046.995	14.710.316	302.350	604.700	71.675.323
3)	21.664.361	5.017.273	15.894.497	250.864	501.727	55.780.826
4)	21.664.361	3.904.658	17.174.004	195.233	390.466	38.606.822
5)	21.664.361	2.702.478	18.556.511	135.124	270.248	20.050.311
6)	21.664.361	1.403.522	20.050.311	70.176	140.352	-
	129.986.166	26.074.926	100.000.000	1.303.747	2.607.493	-

6 aylık toplam ödeme 129.986.166.- TL'dir.

Örnek 3:

$$a = \frac{(1 + 0,069)^3 \times 0,069}{(1 + 0,069)^3 - 1} = 0,38035567 \text{ sabit sayısı ile kredi tutarı çarpılmakta ve}$$

$a = 0,38035567 \times 100.000.000.- \text{ TL} = 38.035.567.- \text{ TL}$  aylık taksit bulunmaktadır.

Bu, müşteriye şöyle sunulmaktadır:

Alınan Kredi Miktarı.....	:100.000.000.-TL
Krediye Uygulanan Aylık Faiz.....	: % 6
Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV).....	: % 5
Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF).....	: % 10
Taksit.....	: 38.035.567.- TL
Kredinin Ödeme Vadesi.....	: 3 ay
Taksit Sayısı.....	: 3
Ödemesiz Dönem.....	: 0

**Tablo 3**

3 Ay Vadeli Kredi Nakit Akış Tablosu (TL)

	Taksitler	Faiz	Anapara Ödemesi	BSMV	KKDF	Bakiye
1)	38.035.567	6.000.000	31.135.567	300.000	600.000	68.864.433
2)	38.035.567	4.131.866	33.283.922	206.593	413.186	35.580.511
3)	38.035.567	2.134.831	35.580.511	106.742	213.483	-
	114.106.701	12.266.697	100.000.000	613.335	1.226.669	-

3 aylık toplam ödeme 114.106.701.- TL olmaktadır.

### 361. Tüketici Kredisinin Gerçek Maliyeti

Tüketici kredisinden faydalanmak isteyenlerin yüklenecekleri gerçek maliyeti bilmeleri, daha rasyonel karar vermeleri açısından son derece önemlidir.

Kredi sağlayan kurumlarca, kredi talebinde bulunanlara, yüklenecekleri faiz konusunda, genellikle açık bilgi verilmemekte ya da aylık % 6, 7, 8 gibi gayet uygun bir faizin uygulanacağı söylenmektedir. Kredi talebinde bulunan tüketiciler ise yüklenecekleri faizin araştırılmasından çok, taksit miktarlarının ve sürelerinin uygun olup-olmadığı konusunda dikkatlerini yoğunlaştırmaktadır (KARABULUT, 1992, ss. 10,11).

Oysa aylık % 7 ya da % 8'lik faizin yıllık karşılığı, basit olarak % 84 (7 x 12) ya da % 96 (8 x 12) değildir. Burada bileşik faiz söz konusudur. Yani her dönem sonunda o dönem faizi de anaparaya eklenerek, sonraki dönemin faizinin bu tutar üzerinden hesaplanması gereklidir. Aylık faizin yıllık eşdeğer karşılığı şu eşitlik yardımıyla hesaplanabilmektedir:

$$t = (1 + t')^n - 1$$

Burada;

t: Yıllık eşdeğer karşılığı faizi,

t': Aylık faiz oranı,

n= Süreyi (aylık olarak) sembolize etmektedir.

Buna göre, örneklerimizin yıllık eşdeğer faizleri şöyle olmaktadır:

Örnek 1:

$$t' = \% 7,5$$

BSMV ve KKDF dahil  $t' = \% 8,625$  olur.

$$t = (1 + 0,08625)^{12} - 1 = \% 169,87$$

Burada, aylık % 7,5 faizin yıllık eşdeğer karşılığı % 169,87 olmaktadır.

Örnek 2:

$$t^1 = \% 7$$

BSMV ve KKDF dahil  $t^1 = \% 8,05$  olur.

$$t = (1+0,0805)^6 - 1 = \% 59,13$$

Burada, aylık % 7 faizin 6 aylık eşdeğer karşılığı % 59,13 olmaktadır.

Örnek 3:

$$t^1 = \% 6$$

BSMV ve KKDF dahil  $t^1 = 6,9$  olur.

$$t = (1+0,069)^3 - 1 = \% 22,16$$

Burada, aylık % 6 faizin 3 aylık eşdeğer karşılığı % 22,16 olmaktadır.

Kıyaslama yapılabilmesi açısından aylık % 5, 6, 7 ve 8 oranındaki faizlerin vergi ve fon dahil hesaplanan yıllık eşdeğer karşılıkları aşağıdaki gibidir:

$$t^1 = \% 5 \text{ ise BSMV ve KKDF dahil } t^1 = \% 5,75 \text{ 'tir.}$$

$$t = (1+0,0575)^{12} - 1 = \% 95,60$$

$$t^1 = \% 6 \text{ ise BSMV ve KKDF dahil } t^1 = \% 6,9 \text{ 'dur.}$$

$$t = (1+0,069)^{12} - 1 = \% 122,71$$

$$t^1 = \% 7 \text{ ise BSMV ve KKDF dahil } t^1 = \% 8,05 \text{ 'tir.}$$

$$t = (1+0,0805)^{12} - 1 = \% 153,22$$

$$t^1 = \% 8 \text{ ise BSMV ve KKDF dahil } t^1 = \% 9,2 \text{ 'dir.}$$

$$t = (1+0,092)^{12} - 1 = \% 187,52.$$

Görüldüğü üzere, bankalarca ilan edilen aylık % 5, 6, 7 ve 8 gibi faizlerin basit yıllık karşılıkları sırasıyla % 60, % 72, % 84 ve % 96 olarak görülüyor ise de vergi ve fon dahil yıllık eşdeğer karşılıkları sırasıyla % 95,60; % 122,71; % 153,22 ve % 187,52 olmaktadır.

Küçük faiz oranları için basit ve bileşik faizin yıllık karşılıkları arasında önemli bir farklılık olmamasına karşılık, halen ekonomimizde olduğu gibi, yüksek yıllık faiz oranlarının sözkonusu olduğu durumlarda çok büyük farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Bunun bilinmesi tüketiciler açısından düşündürücü olacaktır.

### 37. Türkiye Ekonomisinde Tüketici Kredilerinin Yeri

#### 370. Tüketici Kredilerinin Toplam Krediler İçerisindeki Yeri

1990- 1995 döneminde yıllara göre verilen toplam banka kredileri ile yine bankalarca verilen tüketici kredilerinin seyri Tablo 4'te yer almaktadır:

**Tablo 4**

Türk Bankacılık Sisteminde Tüketici Kredilerinin Toplam Krediler İçindeki Payı

Tarih	Toplam Banka Kredileri (Milyar TL)	Endeks	Kullanılan Tüketici Kredisi (Milyar TL)	Tüketici Kredilerinin Aldığı Pay (%)
31.12.1990	80.034,2	100,0	4.170,7	5,2
31.12.1991	129.973,8	162,4	7.897,8	6,1
31.12.1992	231.532,1	289,3	16.685,4	7,2
31.12.1993	433.706,8	541,9	51.473,1	11,9
31.12.1994	789.853,2	986,9	75.899,9	9,6
31.12.1995	1.743.685,2	2.178,7	127.471,3	7,3

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Bu verilere göre, 1993 yılı sonuna kadar artan bir seyir izleyen ve yaklaşık %12'ye ulaşan tüketici kredilerinin toplam krediler içerisindeki payı, bu yıldan sonra azalma meyline girmiş ve 1995 yılı sonu itibarıyla %7,3 olmuştur. Bir başka ifadeyle, tüketici kredilerinin toplam krediler içerisindeki aldığı pay, 1992 yılı sonu itibarıyla olan seviyesine gerilemiştir.



### 371. Yıllara Göre Kullanılan Toplam Tüketici Kredileri

1989 - 1995 döneminde bankalarca verilip kullanılan toplam tüketici kredileri ve kullanan kişi sayıları Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5**

Türk Bankacılık Sisteminde Yıllık Dönemler (Yıl Sonları) İtibariyle Verilen Kümülatif Tüketici Kredileri

Yılı	Kullanılan Tüketici Kredisi		Tüketici Fiyat Endeksi (DİE)	Kullanılan Tüketici Kredisinin Reel Değerleri		Kullanan Kişi Sayısı	
	(Milyar TL)	Endeks		(Milyar TL)	Endeks	Kişi Sayısı	Endeks
1989	120,1	100,0	100,0	120,1	100,0	195.312	100,0
1990	4.170,7	3472,7	160,3	2601,8	2166,4	1.132.954	580,1
1991	7.897,8	6576,0	266,1	2968,0	2471,3	1.603.981	821,2
1992	16.685,4	13892,9	452,6	3.686,6	3069,6	2.097.624	1074,0
1993	51.473,1	42858,5	751,8	6.846,6	5700,7	3.252.946	1665,5
1994	75.899,9	63197,3	1695,3	4.477,1	3727,8	3.466.435	1774,8
1995	127.471,3	106137,6	3033,0	4.202,8	3499,4	4.635.439	2373,4

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Tablo 5'in incelenmesinden de görüleceği gibi, 1989 - 1995 döneminde tüketici kredileri, 120.100.000.000.- TL'den reel olarak yaklaşık 35 kat artışla 4.202.800.000.000.- TL'ye ulaşmıştır. Nominal olarak ise 1061 kat artışla ulaşılan değer 127.471.300.000.000.- TL'dir. Bu dönemde en yüksek artış 1990 yılında gerçekleşmiş olup, 1989 yılına göre nominal artış 34,7 kat, reel artış ise 21,6 kattır. Tüketici kredisini kullanan kişi sayısı ise, 1989 yılı sonu itibariyle 195.312 iken, 23,7 kat artışla 1995 yılı sonunda 4 635 439 olmuştur. Ancak, 1994 ve 1995 yıllarında kullanılan tüketici kredilerinde bir önceki yıla göre reel olarak azalma söz konusudur. Diğer bir ifadeyle, 1993 yılı sonu itibariyle, 1989 yılına göre reel olarak 57 kat artışla 6.846.600.000.000.- TL ile en yüksek seviyesine ulaşan kullanılan tüketici kredileri, bu yıldan sonra reel olarak azalma meyline girmiştir. Bu durumun, 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz ve tüketici kredisi faizlerindeki artıştan kaynaklandığı söylenebilir.

### **372. Tüketici Kredisinin Kullanım Alanları ve Talep Edenlerin Profili**

Bu başlık altında, 31.12.1990, 31.12.1992 ve 31.12.1995 tarihleri itibariyle bankalarca verilen tüketici kredilerinin ve kullanan kişi sayılarının, Mal ve Hizmet, Meslek, Yaş, Gelir ve Eğitim düzeyi gruplarındaki oransal dağılımları incelenecektir. Bir başka ifadeyle, tüketici kredisi uygulamasının başlangıç yılı olarak kabul edilebilecek 1989 yılından 1995 yılı sonuna kadar geçen 7 yıllık sürede meydana gelen gelişme 2, 2 ve 3'er yıllık periyotlar halinde ortaya konmuş olacaktır.

Gruplar itibariyle irdelemenin, rakamsal yerine oransal dağılımlar açısından yapılmasının nedeni, ilk bakışta daha net ve gerçekçi bir bilgi elde edilmesini sağlamaktır.

Bu amaçla irdeleme, yıl sonları itibariyle kullanılan kümülatif tüketici kredilerinin belli bir gruba göre dağılım miktarları ve kullanan kişi sayılarının toplam içindeki paylarını gösterir tablolar hazırlanıp yorumlamak şeklinde olacaktır.

### **3720. Tüketici Kredilerinin Mal ve Hizmet Gruplarına Göre Dağılımı**

31.12.1990, 31.12.1992 ve 31.12.1995 tarihleri itibariyle bankalarca verilen kümülatif tüketici kredileri ve kullanan kişi sayılarının mal ve hizmet gruplarına göre oransal dağılımı Tablo 6'dadır.

**Tablo 6**

Kullanılan Tüketici Kredilerinin Mal ve Hizmet Gruplarına Göre Oransal Dağılımı

Mal ve Hizmet Grupları	Kullanılan Tüketici Kredisinin Toplam içindeki Payı (%)			Kullanan Kişi Sayısının Toplam İçindeki Payı (%)		
	1990	1992	1995	1990	1992	1995
Otomobil Alımı	25,40	40,28	42,93	6,76	11,81	12,81
Beyaz ve Elektronik Eşya	24,27	12,80	10,21	20,10	21,34	18,29
Konut	6,53	6,84	11,02	4,11	3,32	3,75
Ev Eşyası	13,00	9,46	5,71	19,01	17,26	13,11
Mesleki Amaç	1,62	1,50	1,42	2,75	2,54	1,55
Eğitim	0,47	0,82	0,62	1,28	1,78	1,39
Tatil	1,07	1,12	0,66	1,86	1,90	1,53
Yakıt	-	0,04	0,19	-	0,08	0,42
Gıda	-	0,03	0,23	-	0,06	0,53
Giyim	-	0,04	0,26	-	0,07	0,59
Diğer	17,00	19,68	21,79	17,70	23,66	39,65
Bu Grupta Sınıflandırma						
Yapmayan Bankalar Oranı	10,64	7,39	4,96	26,43	16,18	6,38
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Tablo 6'daki verilere göre tüketici kredisinin en çok otomobil alımında kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ancak, otomobil kredisi kullananların oranında aynı şey sözkonusu değildir. Bu, otomobilin diğer mal ve hizmetlere göre nispeten daha yüksek fiyata sahip olmasının doğal bir sonucudur. Aynı durum konut için de geçerlidir.

Krediyi kullanan kişi sayısına göre yaklaşım daha gerçekçi olmaktadır. Buna göre, her üç dönem sonu itibariyle de beyaz ve elektronik eşya alımının ilk sırada, ev eşyası alımının ikinci sırada, otomobil alımının ise üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. "Diğer" kapsamında, tadilat, düğün, araç telefonu, motorsiklet gibi çok çeşitli mal ve hizmetler

yer almaktadır. O nedenle, bu kapsamdaki yüksek oran, sözü edilen mal ve hizmetlere dağılımı gözönüne alınarak değerlendirilmelidir.

Mal ve hizmet grupları arasındaki dağılım nasıl olursa olsun, özellikle 1990 sonrasında hemen hepsinin satışlarının canlanmasında tüketici kredilerinin büyük rolü olmuştur. Böylelikle yatırımların ve istihdamın da artmasına katkı sağlamıştır. Bir başka ifadeyle ekonomiye bir canlılık ve dinamizm gelmiştir.

### 3721. Tüketici Kredisi Kullananların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı

1990, 1992 ve 1995 yılı sonları itibariyle tüketici kredisi kullananların meslek gruplarına göre oransal dağılımı şöyledir.

**Tablo 7**

#### Tüketici Kredisi Kullananların Meslek Gruplarına Göre Oransal Dağılımı

Meslek Grupları	Kullanılan Tüketici Kredisinin Toplam İçindeki Payı (%)			Kullanan Kişi Sayısının Toplam İçindeki Payı (%)		
	1990	1992	1995	1990	1992	1995
İşçi	14,50	10,36	14,86	21,27	17,62	18,03
Memur	21,79	22,70	25,08	29,59	38,41	41,80
Akademik ve Eğitim Personeli	7,15	4,71	2,98	5,94	6,81	3,09
Serbest Meslek Sahipleri	22,60	17,62	29,88	11,21	9,60	15,59
Yöneticiler	5,99	7,47	7,67	2,95	4,54	4,72
Tarım Sektörü Çalışanları	1,95	0,44	0,98	1,42	0,31	0,63
Emekliler	3,94	3,16	4,22	2,44	5,07	6,52
Diğer	13,62	23,48	9,34	5,54	13,59	4,02
Bu Grupta Sınıflandırma						
Yapmayan Bankalar Oranı	8,46	10,06	4,99	19,64	4,05	5,60
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Tablonun incelenmesinden de görüleceği gibi, serbest meslek sahipleri ve memurlar tüketici kredisini meblağ bakımından ilk iki sırada kullanan kesimdirler. Şöyle ki, Tüketici kredisini, 1990 ve 1995 yıl sonları itibariyle, %22,6 ve %29,88'lik oranlarla en çok serbest meslek sahipleri, 1992 yıl sonu itibariyle de %22,7'lik oranla memurlar kullanmışlardır. Üçüncü sırada ise işçiler yer almaktadır. Diğer taraftan akademik ve eğitim personelinin, kullanılan tüketici kredilerinden aldıkları paydaki düşüş seyri dikkat çekicidir.

Kullananların sayısı açısından bakıldığında ise, artan bir seyirle (%29,59, %38,41 ve %41,8) memurlar ilk sırada yer almaktadırlar. Bunu işçiler ve serbest meslek sahipleri izlemektedir. Tüketici kredisini kullananların yaklaşık %60'ını memur ve işçiler oluşturmaktadır. Diğer taraftan, serbest meslek sahipleri, sayı olarak aldıkları payın iki katı kadar tüketici kredisinden pay almaktadırlar. Örneğin, 1995 yılı sonu itibariyle tüketici kredisini kullananların %15,59'unu teşkil ettikleri halde, tüketici kredilerinin %29,88'ini kullanmışlardır. Bu durumun, ödeme güçlerinin yüksek oluşundan kaynaklandığını söyleyebiliriz.

### 3722. Tüketici Kredisini Kullananların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

31.12.1990, 31.12.1992 ve 31.12.1995 tarihleri itibariyle tüketici kredisini kullananların yaş gruplarına göre dağılımı aşağıdadır.

**Tablo 8**

#### Tüketici Kredisini Kullananların Yaş Gruplarına Göre Oransal Dağılımı

Yaş Grupları	Kullanılan Tüketici Kredisinin Toplam İçindeki Payı (%)			Kullanan Kişi Sayısının Toplam İçindeki Payı (%)		
	1990	1992	1995	1990	1992	1995
18 - 25	4,25	5,31	7,83	4,92	5,87	5,35
26 - 35	22,25	22,83	21,79	28,37	28,03	24,95
36 - 45	23,51	27,46	28,64	28,70	30,76	29,19
46 - 55	8,90	10,69	13,39	9,99	11,09	11,89
56 - 65	2,90	4,15	2,93	2,62	4,22	2,71
66 - +	1,24	1,85	0,77	1,35	1,96	0,71
Diğer	1,66	17,65	15,06	0,07	6,98	4,76
Bu Grupta Sınıflandırma Yapmayan Bankalar Oranı	35,29	10,06	9,59	23,98	11,09	20,44
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Tablo 8'in incelenmesinden, tüketici kredisinin, hem meblağ hem de kullanıcı sayısı açısından en çok (%29 ile) 36 - 45 yaş grubu insanlar tarafından tercih edildiği anlaşılmaktadır. Bunu 26 - 35 yaş gurubu insanlar izlemektedir. Diğer taraftan 46 - 55 yaş gurubu insanların hem kullanılan tüketici kredilerinden hem de krediyi kullananlar arasından aldıkları paydaki artış seyri dikkat çekicidir.

“Diğer” kapsamında yaş gurubu belirlenemeyenler yer almakta olup, her dönem aldıkları paylardaki değişiklikler bundan kaynaklanmaktadır.

### 3723. Tüketici Kredisi Kullananların Gelir Seviyelerine Göre Dağılımı

Bu bölümde, nominal gelir kıyaslamasının anlamsızlığı nedeniyle, sadece 1995 yılı sonu itibariyle tüketici kredisi kullananların gelir seviyelerine göre dağılımı irdelenecektir. Buna ilişkin tablo aşağıdadır.

**Tablo 9**

1995 Yılı Sonu İtibariyle Tüketici Kredisi Kullananların Gelir Seviyelerine Göre Oransal Dağılımı

Gelir Grupları	Kullanılan Tüketici Kredisinin Toplam İçindeki Payı (%)	Kullanan Kişi Sayısının Toplam İçindeki Payı (%)
5.000.000 TL'ye kadar	14,79	28,37
5.000.001 - 10.000.000	13,73	15,78
10.000.001 - 15.000.000	10,71	9,64
15.000.001 - 20.000.000	18,40	9,06
20.000.001 +	32,12	16,69
Diğer	0,66	0,02
Bu grupta Sınıflandırma Yapmayan Bankalar Oranı	9,59	20,44
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Bu verilere göre, tüketici kredisine daha çok gelir seviyesi düşük insanların yöneldikleri, gelir seviyesi arttıkça kullanılan tüketici kredisi meblağının arttığı anlaşılmaktadır. Şöyle ki, tüketici kredisi kullananların %16,69'unu oluşturan 20.000.000.- TL'nin üzerinde gelire sahip olanlar tüketici kredilerinin %32,12'sini kullanmışlardır.

### 3724. Tüketici Kredisi Kullananların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

1990, 1992 ve 1995 yıl sonları itibariyle tüketici kredisi kullananların eğitim düzeylerine göre oransal dağılımı Tablo 10'da yer almaktadır.

**Tablo 10**

Tüketici Kredisi Kullananların Eğitim Düzeylerine Göre Oransal Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Kullanılan Tüketici Kredisinin Toplamı İçindeki Payı (%)			Kullanan Kişi Sayısının Toplam İçindeki Payı (%)		
	1990	1992	1995	1990	1992	1995
İlkokul - Ortaokulu	26,52	19,30	21,19	32,94	21,80	23,32
Lise	13,01	28,17	33,96	17,61	28,65	31,69
Fakülte ve Yüksekokul	23,03	36,05	33,38	25,02	31,37	23,42
Diğer	-	1,71	1,88	-	0,59	1,13
Bu Gurupta Sınılandırma Yapmayan Bankalar Oranı	37,44	14,77	9,59	24,43	17,59	20,44
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları.

Tablo 10'daki verilere göre, kullanıcı sayısı olarak aldıkları paya karşılık, diğerlerine nazaran, Fakülte ve Yüksekokul mezunlarının tüketici kredilerinden daha yüksek pay aldıkları anlaşılmaktadır. Örneğin, 1995 yılı sonu itibariyle tüketici kredisi kullananların %31,69'unu oluşturan lise mezunları, kullanılan tüketici kredilerinden %33,96 oranında pay alırken, %23,42'lik oranı oluşturan fakülte ve yüksek okul mezunları da buna yakın (%33,38) oranda pay almışlardır. Fakülte ve yüksek okul mezunları ile aynı orana sahip ilkokul-ortaokul mezunlarının ise, kullanılan tüketici kredilerinden aldıkları pay %21,19 olmuştur. Bunun nedeni, fakülte veya yüksekokul mezunlarının kredinin içeriği ve krediden azami şekilde yararlanmanın yolları hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarıdır.

### 38. Tüketici Kredilerinin Türkiye Ekonomisine Etkileri

Türkiye ekonomisi 1988 yılının son çeyreğinden itibaren 1989 yılına, giderek durgunlaşan bir iç talep, duraklayan ihracat ve buna bağlı olarak bir çok sektörde üretim düşüşleri ile girerken enflasyonda beklenen ölçüde yavaşlama sağlanamamış, dolayısıyla ekonomi belirli bir durgunluğa girmişti.

1988 yılının ikinci yarısında uygulamaya başlanan tüketici kredileri ekonominin canlanmasına önemli katkı sağlamıştır. Tüketici kredilerinin en çok yoğunlaştığı beyaz ve elektronik eşya, ev eşyası ile otomobil talebi artmış ve bu talep tüm yıla yayılmıştır. Dolayısıyla taleplerin konjonktürel ve mevsimsel olumsuzlıklardan etkilenmemesinde rolü olmuştur.

Bu düzenli talebin, yatırım artışını, buna bağlı olarak da üretim ve işihdam artışını beraberinde getirdiği söylenebilir. Nitekim beyaz ve elektronik eşya sektöründe, son yıllarda tesis yenileme ve kapasite artırıcı yatırımlar göze çarpmaktadır.

Böylelikle Türkiye’de tüketici kredileri üretici firmaların talep daralmasında, satışların durmasından yakındıkları bir zamanda, piyasadaki genel durgunluğa çare olabilir düşüncesini getirmiştir.

Öte yandan, tüketici kredilerinin kolay para harcama alışkanlığını da beraberinde getirdiği ve talebin yoğunlaştığı mallardaki fiyat artışının piyasada enflasyonist bir etki yarattığı ileri sürülmüştür (ULUER, 1994, s.92).

Bunun kantitatif olarak kanıtlanması çok zordur. Nitekim Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkelerinde uzun süredir uygulaması görülen tüketici kredilerinin enflasyonist etkisi olduğu konusundaki iddialar ile tüketici kredilerinin sınai kredilerinden daha fazla enflasyonist olduğu kanıtlanamamıştır.

Tüketici kredileri, kişileri gelirlerinin üzerinde harcamaya iterek tüketim harcamalarını arttıran nitelikte olması nedeniyle marjinal tüketim eğiliminin artmasında büyük rol oynar. Bu yüzden tüketici kredilerinin Türkiye’de enflasyonu körüklediği düşünülmektedir. Fakat Türkiyede’ki yüksek enflasyonun sebebi tüketim harcamalarındaki artışlarla pek ilişkili değildir. Türkiye’deki enflasyon, öncelikle kamu kesiminin fon ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Enflasyonun önemli bir diğer sebebi de, Türkiye’nin aşırı dış borç yüküdür. Bu nedenle bir taraftan faizler, öte yandan döviz fiyatları hızla yükselmektedir. Yüksek faizler gelir mekanizmasını hızla çalıştırmakta ve gelirler yükselmektedir. Yüksek faizler ve gelirler de ekonomide talep baskısı yaratmaktadır. Böylece maliyet artışları ile bütünleşen talep çekişi ülkemizde hızlı bir enflasyona sebep



olmaktadır. Bu bağlamda tüketim harcamalarının enflasyonist etkileri pek önem arz etmemektedir. Ayrıca enflasyonist etki yaratabilmesi için, tüketici kredileri vasıtasıyla talebin yöneldiği malların arz esnekliklerinin düşük olması gerekir ki, ülkemizde de bu tür malların arz esnekliği düşük sayılmaz.

Diğer taraftan, işletmeler zaten taksitli satışlarla talebi uyarılmaktadırlar. Böylelikle tüketici kredisi bir anlamda firmalar tarafından taksitli satışlarla verilmektedir. Dolayısıyla tüketici kredileri taksitli satışların yerini aldığından enflasyon açısından ek bir etki sözkonusu olmamaktadır.



#### 4. GENEL DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER

İkinci Dünya Savaşı sonrasında, tüketim mallarının artışı, tüketim kalıplarının değişmesi, nüfusun şehirleşmesi ve nispeten istikrarlı gelirlerin oranının artması tüketicilerin, tüketici kredisine yaklaşımını değiştirmiş, daha önceleri zorunlu sayılmayan bir çok tüketim malı ihtiyaç sayılmış ve özellikle genç nüfusun çeşitli tüketim mallarına birden sahip olma arzusu, tüketici kredisine talebi artırmıştır. Artık tüketici kredileri, modern ekonomilerde hem bir satış yöntemi hem de tasarrufluların fonlarının ödünç alanlara aktarıldığı sermaye piyasası mekanizmasının bir parçası olarak düşünülmekte ve modern ekonomilerin tipik bir özelliği olarak değerlendirilmektedir.

Bireylerin bütçe problemlerini çözmeye yardımcı olarak hayat standartlarını yükselten tüketiciye peşin para ile mal almak avantajını sunarak, mevcut teknolojiyen, eskimeden veya modası geçmeden yararlanma imkanı sağlayan tüketici kredileriyle, ülkemizde de evlerde eksik olan beyaz eşyalar ya da mobilyalar tamamlanmış oldu. Yıllarca lüks sayılan otomobil bu kredi sayesinde bir çok ailenin malı oldu. Bununla kalmayıp insanlar tatile gittiler. Akla gelebilecek her türlü ihtiyaçları bu kredilerle karşılandı. Özellikle sabit geliri olan memur ve işçi kesiminin alım gücü arttırıldı. Diğer taraftan, tüketici kredileri, kişilerin tüketim hırsını ve tüketim meylini artırarak aşırıya kaçınılmasına ve gereksiz bir borç yükü altına girilmesine yol açabilmektedir. Tüketici, taksitli alışveriş halinde yükleneceği maliyet ile tüketici kredisinin gerçek maliyetini karşılaştırarak kararını ona göre vermelidir.

Tüketici kredilerinin üretici ve satıcı yönünden en büyük faydası ekonomideki mal ve hizmet üretimi ve satışını artırmasıdır. Üreticinin satıcıya, satıcının da tüketiciye sağladığı vade kolaylığı nedeniyle üretici ve satıcının karşılaştığı finansman yükü, tüketici kredileri sayesinde kalkmaktadır. Böylelikle işletme sermayesinin artması ülkemizde firmaları yeni yatırım alanlarına doğru yönlendirmiş oldu.

Tüketici kredilerinin bankalara sağladığı en büyük avantaj, ticari kredilerdeki talep yetersizliğinden dolayı ellerinde kalan atıl fonları plase etme imkanı bulmalarıdır. Böylece riski yayarak sektörel dalgalanmalardan da etkilenmemektedirler. Ayrıca bankalara müşteri sayısını artırma imkanı vermektedir. Türkiye ekonomisinde 1988 yılının son aylarından başlayarak 1989'a doğru yaşanan durgunluk neticesinde, ticari ve sınai kesim kredi

talepleri azalmış ve bankalar yüksek faizle topladıkları mevduatı plase etmede zorlanmışlardır. Böylesi bir ortamda uygulamaya konulan tüketici kredileri, bankaların yüksek maliyetli mevduatlarını plase etmede önemli bir araç olmuştur.

Ancak, bankalar kredi müşterileri hakkında sağlıklı ve güvenilir bilgiye sahip değillerse, geri ödemede sorunlarla karşılaşabilirler. Bankalardaki mevcut formaliteler ve kırtasiye yükü daha da ağırlaşmaktadır. Tüketici kredileri konusunda serbest piyasa koşulları altında yapılan rekabet, bankalara ekstra bir maliyet yüklemektedir. Zira, rekabet ortamı gereği fedakarlık edilmek zorunda kalınan (kredi için istenen şahsi bilgiler, kredi kararı için gerekli olan süre, kefil vs. gibi) hususlar nedeniyle, bankalar belli bir maliyet ya da riziko yüklenmektedir.

Makro düzeyde tüketici kredileri, piyasada durgunluk olması halinde bunun aşılmasına yardımcı olmakta, yığın üretimini teşvik ederek, bir çok mala geniş bir kitlenin kolaylıkla sahip olmasını mümkün kılmakta ve bu kitlenin refah ve hayat standardının yükselmesine imkan tanımaktadır. Ne var ki, tüketim mallarına olan talep artışı nedeniyle ithalatın artmasına, kaynakların ihracata yönelmesini engelleyerek ödemeler dengesinin olumsuz etkilenmesine de yol açabilmektedir.

Tüketici kredilerinin, kişileri gelirlerinin üzerinde harcamaya iterek tüketim harcamalarını arttırıcı nitelik taşımasından dolayı marjinal tüketim eğilimini arttırdığı ve dolayısıyla Türkiye’de enflasyonu körüklediği ileri sürülmektedir. Ancak, Türkiye’deki yüksek enflasyon, tüketim harcamalarındaki artıştan ziyade, kamu kesiminin fon ihtiyacından ve aşırı dış borç yükünden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle bir taraftan faizler, diğer taraftan döviz fiyatları hızla yükselmektedir. Yüksek faizler gelir mekanizmasını hızla çalıştırmakta, bu sayede yükselen gelirler ekonomide talep baskısı yaratmakta, yüksek faizler ve artan döviz kurları da maliyetleri arttırmaktadır. Böylece maliyet artışları ile bütünleşen talep artışı ülkemizde hızlı bir enflasyona neden olmaktadır. Dolayısıyla bu bağlamda tüketim harcamalarının enflasyonist etkileri pek önem arzetmemektedir. Ayrıca, enflasyonist etki yaratabilmesi için, tüketici kredileri vasıtasıyla talebin yöneldiği malların arz esnekliklerinin düşük olması gerekir ki, ülkemizde bu tür malların arz esnekliği düşük sayılmaz. Diğer taraftan, işletmeler taksitli satışlarla zaten talebi uyarmaktadırlar. Tüketici

kredileri: taksitli satışların yerini aldığından, enflasyon açısından ek bir etki sözkonusu olmamaktadır.

Tüketici kredilerinin toplam kredi hacmi kontrol altına alınarak, ön ödeme ve taksit miktarları ve kredinin vadesi konusunda düzenlemeler yapılarak tüketici kredisinin makro ekonomik etkileri kontrol altında tutulabilir.

Tüketici kredilerinin verilmesi aşamasında tüketiciler, detaylı olarak aydınlatılmamaktadır. Kredinin gerçek maliyeti konusunda yeterince bilgi sahibi olamamaktadırlar. Bankaca sunulan bilgide, sadece bankanın eline geçen faizden bahsedilmekte, faiz miktarları üzerinden kesilen vergi ve fondan (% 5 BSMV ve % 10 KKDF'den) bahsedilmemektedir. Örneğin; aylık % 5 ya da % 7 faizin yıllık basit karşılıkları % 60 ve % 84 olarak görülüyor ise de, vergi ve fon dahil bileşik olarak yıllık eşdeğer karşılıkları % 95,60 ve % 153,22 olmaktadır. Görüldüğü üzere faiz oranı arttıkça aradaki fark açılmaktadır. Bunun bilinmesi tüketiciler açısından yararlı olacaktır.

Türkiye'de tüketici kredileri kısa sürede yaygınlık kazanmıştır. 1989 yılı sonu itibariyle verilen tüketici kredileri 120,1 milyar TL iken, bu rakam 1995 yılı sonunda 127,5 trilyon TL'ye ulaşmıştır. Bu tutarın 1989 yılına göre reel karşılığı 4,2 trilyondur. Ancak, 1993 yılı sonu itibariyle 6,8 trilyon olan reel tüketici kredilerinde, bu yıldan sonra gerileme sözkonusudur. Bunu, 1994 yılında yaşanan ekonomik krize ve yükselen kredi faizlerine bağlamak mümkündür. Tüketici kredilerinden 1995 yılı sonu itibariyle yararlanan kişi sayısı 4,6 milyondur. Tüketici kredilerinin toplam banka kredileri içerisindeki payı, 1993 yılı sonu itibariyle %11,9 ile en yüksek seviyeye ulaşmış, 1995 yılı sonu itibariyle %7,3'e düşmüştür.

Bu boyutlara ulaşan tüketici kredileri sayesinde ekonomiye bir canlılık ve dinamizm geldiği söylenebilir. Özellikle otomotiv ve beyaz eşya sektörlerinde talep patlaması yaşanmıştır.

Araştırmada, 1995 yılı sonu itibariyle tüketici kredisini kullananların %44'ünün, sırasıyla beyaz ve elektronik eşya, ev eşyası ile otomobil alımına yöneldiği, tüketici kredilerinin yaklaşık %43'ünü otomobil kredisinin oluşturduğu, kullananların yaklaşık

%60'ının memur ve işçiler olduğu, bu krediyi %54 oranında 26 - 45 yaş grubu insanların aldığı, gelir seviyesi düşük insanların krediye daha çok yöneldiği, eğitim düzeyi arttıkça daha yüksek meblağlarda tüketici kredisinin kullanıldığı ortaya çıkmıştır.

Dolayısıyla tüketici kredilerinin en çok yoğunlaştığı malladaki talep tüm yıla yayılmış ve bu sayede taleplerin kojontürel ve mevsimsel olumsuzluklardan etkilenmemesi sağlanmıştır.

Ancak, enflasyonist ya da olumsuz bir etki yaratmaması için tüketici kredilerinin değerlendirilmesi ve yönlendirilmesi, belirlenecek uzun vadeli yapısal politikalar doğrultusundaki ekonomik koşullar içinde düşünülmeli ve değişen ekonomik koşullara göre sağlanmalıdır.



**YARARLANILAN KAYNAKLAR****a ) Kitaplar**

- AKGÜLTEN, Ayşe : Tüketici Kredileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1992.
- AKKURT, Alev : Tüketici Kredileri, T.C.M.B. Bankacılık Genel Müdürlüğü Yayını, Nr: 9, Ankara, 1989.
- AKYÜN, Nail : Dünyada ve Türkiye’de Tüketici Kredileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1995.
- ALPERGİN, Pelin : Bireysel Bankacılık, Türkiye Bankalar Birliği Yayını, Yayın Nr: 160, Ankara, 1990.
- BEBİTOĞLU, Asuman : Tüketici Kredileri T. İş Bankası İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü Yayını, Nr: 1989/12, Ankara, 1989.
- DEMİRÇELİK, Adalet-  
YILDIRIM, Sevdil : Tüketici Kredileri, Türkiye Uygulaması ve Bunlara Dayalı Menkul Kıymetleştirme Üzerine Bir Değerlendirme, SPK Yayını, Nr:1990/11, Ankara, 1990.
- İMREN, Arzu : Tüketici Kredileri - Türkiye’deki ve Dünyadaki Örnekleri, Era Yayınları, 1.Baskı, İstanbul, Eylül 1994.
- KARABULUT, Zuhale : Tüketici Kredilerinde Riskin Azaltılması, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1992.

- SARIKAMIŞ, Cevat : Taksitli Satışlar, Tüketici Kredisi ve ABD Tecrübesi,  
Taksitli Satışlar Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri  
(Seminer Kitabı), İTO Yayını, Nr: 1988/5, İstanbul, 1988.
- ÜNDÜL, Gonca, Z. : Tüketici Kredileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul  
Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1992.
- YILMAZ, Figen :Tüketici Kredileri, T. İş Bankası A.Ş. İktisadi Araştırmalar  
Müdürlüğü Yayını, Nr:1994/6, Ankara, 1994.

#### **b ) Makale ve Bildiriler**

- ERİNÇ, Yeldan : “Varlığa Dayalı Menkul Kıymet Uygulamalarında Türkiye  
Üzerine Bazı Gözlemler,” **İşletme ve Finans Dergisi**, Sayı:87,  
(Haziran 1993), ss. 9-11.
- ERZEN, Ateş Ünal : “Otomotiv Sektöründe Tüketici Finansmanı ve Geleceği,”  
Türkiye’de Bireysel Bankacılığın Üçüncü Yılı Konulu Yapı  
Kredi Bankası Panelinde Sunulan Bildiri, İstanbul, 1991.
- İMRE, Ahmet : “Tüketici Kredileri,” **Para ve Sermaye Piyasası Dergisi**,  
Sayı: 124, (Haziran 1989), ss. 14-15.
- KARAN, Mehmet B. : “Türkiye’de Tüketici Kredilerinin Bankacılık Sistemine  
Etkileri,” **Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi**, Sayı: 9,  
(Mart 1995), ss. 37-41.
- OĞUZTÜRK, Osman : “Tüketici Kredisi,” **Para ve Sermaye Piyasası Dergisi**,  
Sayı: 124 (Haziran 1989), ss. 13.
- ÖZŞAHİN, Şener : “Otomobil Kredisi Uygulaması,” **Para ve Sermaye Piyasası  
Dergisi**, Sayı: 124 (Haziran 1989), ss. 11-12.

SESLİOĞLU, Selahattin : “Tüketici Kredileri,” **Para ve Sermaye Piyasası Dergisi**,  
Sayı: 124 (Haziran 1989), ss. 9-10.

TUNCER, Selahattin : “Finansman Şirketleri ve Vergi Sorunları,” **Mükellefin  
Dergisi**, Sayı : 39, (Mart 1996), ss. 101-104.

TÜZCU, Muzaffer : “Tüketici Kredileri,” Dünya Gazetesi, 7 Eylül 1991.

ULUER, Ayşenur : “Bireysel Bankacılık,” **Hazine ve Dış Ticaret Dergisi**, Sayı:  
1994/1, (Ocak-Mart 1994), ss. 73-95.

YALÇINKAYA, İsmail : “Ticaret Sektörünün Üstlendiği Finansman 5-6 Trilyon  
Lira,” Dünya Gazetesi, 6 Nisan 1989.

İTO : “Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar”  
Konulu Panelde Sunulan Tebliğ, İTO Yayını, Nr: 1992-3,  
İstanbul, 1992.

### c ) Kanun, Tebliğ, Yönetmelik, Tüzük ve Diğerleri

- Bankalar Kanunu Nr: 3182 Tarih: 25.04.1985

- Resmi Gazete, 18997 (23 Ocak 1986).

- Resmi Gazete, 22.002 (26 Temmuz 1996).

-Türkiye Bankalar Birliği: Kümülatif Tüketici Kredileri Konsolide Raporları (1989,  
1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995).



## ÖZGEÇMİŞ

Ahmet ÖZGÜMÜŞ, 18.05.1966'da Rize'nin Fındıklı ilçesinde doğdu. 1977 yılında Fındıklı-Aksu İlkokulu'ndan, 1980 yılında Fındıklı Ortaokulu'ndan, 1983 yılında Fındıklı Ticaret Lisesi'nden lise birincisi olarak mezun oldu. 1983-1984 öğretim yılında başladığı Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü'nden 02.07.1987 tarihinde bölüm ikincisi olarak mezun oldu. 1993-1994 öğretim yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim dalında Yüksek Lisans programına başladı. Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü Teftiş Kurulu'nda Ekim 1989'da Müfettiş Yardımcısı olarak başladığı görevini, halen Müfettiş olarak sürdürmektedir.

ÖZGÜMÜŞ, evli olup, İngilizce bilmektedir.