

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ
SERMAYE PİYASASI VE BORSA ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİNDE RİSK
YÖNETİMİ**

ALİ ALTINTAŞ

İstanbul, 2010

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ
SERMAYE PİYASASI VE BORSA ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİNDE RİSK
YÖNETİMİ**

ALİ ALTINTAŞ

Aslı Yüksel Mermod

İstanbul, 2010



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ

Aşağıda belirtilen lisansüstü tez, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği hükümlerinde belirtilen esaslar çerçevesinde jüri önünde savunulmuş ve jüri tarafından başarılı bulunmuştur.

TEZ BAŞLIĞI : Tüketici Finansman Şirketlerinde Risk Yönetimi

TÜRÜ : Yüksek Lisans

TEZİ HAZIRLAYAN : Ali ALTINTAŞ

ANABİLİM DALI : Sermaye Piyasası ve Borsa

SAVUNMA TARİHİ : 18.03.2010

JÜRİ ÜYELERİ :

GÖREVİ

ADI SOYADI

İmza

Danışman

Doç.Dr.Aslı YÜKSEL MERMOD

Üye

Doç.Dr.Nadir EROĞLU

Üye

Yrd.Doç.Dr.Gülcan ÇAĞIL

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

TABLO LİSTESİ	iv
ŞEKİL LİSTESİ.....	v
KISALTMALAR.....	vi
1. TÜKETİCİ KREDİLERİ VE FİNANSMAN ŞİRKETLERİ.....	5
1.1 Tüketici Kredileri.....	5
1.1.1 Tüketici Kredileri Tanımı	5
1.1.2 Veriliş amacı	7
1.1.3 Tüketici Kredisi Türleri.....	7
1.1.4 Tüketici Kredilerinin Ekonomideki Yeri	8
1.1.5 Tüketici Kredilerinin Olumlu ve Olumsuz Yönleri	9
1.2 Finansman Şirketleri	10
1.2.1 Finansman Şirketi Türleri	11
1.2.1.1 Tüketici Finansman Şirketleri (Consumer Finance Companies).....	11
1.2.1.2 Satış Finansman Şirketleri (Sales Finance Companies)	12
1.2.1.3 Ticari Finansman Şirketleri (Commercial Finance Companies)	13
1.2.2 Finansman Şirketlerinin Fon Kaynakları ve Fonların Kullanımı.....	14
1.2.2.1 Bankalardan Sağlanan Krediler	14
1.2.2.2 Sendikasyon Kredileri.....	14
1.2.2.3 Finansman Bonoları	14
1.2.2.4 Tahvil İhracı.....	16
1.2.2.5 Menkul Kıymetleştirme	17
1.2.3 Kaynakların Kullanımı.....	19
1.2.4 Bütçeleme ve Finansal Planlama	19
1.2.5 Finansman Şirketlerinin Ticari Bankalarla Karşılaştırılması	20
1.2.6 Finansman Şirketlerinin Yararları.....	22
2. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ VE FİNANSMAN	
ŞİRKETLERİ	24
2.1 Dünya'da Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketleri	24
2.1.1 Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketlerinin Gelişimi	24
2.1.2 Amerika Birleşik Devletleri	26
2.1.3 İngiltere	27
2.1.4 Fransa	28
2.1.5 İtalya.....	29

2.1.6 Almanya	30
2.1.7 Yurt Dışı Finansman Şirketleri Uygulamaları	31
2.1.7.1 Fiat Bank	31
2.1.7.2 Cetelem	32
2.1.7.3 AmeriCredit	34
2.1.7.4 Ikano	34
2.1.7.5 Ford Credit	34
2.1.8 Türkiye'de Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketleri	35
2.1.8.1 Tüketici Kredileri	35
2.1.8.2 Finansman Şirketleri	39
2.1.8.3 Finansman Şirketlerine İlişkin Yasal Esaslar	41
2.1.9 Türkiye'de Finansman Şirketleri Uygulamaları	46
2.1.9.1 Tüketici Finansmanı Şirketleri Derneği	48
2.1.10 Türkiye'de Kurulan Tüketici Finansman Şirketleri	51
3. TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİNDE RİSK YÖNETİMİ	58
3.1 Risk Kavramı ve Risk Yönetimi	61
3.2 Tüketici Finansman Şirketlerinin Karşılaştığı Riskler ve Bu Risklerin Yönetimi	63
3.2.1 Döviz Kuru Riskinin Tanımı ve Döviz Kuru Riski Yönetimi	63
3.2.1.1 Yabancı Para ya da Döviz Futures ile Döviz Kuru Riski Yönetimi(Hedging)	69
3.2.2 Faiz Riskinin Tanımı ve Faiz Riskinin Yönetimi	70
3.2.2.1 Faiz Riskinin Nedenleri ve Etkileri	71
3.2.2.2 Faiz Riskinin Yönetimi	73
3.2.3 Kredi Riskinin Tanımı ve Kredi Riski Yönetimi	75
3.2.3.1 Kredi Riski Nedenleri	75
3.2.3.2 Kredi Riski Yönetimi	76
4. TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİ İLE BANKALARIN OTOMOTİV KREDİSİ DEĞERLENDİRME KRİTELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI	81
4.1. Analitik Ağ Süreci (ANP)	86
4.2. Analitik Ağ Süreci İle Problemin Kurulması Ve Çözülmesi	87
4.2.1. Problemin Belirlenmesi	87
4.2.2. Modelin Kurulması	88
4.2.3. Metot	96
4.2.4. Değerlendirme	90
4.2.4.1 Gerçek Kişi Kredileri İçin Bankalar ve Tüketici Finansman Şirketleri Sonuçlarının Karşılaştırılması	108
4.2.4.2 Kurumsal Krediler İçin Bankalar ve Tüketici Finansman Şirketleri Sonuçlarının Karşılaştırılması	110
SONUÇ	113
EKLER	119
KAYNAKÇA	133

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1 : Bankaların Kullandırdıkları Tüketici Kredi Tutarları ve İdari Takip Kanuni Takip Durumları.....	38
Tablo 2 : Bankaların Kullandırdıkları Tüketici Kredilerinin Dağılımı.....	38
Tablo 3 : Tüketici Finansman Şirketleri Hakkında Genel Bilgiler.....	41
Tablo 4 : Tüketici Finansman Şirketlerinin Faaliyet Alanları.....	49
Tablo 5 : Tüketici Finansman Şirketleri 2009 Yılı Bilgileri.....	50
Tablo 6 : Yıllar İtibariyle Döviz Kurları	68
Tablo 7 : Tüketici Finansman Şirketleri ve Bankalar için Taşıt Kredisi Yaşayan Kredi Tutarları.....	84
Tablo 8 : Ankete Katılan Firmaların Kurum Bazında Pazar Payları.....	86
Tablo 9 : Gerçek Kişi Kredileri İçin Oluşturulan İlişkiler Matrisi.....	94
Tablo 10 : Kurumsal Krediler İçin Oluşturulan İlişkiler Matrisi.....	96
Tablo 11 : Bankalar- Gerçek Kişi Başvuruları için Limit Matris.....	100
Tablo 12 : Bankalar- Gerçek Kişi Başvuruları için Normalize Limit Matris.....	101
Tablo 13 : Tüketici Finansman Şirketleri - Gerçek Kişi Başvuruları Limit Matris.....	102
Tablo 14 : Tüketici Finansman Şirketleri - Gerçek Kişi Başvuruları Normalize Limit Matris.....	103
Tablo 15 : Bankalar- Tüzel Kişi Kredi Başvuruları için Limit Matris.....	104
Tablo 16 : Bankalar- Tüzel Kişi Kredi Başvuruları için Normalize Limit Matris.....	105
Tablo 17 : Tüketici Finansman Şirketleri - Tüzel Kişi Kredi Başvuruları Limit Matris..	106
Tablo 18 : Tüketici Finansman Şirketleri - Tüzel Kişi Kredi Başvuruları Normalize Limit Matris.....	107
Tablo 19 : Gerçek Kişi Kredileri İçin ANP Sonuçları.....	110
Tablo 20 : Kurumsal Krediler İçin ANP Sonucu.....	112
Tablo 21 : Otomotiv Kredileri Banka-Tüketici Finansman Şirketleri NPL Oranları.....	113

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Grafik 1 : Bankaların Kullandırdıkları Tüketici Kredi Tutarları ve İdari Takip Kanuni Takip Durumları.....	39
Grafik 2 : Yıllara Göre Toplam Tüketici Kredisi.....	52
Grafik 3 : Tüketici Finansman Şirketleri Pazar Payları.....	53
Grafik 4 : Yıllar İtibariyle Merkez Bankası Döviz Alış Kurları.....	69
Grafik 5 : 10 Yıllık Ortalama ve 2009/2008 Toplam Satışlar (x1000).....	83
Grafik 6 : Tüketici Kredileri İçinde Taşıt Kredileri Oranı.....	84
Grafik 7 : Ankete Katılan Firmaların Toplam Kredilerde Pazar Payı.....	85
Grafik 8 : Ankete Katılan Firmaların Kredi Adetleri.....	87
Grafik 9 : Otomotiv Kredileri Banka-Tüketici Finansman Şirketleri NPL Oranları..	114
Şekil 1 : Gerçek Kişi Kredileri için Kurulan ANP Modeli.....	95
Şekil 2 : Kurumsal Müşteriler için Oluşturulan ANP Modeli.....	98

KISALTMALAR

a.g.e. s	:	Adı Geçen Eser
a.g.i.a.	:	Adı Geçen İnternet Adresi
a.g.m.	:	Adı Geçen Makale
a.g.n.	:	Adı Geçen Not
ANP	:	Analitik Network Proses
bkz.	:	Bakınız
CAPM	:	Capital Asset Pricing Model
F/ K	:	Fiyat Kazanç
FFJR	:	Fama, Fisher, Jensen, Roll
FVFM	:	Finansal Varlık Fiyatlama Modeli
İMKB	:	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
NPL	:	Non Performing Loan
NYSE	:	New York Stock Exchange
ROE	:	Return on Equity
RSI	:	Relative Strength Index
s.	:	Sayfa
SLB	:	Sharpe, Linther, Black
TFŞ	:	Tüketici Finansman Şirketi

GİRİŞ

Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde temel problemlerin başında, finansman kaynağı sıkıntısı gelmektedir. Bu ülkelerde var olan kaynaklar dahi yatırımcılara yönlendirilememektedir. Gelişmekte olan ülkemiz ekonomisinin temel sorunlarından birisi, tasarruf ve sermaye birikiminin yetersiz olmasıdır. Yetersiz olan mevcut sermaye birikiminin de ekonomik sistemin dışına çıkması, gelişmeyi engelleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu sorunun yanı sıra az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere alım gücünün düşük olması, mali piyasalarda yaşanan krizler ve krizlerin ardından bankaların tüketici kredilerine sınırlamalar getirmesi üretim sektörünü sekteye uğratarak yaşanan ekonomik bunalımı daha da artırmaktadır.

Mal ve hizmetlere olan talebi artırmanın yolu tüketici kredileri ile doğru orantılıdır. Tüketici kredilerinin artması ile milli gelir atmakta, üreticilerin finansman kaynağı sıkıntısı azalmakta ve böylelikle ekonomik faaliyet canlı tutularak büyüme sağlanabilmektedir.

Bu sebeple 27 Haziran 1994 tarih ve 21973 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 545 sayılı K.H.K. ile 30.09.1983 tarihli ve 90 sayılı Ödünç Para Verme İşleri hakkında K.H.K. 'nin bazı maddeleri değiştirilmiş ve Türkiye'de finansman şirketlerinin kuruluşu ve çalışmasına ilişkin yasal düzenlemeler oluşturulmuştur. Son olarak 10.10.2006 tarihinde Resmi Gazete de BDDK tarafından yayınlanan Finansal Kiralama, Faktoring Ve Finansman Şirketlerinin Kuruluş Ve Faaliyet Esasları Hakkında Yönetmelik ile düzenleme yapılmıştır.

1994 yılından günümüze 15'in üzerinde finansman şirketi faaliyete geçmiş fakat birkaç tanesi hariç beklenen kredi hacmine ulaşamamıştır.

Beklenen potansiyele ulaşamamalarının nedenleri incelendiğinde; geçtiğimiz 15 sene boyunca yaşanan ekonomik krizler, sektörün genişlemesine imkân verecek kanuni altyapı çalışmalarının devamının gelmemesi, kredi hedeflerinin yüksek olmaması, kredi yelpazesinin bağlı bulundukları grubun ürünleri ile sınırlı tutulması, fon kaynağı sağlamada bankalara bağımlı olmaları ve fon maliyetlerinin bankalara göre yüksek olması olarak sıralanabilir. Bu sebeplerden dolayı tüketici finansmanı alanında faaliyet gösteren bankaların gelişiminin çok gerisinde kalmışlardır.

Türkiye'de üst üste yaşanan ekonomik krizler özellikle Türkiye'de yaşanan 2001 bankacılık krizi ve 2008 dünya çapında likidite krizi kredi veren kurumların ekonomiye olan katkılarının önemini tekrar ortaya çıkarmıştır.

Bununla birlikte yaşanan ekonomik krizler özellikle 2001 krizi Türkiye'de bankaların ve finansman şirketlerinin taşıdıkları yüksek ve karmaşık riskler nedeni ile risk yönetimine gereken hassasiyeti gösteremedikleri, devletin el koyduğu ve kapanan banka, finansman şirketleri ile daha belirgin hale gelmiştir.

2008 yılında başlayan ve hala etkileri devam eden global kriz, özellikle Amerika'da bankaların taşıdıkları risklerin ne kadar fazla olduğunu hatta kredi alacaklarının toksit alacak haline geldiğini göstermiştir.

Tüketici finansman şirketleri özellikle tüketici kredisi vermek üzere kurulan finans kuruluşu hüviyeti ile bankalara nazaran kredi işlemlerinde ve taşıdıkları riskler bazında önemli farklılıklar taşımaktadır.

Bu çalışmanın ilk bölümünde genel olarak tüketici kredileri ve ardından finansman şirketleri hakkında bilgi verilmiş, ikinci bölümde Dünyada ve Türkiye'de finansman şirketleri uygulamalarına değinilmiş ve yapılan karşılaştırmalar ile ülkemiz uygulamalarının farklılıkları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde tüketici finansman şirketlerinin taşıdıkları riskler ve bu risklerin yönetimi, mevcut risklerin minimize edilme yolları anlatılmıştır. Dördüncü

bölümde tüketici finansman şirketleri ile bankaların otomotiv kredisi değerlendirme kriterlerinin önem dereceleri anket sonuçları ANP modeli ile değerlendirilerek karşılaştırılmaktadır.

Sonuç bölümünde çalışmanın kısa bir değerlendirmesi yapılarak eleştiri ve öneriler sunulmuştur.

1. TÜKETİCİ KREDİLERİ VE FİNANSMAN ŞİRKETLERİ

1.1 Tüketici Kredileri

1.1.1 Tüketici Kredileri Tanımı

Kredi; “belirli bir süre sonra ödeme vaadi ile mal, hizmet ve para cinsinden satın alma gücünün sağlanması ya da var olan satın alma gücünün belirli bir süre sonra geri alınmak üzere başka bir kimseye devredilmesi” şeklinde tanımlanmaktadır¹.

Gerçek kişilerin (bireylerin) ticari amaç dışında mal ve hizmet alımlarının finansmanına yönelik, genellikle bir defada kullanılan ve başlangıçta belirlenen faiz oranlarına göre geri ödenen krediler ise tüketici kredileri olarak tanımlanmaktadır.²

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

Tüketici kredisi terimi, mal ya da hizmetlerin alımında alıcılara sağlanan bir avans fonu veya mal ya da hizmetler avansının daha ileri bir tarihte ödeme taahhüdüyle değiş tokuşu durumlarında kullanılır.

Tüketici kredisi, tüketicilerin, konut, araba, dayanıklı tüketim malları satın almak, genelde kendileri ve aile bireyleri için harcama yapmak olanağını sağlamak amacıyla açılan bir kredi türüdür.³

Tüketici kredilerinin tarihi gelişimine bakıldığında temelinin 19.yy'a dayandığı görülmektedir. Tüketici kredilerinin yaygınlaşması 20.yy'ın başlarından itibaren ABD'de kullanılmaya başlanması ile gerçekleştirilmiştir. ABD'de taksitli satışların varlık nedenini

¹ M. Usta, Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi, Pamukbank Eğitim Yayınları, İstanbul,1997

² Sedat, Yetim, “**Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri**”, Sermaye Piyasası Kurulu, Ankara, Nisan 1997, s:59

³ Cevat Sarıkamış, “**Taksitli Satışlar Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri**”. İTO Yayını, İstanbul, 1988, s:31

modern üretim mekanizmasının gereklerinde aramak gerekir. Zira taksitli satışlar, bir refah ekonomisinin dayanması gereken temellerden biri olarak kabul edilmektedir.

Önceleri ABD'de orta gelirli sınıfın büyümesiyle birlikte Birinci Dünya Savaşı yıllarında bireylerin özellikle konut edinmesi konusunda finansman ihtiyaçları ortaya çıkmış ve bunu izleyen yıllardaki endüstriyel gelişmeler, bireylerin diğer konulardaki finansman ihtiyaçlarını da beraberinde getirmiştir.

Tüketici kredileri, ülkeler, bankalar ve banka dışı tüketici kurumları, konu ve müşteri itibarıyla farklılık arz etmektedir.⁴

i. Doğrudan nakit şeklinde ve

ii. Mal ve hizmet satın alımının finansman ihtiyacının karşılanması amacıyla, kullanılan krediler olmak üzere iki tür tüketici kredisi tanımlanmaktadır.

Konut, araba ve dayanıklı tüketim malları alımının finansmanı ve daha birçok konuda tüketici kredisi kullanma imkanı bulunmaktadır.

Hâlihazırda bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankaların çoğunluğu tüketici kredisi kullanmaktadır.

Ayrıca 545 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile değişik 90 sayılı Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine göre kurulmuş Bankacılık Düzenleme ve Denetleme kurulunun 10 Ekim 2006 tarih ve 26315 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketlerinin kuruluş ve faaliyet esasları hakkındaki yönetmeliğe göre faaliyet gösteren finansman şirketleri de tüketici kredilerini kullandırmaya yetkilendirilmişlerdir.

⁴ Bediz Demiray, “Türkiyede Tüketici Kredileri Uygulamalarına İlişkin Tespit ve Değerlendirmeler”, n.d, n.p.

1.1.2 Veriliş amacı

Tüketici kredisi buzdolabı, çamaşır makinası, mobilya, elektrikli ev aletleri gibi dayanıklı tüketim malları veya tatil, eğitim, konut onarımı, sağlık, düğün gibi hizmete yönelik harcamalara ya da otomobil, konut alımı gibi menkul veya gayrimenkul bir malın satın alınması amacıyla kullanılır.

Tüketici kredisi, tüketiciye;

- Gelecekte elde edecekleri geliri önceden kullanma,
- Peşin para ile alışverişin avantajlarından faydalanma imkânı sağlar.

Satın alınacak mal ve hizmetlerin karşılığında bankalar tarafından kullanılan kredi, doğrudan nakit olarak müşteriye ödenebileceği gibi satıcı firmayla anlaşma sağlandığı takdirde doğrudan satıcıya da ödenebilir.

1.1.3 Tüketici Kredisi Türleri

Tüketici kredisi işlemleri ‘satıcı’ ile tüketici’ arasında kurulacak ikili bir ilişki çerçevesinde gerçekleştirilebileceği gibi; bir ‘finans kuruluşu’ , ‘tüketici’ ve ‘satıcı’ arasında oluşturulacak üçlü bir ilişki çerçevesinde de ortaya çıkar.⁵

□ ‘İkili ilişki’ de, satıcı veya üretici kredili satış yapmak suretiyle tüketicinin mal ya da hizmet edinmesini finanse eder. Bu modelde tüketici borcu karşılığında satıcıya borç senedi veya senetleri verir, tüketici genel olarak düzenli zaman aralıklarıyla düzenlenmiş olan bu senetleri de, vadeleri geldikçe ödemek suretiyle, bugünkü sınırlı kaynaklarıyla, olanaklarının üzerinde mal veya hizmet ediniminden yararlanmış olurlar.

□ Tüketici kredisi işlemlerinin ikinci ve daha yaygın görünümünde ise, bir kredi kuruluşu (banka, özel finans kuruluşu) tüketiciye kredi açmak (borç vermek) suretiyle

⁵ Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar, İTO, Yayın No:1992-3, İstanbul, 1993, s:4

onun peşin para ile mal edinmesi ya da hizmetlerden yararlanması olanağını sağlar. Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi kuruluşu ile tüketici arasında yapılır. Tüketici kredisi tüketiciye bir tedarik kredisinin verilmesi şeklinde olabileceği gibi bir serbest kredinin sağlanması suretiyle de olabilir. Tedarik kredisinde tüketici aldığı krediyi belirli bir malın edinilmesi ya da belirli bir hizmetten yararlanmak amacıyla kullanmakla yükümlüdür. Serbest ödünçte ise tüketici aldığı ödünçü dilediği gibi kullanabilir.

1.1.4 Tüketici Kredilerinin Ekonomideki Yeri

Krediler genel anlamda ekonomi makinasını çalıştıran yağ olarak nitelendirilebilir.⁶ Tüketici kredileri yoluyla efektif talep artmakta, bu da üretimi ve dolayısıyla milli geliri artırmakta ve ekonomik faaliyet hacmini canlı tutmaktadır. Öte yandan tüketici refahı da artmaktadır.⁷

Bu kredilerin aşırı kullanımının, insanları gereksiz tüketime iteceği, tasarrufları azaltacağı ve gelecekteki tasarrufların bugünden harcanması sonucunu doğuracağı ve böylelikle de reel yatırımlarda düşme görüleceği ileri sürülmektedir. İlave olarak, yoğun tüketici kredisi kullanımının talep artışı yoluyla enflasyonist etki doğuracağı da ileri sürülmektedir. Ayrıca ithalat eğilimi yüksek bazı gelişmekte olan ülkelerde bu tip kredilerin dış ticaret dengesini bozucu etki yaratacağı da savunulan görüşler arasındadır. Bu görüşlerin haklı yönlerinin olması mümkün görülmele birlikte, kesin yargıya ancak ampirik çalışmaların neticesinde varılması gerekmektedir.

Tüketici kredileri ekonomik döngüde ekonominin aşırı büyüme ve daralma dönemlerinde de rol oynamaktadır. Özellikle para politikası uygulamalarında kredi faizlerinin kontrol edilmesi ile aşırı büyüme ve daralma dönemlerinde tüketici harcamaları kontrol altına alınabilmektedir.⁸ Öte yandan, artan bireysel tüketici kredileri hacminin, ekonominin daralma dönemlerinde konjonktürden etkilenmesi neticesinde bu tip kredilerin

6 Robert Hartzell Cole, “Consumer And Business Credit Management”, Boston, Mass. : Irwin/McGraw-Hill, c1998; s:30

7 Yetim, a.g.e., ss.60

8 Cole, a.g.e., s: 53

dalgalanmalara olan esnekliğinin yüksek olması nedeniyle önemli tutarda risk teşkil etmesi mümkündür. Bir başka deyimle bu tip işlemlerde kredi değeriiliği konusu önem kazanmaktadır.

1.1.5 Tüketici Kredilerinin Olumlu ve Olumsuz Yönleri

a) Olumlu Yönleri

Tüketici kredisinin tüketiciye sağladığı yarar, onun mevcut mali kaynaklarıyla edinemeyeceği malları edinebilmesi ya da yararlanabilmesini sağlamasıdır.

Tüketici kredisinin üretici ve satıcılara sağladığı yarar ise mal ve hizmet üretimi ve satışını artırmasıdır. Özellikle ekonomik durgunluk dönemlerinde, çeşitli mal ve hizmetlerin tüketici kredisi ile sağlanabilmesi, mali durumu sarsılan bir çok teşebbüsün ayakta kalabilmesine hizmet etmektedir.

Tüketici kredisinin kredi kuruluşlarına sağladığı fayda ise, ticari kredilerdeki durgunluğun önlenmesidir.

Nihayet tüketici kredisi, talebi artırmak suretiyle yatırım ve istihdamı geliştirir.

b) Olumsuz Yönleri

Tüketici kredisinin, tüketici bakımından en önemli sakıncası, tüketim hırsını artırarak, bir kimsenin mali olanakları üzerinde tüketim yapmasına ve borç altına girmesine neden olmaıdır.⁹

Tüketici kredisinin satıcı bakımından sakıncası ise, satıcının biriken alacaklarını tahsil edememesi halinde söz konusu olur. Satıcının duruma göre, alacakların tahsili için bir kredi izleme örgütü kurması, icra daireleri ve mahkemelerde tüketicilerle uğraşması gerekebilir.

9 Sarıkamış, a.g.e, ss.32-33

Diğer yandan satıcının portföyünde biriken müşteri senetlerini veya senetsiz alacaklarını aktifinden çıkaramaması durumunda, kredili satış satıcı firmanın işletme sermayesi ihtiyacını artırır.

Tüketici kredisinin başka bir sakıncası da, tüketici geleceğe yönelik birikiminin harcanması sonucunu doğurmasıdır. Tüketici kredisi sağlamanın kolaylaştırıldığı ekonomilerde, bu kredi türünün, ayrıca gösteriş için tüketimi de geliştirdiği gözlemlenmektedir.

Tüketici kredisinin, kredi kuruluşları bakımından ortaya çıkan sakıncası ise, bu kuruluşların, tüketicinin kredi durumu hakkında sağlıklı ve güvenilir bilgilere sahip olamadıkları hallerde söz konusu olur. Ayrıca kredinin güvence altına alınmasında gerekli özenin gösterilememesi de kredi kuruluşlarını zor duruma sokabilir.

Tüketici kredilerinin bilinçsiz kullanımı sonucu ortaya çıkacak olumsuz sonuçlara karşı tüketicilerin eğitilmesi gerekmektedir. Özellikle tüketicilerin kendi bütçelerini belirleme, kredi sözleşmelerindeki terimleri anlama ve ödemelerini zamanında yaplarının önemi hakkında bilinçli olmaları gerekmektedir.¹⁰

1.2 Finansman Şirketleri

Finansman şirketleri özel ve tüzel tüketicilere otomobilden, iş ekipmanlarına, tıbbi malzemelerden, ev araç-gereçlerine kadar çok geniş bir yelpazede kredi kullandıran kurumlardır. Kimi kurumlar sadece tüketici ve ticari kredilerinde uzmanlaşmış kimi kurumlar ise çok geniş bir yelpazede hizmet vermektedirler. Bu hizmetler geleneksel araç kredilerinden kredi kartlarına, yatırım finansmanından finansal kiralamaya kadar uzanmaktadır.

Bu tür şirketlerin mevduat toplama yetkisi olmadığından ihtiyaçları olan kaynakları bankalardan veya yatırımcılardan temin etmekte ve bu paraları gerçek veya tüzel

10 Cole, a.g.e., s: 53

tüketicilere plase etmektedirler. Batıda uzun bir geçmişe sahip olan bu şirketler, binlerce küçük kredi ofisi ile tüketicilere direkt ulaşarak kredi kullandırmaktadırlar.¹¹

1.2.1 Finansman Şirketi Türleri

Literatürde finansman şirketi üçe ayrılmaktadır. Bunlar; Tüketici Finansman Şirketleri, Satış Finansman Şirketleri ve Ticari Finansman Şirketleridir.¹²

1.2.1.1 Tüketici Finansman Şirketleri (Consumer Finance Companies)

Tüketici finansman şirketleri, çok sayıda bireysel kredi kullandırdıklarından aynı zamanda küçük kredi şirketleri olarak da bilinirler. Kullandırılan kredilerin büyük bir kısmı otomobil kredileri ve ev gereçlerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte hastane harcamaları, eğitim ve tatil giderleri, ev tadilatı ve enerji faturaları da tüketici finansman şirketlerinin kredilerinin odağı olmaya başlamıştır. Bu krediler nakit krediler veya dayanıklı tüketim ürünlerine verilenler olmak üzere iki başlıkta incelenebilir. Otomotiv kredilerinde borcun ödenmeme riskine karşılık araç teminat olarak alınmaktadır. Öte yandan nakit kredilerde kredi geri dönüşleri ödünç alanın gelecekteki kazanma kapasitesine bağlı olduğundan finansman şirketleri bu durumda alınan teminata güvenememektedir. İmza karşılığı alınan bu krediler dayanıklı tüketim ürünleri karşılığında alınan krediden daha riskli olduğundan bu tür kredilerin faiz oranı daha yüksek olmaktadır.

Tüketici finansman şirketleri tarafından verilen krediler tüketicinin borçlanmasını konsolide etmek amacıyla da kullanılabilir. Düşük miktartlı kredi geri dönüşlerinin maliyetinin yüksek olması ve dönmeme riskinin de mevcut olması farklı faiz oranlarının uygulanmasına yoi açmaktadır. Genel olarak tüketici tarafından kullanılan kredinin maliyeti kredi miktarı arttıkça azalmakta, büyük tutarlı krediler için uygulanan faiz oranı imza karşılığı alınan kredilere göre daha düşük olabilmektedir. Ticari bankalardan kredi kullanamayan tüketiciler tüketici finansman şirketlerine genelde güvenmektedirler.

11 Peter Rose, Money and Capital Markets, Third Edition, 1983, USA, s:451

12 Rose,a.g.e, ss.151-152

1.2.1.2 Satış Finansman Şirketleri (Sales Finance Companies)

Satış Finansman şirketleri, tüketicilerin bayi veya perakendecilerle yaptıkları taksitli ödeme sözleşmelerini satın alan böylece bayilere toptan finansman sağlayan finansal kuruluşlardır.¹³ Örneğin; otomobil ve diğer dayanıklı tüketim ürünleri satan bayilerden taksitli satışların senetlerini satın almak suretiyle tüketicilere dolaylı kredi vermiş olurlar. Bu şirketlerin, çoğu bir bayi ya da üretici tarafından kontrol edilmektedir.¹⁴

Bunların ana fonksiyonu destekleyici firmanın ürün ve hizmetlerini kredilendirerek satışlarını arttırmaktır. Bu tür satış finansman şirketlerine sahip olan kuruluşlara General Motors, General Electric, Motorola, Sears ve Wards örnek verilebilir. Genellikle satış finansman şirketleri perakendeci bayilere sözleşmenin vade, minimum ödemeler ve kredi oranları gibi kabul edebilecekleri unsurları önceden bildirirler. Bu şirketler, bayilere önceden satış yapıldığı zaman dolduracakları “kapalı uçlu perakende taksit” formunu gönderirler. Bu kontrat gereğince tüketici belirli zaman dilimlerinde satıcıya taksitlerini ödemekle yükümlüdür. Bu tür krediler tüketim mallarının finansmanında ağırlıklı olarak kullanıldığı gibi üretim mallarının finansmanında da kullanılabilmektedir. Perakende finansmanının yanında, birçok şirket toptan finansmanla da uğraşmakta, bayiye üreticiden malları satın alması için gereken kaynağı sağlamaktadır.

Satış finansman şirketleri kendi aralarında operasyonlarına göre bölümlere ayrılmaktadır. Bazıları sadece otomobil satışlarını finanse etmekte iken diğerleri çeşitlendirilmiş ürünleri kabul etmektedir. Yani otomobil dışında elektrik aletleri, televizyon, mobilya ve endüstri malzemeleri gibi... Bir kısım şirketler de her ikisi ile ilgilenmektedir. Bu şirketlerden üretici firma kontrollü olanlara “Captive Finansman Şirketi” denmektedir. Satış finansman şirketleri ülkenin her yerinde faaliyet gösterebilmesine rağmen tüketici finansman şirketleri belirli coğrafi alanlarda hizmet verebilmektedir.

13 Cole, a.g.e., s: 65

14 Rose, a.g.e., ss.151-152

1.2.1.3 Ticari Finansman Şirketleri (Commercial Finance Companies)

Ticari Finansman Şirketleri, genellikle müşteri kaynaklı gelirlerini taahhüt gösterebilen üreticilere ve toptancılara kredi veren finansal kuruluşlardır (Accounting aspects of the commercial finance company). Bu şirketlerin büyük bir kısmı küçük ve orta ölçekli üretici ve toptancılara alacak senetleri finansmanı ya da faktoring hizmeti temin etmektedir. Alacak senedi finansmanı yoluyla ticari finansman şirketi alacak senetlerini elinde bulunduran firmaya doğrudan bir nakit kredi açmış olmaktadır. Alternatif olarak, finansman şirketince alacak senetleri olan firmanın bu senetlerini uygun bir orandan iskonto ederek satın alabileceği bir faktoring düzenlemesi yapılabilmektedir. Ticari finansman şirketlerinin pek çoğu bugün kredi verme hizmetlerini sadece alacakların finansmanı ile sınırlamamakta, aynı zamanda iş makineleri ve diğer sabit kıymetlerle teminatlandırılan krediler için de vermektedir. Bunların yanında uçak, demiryolu araçları ve büyük ekipmanların alımı için finanssal kiralama hizmeti verebildikleri gibi kısa vadeli teminatsız nakit krediler de vermektedirler.¹⁵

Finansman şirketleri için kaynak temini ve kaynakların kullanım yönetimi büyük önem arz etmektedir. Gerekli zaman ve mekânda yeterince nakdin olması iyi bir nakit akışı planlamasının yapılması ile ilişkilidir. Finansman şirketlerinin belli başlı fon kaynakları; ticari bankalardan alınan krediler, finansman bonusu ihracı ve sermaye piyasalarından uzun vadeli tahvil ihracı şeklinde olabilmektedir. Bu kaynaklardan hangi dönemlerde hangilerine daha sıklıkla başvurulacağına piyasa faiz oranları yön vermektedir. Uzun vadeli faiz oranlarının yüksek olduğu dönemlerde, bu firmalar kaynak olarak kısa vadeli banka kredilerini ve finansman bonusu ihracını tercih etmektedir. Uzun vadeli faizlerin düşük olduğu dönemlerde ise tahvil ihracına ağırlık vermektedirler.

15 Paul E.Meyer, “Monetary Economics and Financial Markets”, 1983, USA, S:196

1.2.2 Finansman Şirketlerinin Fon Kaynakları ve Fonların Kullanımı

1.2.2.1 Bankalardan Sağlanan Krediler

Son yıllara kadar finansman şirketleri için en büyük fon kaynaklarından biri banka kredileriydi. Kredi kullandırma, bankaların finansman şirketine kredi limiti açması şeklinde teşekkül etmektedir. Bankalardan, kendilerine tahsis edilen kredi limiti kadar kredi kullanabilmeleri ve bazen bankaca bir kaç ay içerisinde söz konusu kredinin geri dönüşlerinin talep edilebilmesi finansman şirketlerinin nakit akışını olumsuz yönde etkilemekteydi. Bankalardan kullanılan kredilerin maliyetleri diğer fonlama araçlarından daha fazla olabilmektedir. Yeni kaynak yaratacak enstrümanların mevcut olmasına paralel olarak bankalardan kullanılan kredi rakamlarında azalma görülmüştür.¹⁶ Yurtdışında 1960'lı yıllarda bankalardan borçlanma oranı %28'ler civarında iken, bu oran 1990'lı yıllarda %5'lere gerilemiştir. Türkiye'de bu oran yurtdışının çok üzerinde olup ancak 2005 yılından sonra düşme yönünde eğilim göstermiştir.

1.2.2.2 Sendikasyon Kredileri

Lider bir banka önderliğinde birden fazla banka veya benzeri ödünç veren kurumlar tarafından kurulan şirketler birliği tarafından, belli bir amaç için yine kurumlara büyük tutarlarda verilen uluslararası kredilere sendikasyon kredileri denir. Sendikasyon kredileri büyük miktarlarda ve esnek şartlarla borçlanma imkânı sağlamaktadır.

1.2.2.3 Finansman Bonoları

Finansman bonusu, işletmenin kısa süreli fon ihtiyaçlarını karşılamak için, genellikle anonim ortaklık statüsündeki büyük firmalar, bankalar ve diğer finansal kuruluşlar tarafından çıkarılıp ihraç edilen borç senetleridir. Tanınmış güvenceli işletmeler

¹⁶ Cumhuriyet Taş, "Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketleri", Yüksek Lisans Tezi, 1998, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, S:47

ve bankalar çıkardıkları bu borç senetleri ya da bonoları piyasaya satmak suretiyle kısa süreli fon ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırlar.¹⁷

Finansman bonoları teminat türlerine göre çeşitli tiplere ayrılır. Garanti Kaydı Taşımayanlar A Tipi, Banka Kredisi İle Desteklenmişler B Tipi, Banka Garantili Olanlar C Tipi, Hazine Garantisi Taşıyanlar E Tipi, Başka Bir Ortaklığın Garantisini Taşıyanlar F Tipi olarak tanımlanır.¹⁸

Finansman Bonosu, finansman şirketlerinin fon bulma kaynaklarının en önemlilerinden birisidir. Finansman Bonolarının vadeleri 30 günden 270 güne kadar değişebilmektedir. Genellikle ihraççıya karşı taahhüt edilmiş banka kredileri ile desteklenmiş olan türleri piyasada işlem görmektedir. Bankalar genellikle kredinin kullanılmayan kısmı için bir bedel talep etmektedirler. Bu ise tahsis edilen kredi tutarının %10'luk bir kısmının mevduat olarak bankada tutulması şeklinde olmaktadır. 26 Şirketçe finansman bonoları üzerindeki faiz oranı değiştirilerek günlük finansman hacminin ayarlanması bu enstrümanların esnek yapısından dolayı mümkün olabilmektedir.

Finansman bonoları devlet tahvillerine göre daha fazla risk taşımaktadır. Riskin fazla olmasına bağlı olarak faizleri de yüksektir. 1980'li yıllarda yaygın olarak kullanılan finansman bonoları, 1990'lı yıllarda yaşanan ekonomik krizler sonrasında tercih edilmemişlerdir. Koçfinans 2005 yılında finansman bonolarını tekrar kullanan ilk şirket olmuştur. Koç Tüketici Finansman A.Ş.'nin halka arz gerçekleştirmeden ihraç ettiği 65 milyon vadeli 65 milyon TL tutarındaki finansman bonoları Yapı Kredi Bankası'na satın alınmıştır.

Finansman bonusu çıkarılması yoluyla fon sağlanmasının avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

¹⁷ “Finansman Bonoları”, http://www.ekodialog.com/Konular/finansman_bonolari_forfaiting.html (10 Aralık 2009)

¹⁸ “Hisse Senetleri ve Finansman Bonoları”, www.baskent.edu.tr/~gurayk/islefinhissebonospktanimlari.doc (12 Aralık 2009)

- Firma bu şekilde diğer yöntemlere göre daha ucuz maliyetle fon sağlayabilir. Banka kredisi kullanması durumunda kredi faizlerine ek olarak ödenen komisyonlar, bankada bulundurulması talep edilen mevduat, faiz ödemelerinin üç ayda bir oluşu gibi nedenlerle maliyet daha yüksek olmaktadır.

- Bu yolla fon sağlama zaman kaybı gerektirmeden daha kısa sürede gerçekleşmektedir. Finansman kurumlarından kredi alınması durumlarında olduğu gibi uzun formaliteler yoktur.

- Bankalardan kredi alınması durumunda kredilerin limiti konusunda yasaların veya banka yöneticilerinin koyduğu birtakım sınırlamalar varken finansman bonosuyla fon sağlamada bu sınırlar ya yoktur ya da oldukça esnektir. Bu nedenle özellikle banka kredilerinin daraldığı dönemlerde başvurulur.

- Bonoların para piyasasında dolanımı, bonoyu çıkaran şirkete ismini yaygın şekilde duyurma olanağı ve prestij sağlamaktadır.¹⁹

1.2.2.4 Tahvil İhracı

Finansman şirketlerince ağırlıklı olarak uzun vadeli tahviller ihraç edilmektedir. Böylece uzun vadeli borçlanma ile paranın belli bir dönem için sabit bir faiz oranında varlığını güvence altına alınmaktadır.

Bu tür tahvillerin bir dezavantajı ihraççının ödeyememe durumunda yatırımcıların öncelikli alacaklılardan sonra paralarını alabilmeleridir. Bu risk bir ölçüde tahvillerin geri çağrılabilir olarak ihraç edilmesiyle giderilmektedir. Bu durumda finansman şirketince yatırımcılara belirli bir prim ödemesinde bulunmaktadır. Eğer piyasa faiz oranı tahvil faiz oranından düşük ise finansman şirketince ihraç edilen tahviller geri çağrılarak yerine daha düşük faizli tahvil ihraç edilmektedir. Geri çağrılabilir tahvillerin finansman şirketlerinin borçlanma maliyetini azaltıcı etkisi olabilmektedir.

19 Dilek Demirhan, “Kısa Süreli Finansman Kaynakları”, [www.sci.ege.edu.tr/~istatistik/personal/ finansal/ finansalyon.ppt](http://www.sci.ege.edu.tr/~istatistik/personal/finansal/finansalyon.ppt) (20.11.2009), s.20.

Diğer taraftan finansman şirketleri tahvil ihracı yoluyla pasiflerinin %30'u civarında kaynak temini sağlayabilmekteydiler.

Finansman şirketleri için fon teminini etkileyen başka faktörler de vardır. Parasal politikalar ve faiz oranlarındaki belirsizlikler şirketlerin uzun vadeli borçlanmalarında daha dikkatli olmalarını gerektirmektedir. Genellikle şirketler kredi verdiği dönemler ile borçlandığı dönemler arasındaki uyumu gözetmek zorunda kalmaktadırlar. Finansman şirketlerinin varlık yapısındaki değişme de fonlama kararının verilmesinde önemli olabilmektedir. Ticari sektörün uzun vadeli sabit borçlanma tercihindan dolayı bu tür şirketlere açılan kredi son yıllarda artış göstermiştir. Bu finansman şirketlerinin likidite sorununun bir ölçüde azalmasına yol açmıştır.²⁰

1.2.2.5 Menkul Kıymetleştirme

Menkul Kıymetleştirme, bir mali kuruluşun bilançosunda yer alan kredilerden doğan alacakların benzer nitelikte olanlarını bir araya toplayarak, kendisinin ya da bu amaç için kurulmuş olan bir kurumun (Genel Finans Ortaklığı) vasıtasıyla bu alacak havuzuna dayalı menkul kıymet ihraç etmesi ve ödemelerin bu havuzdaki kredilerin geri ödemeleriyle finanse edilmesidir.²¹

Böylece kredi veren kurumun bilançosunda yer alan alacaklar, aktif bir ikincil piyasaya sahip olan menkul kıymetler haline getirilir. Bu yöntemle bilançolarında bulunan riskli aktifleri azaltan kredi kurumları, öz kaynak yeterliliği koşullarını daha rahat yerine getirmektedirler. Bunun yanında, krediyi kullananlar ile bu krediyi finanse eden yatırımcıları bir araya getirirken, kendi açtıkları kredilerden faiz geliri yerine hizmet geliri elde etmektedirler.²²

²⁰ Ahmet Bakan, "Consumer Finance Companies in Turkey and Kocfinans - "Finance Instruments for Consumer Finance Companies", Boğaziçi Üniversitesi, 2009.

²¹ Şule Bilir, "Menkul Kıymetleştirme", Bankacılar Dergisi, Sayı:3 Ekim 1990, S.51

²² Nihat Karadağ, "Tüketici Finansman Şirketlerinin Varlığa Dayalı Menkul Kıymet İhracı", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Temmuz 1996, S.32

Alacak portföyü, sözleşmeye dayalı nakit akımları bulunan alacaklardan oluşmaktadır. Genel olarak sözleşmeye dayalı nakit akımları bulunan alacakların tamamı menkul kıymetleştirilebilirse de, başarılı bir menkul kıymetleştirmeye temel oluşturacak alacakların en azından aşağıdaki özelliklerden bir kısmına sahip olması gerekmektedir:

- Alacak portföyü iyi çeşitlendirilmiş olmalıdır.
- Menkul kıymetleştirme sonucu yaratılan ve yatırımcılara sunulan menkul kıymetlerin getirilen, çeşitli kredi sözleşmelerinin biraraya getirildiği bir havuz vasıtasıyla çeşitlendirilmiş bir alacak portföyünün nakit akımları olmalıdır ki, tek bir sözleşmenin taşıdığı kredi riski çeşitlendirme yoluyla minimize edilebilmelidir.
- Alacakların nakit akımları önceden belirlenmiş bir program dahilinde periyodik olarak elde edilmelidir.
- Alacakların geçmişteki geri ödenme oranları ile ilgili istatistiksel veriler olmalı ve alacaklardan elde edilebilecek gerçek nakit akımları hesaplanabilmelidir. Burada geri ödenme oranlarının düşük olması gerekmektedir. Aksi takdirde garanti teknikleri kullanılarak menkul kıymetleştirilen alacak havuzunun güvenilirliği arttırılmalıdır.
- Alacaklar homojen bir yapıya sahip olmalı, geri ödeme ve vade yapıları itibarıyla benzer olmalıdır.
- Alacak portföyünün değeri menkul kıymetleştirmeyi ekonomik kılacak büyüklükte olmalıdır.
- Sürekli bir menkul kıymetleştirme programının uygulanması halinde vadesi dolan alacaklar yenilenebilmelidir.

1.2.3 Kaynakların Kullanımı

Finansman şirketlerinin varlık yapısını tüketiciden alacaklar ve ticari alacaklar olarak ayırabiliriz.

Tüketici alacakları, otomobil kredilerini, ev kredisini, ihtiyaç kredisini, nakit krediyi, ikincil ipotek kredisini, çeşitlendirilmiş kredi alacaklarını içermektedir. Tüketici finansman şirketlerinin varlıklarının büyük bir kısmı nakit kredilerden oluşmaktadır. Satış finansman şirketlerinin varlıklarının büyük bir kısmı taksitli otomobil kredileri ve çeşitlendirilmiş ürün kredileri olmaktadır. Ticari finansman şirketlerince de ağırlıklı olarak Leasing ve faktoring hizmetleri görülmektedir. Son yıllarda ticari alacaklar bu şirketlerinin toplam varlıklarının %45'lenini oluşturmaktadır.

1.2.4 Bütçeleme ve Finansal Planlama

Finansman şirketlerindeki en büyük aktif kalem alacaklar olduğu için, bütçeleme yapılırken nakit bütçeleme ve tahmini nakit akımının önemi büyüktür. Bu nedenle bütçeleme yapılırken öncelikli olarak şirketin kredi kullanılabileceği farklı alanlardaki tahmini satış rakamlarının ortaya konması gerekmektedir. Bu çalışma, ekonomideki ve iş dünyasındaki eğilimlerin tahmini, nüfus artışını, tüketici tercihlerini ve modadaki gelişmeleri, hükümet istatistiki bilgileri gibi verilerden yola çıkılarak hazırlanmalıdır. Gerçekçi bir tahmin yapabilmek için analizlerin aylık bazda yapılması gereklidir. Bu tahmini kredi tutanından aylık tahmini taksit tahsilât tutarlarının düşülmesi gerekir. Bu çalışma esnasında erken ödemeler ve tüketicinin ödememe durumu ile batac kredilerin de dikkate alınması gerekmektedir.

Nakit bütçeleme yapılırken, operasyon maliyeti, ödünç alınan kaynaklar için ödenen faiz, vergi ve kar paylarının dağılımının da dikkate alınması gerekmektedir. Operasyon maliyeti kalemleri arasına maaşlar, reklam giderleri ve diğer operasyonel maliyetler girmektedir. Yapılan bütçe idarenin dönemler itibariyle sağlıklı kararlar almalarında ve atıl fonların kullanılmasında yön göstermektedir.

Nakit bütçeleme karın tahmini ve öngörülen bilançonun hazırlanması ile tamamlanmaktadır. Finansman şirketinin karlılığı kaynakların maliyeti ile yakından ilgilidir. Bu da faiz oranlarına bağlıdır. Faiz oranları düşüş trendine girdiğinde kar marjı artmakta tersi olduğunda ise marj azalmaktadır.

Ekonomik durum da finansman şirketinin stratejik tahminlerini belirlemektedir. Pazardaki talep artışı ve finansman şirketlerinden kredi kullanımına yönelik artan talep şirketin karlılığında önemli bir faktördür. Ekonominin daraldığı dönemlerde üretim ve tüketimin kısılması finansman şirketlerinin karlılığını büyük ölçüde azaltacaktır.

Son olarak da; ekonomideki değişimden kaynaklanan batac krediler finansman şirketinin politikalarını etkilemektedir. Ekonomide dar boğaz olduğu dönemlerde idarenin batac krediler için karşılık rakamlarını arttırması gerekmektedir. Bu da kar rakamlarını azaltmaktadır.

1.2.5 Finansman Şirketlerinin Ticari Bankalarla Karşılaştırılması

Finansman şirketlerinin en büyük rakiplerinden biri de bankalardır. Fakat bu şirketlerin bankalara göre bir avantajı belli alanlarda uzmanlaşarak kredi vermeleridir. Bu uzmanlaşma tüketici kredi piyasası ve ticari kredi piyasasıdır. Captive Finansman Şirketlerince ana şirket ürünlerinin kredilendirilmesi ve yasal zorunluluktan dolayı bankaların sınırlı olarak faaliyet gösterdiği alanların kullanılması bu uzmanlaşmaya neden olmaktadır.

Ayrıca kredi piyasasındaki pratik tecrübeler kredinin riskini elimine etmek açısından önemlidir. Finansman şirketleri bu piyasada daha çok bilgilendikçe faiz dışı giderlerini azaltacak ve tüketici riskini daha rahat kontrol edebilecektir. Ayrıca finansman şirketinin vermiş olduğu kredi tipinin enformasyon ve kontrol maliyetleri bankalara nazaran nispeten düşüktür.²³

²³ Eli M.Remolona ve Kurt C.Wulfekuhler, “**Finance Companies, Bank Competition and Niche Markets in the Financial Institutions and Market Reader.**”, Robert W.Kolb Kold Publishing Co.Florida, 1993, S.394

Bankaların en büyük fon kaynaklarından biri mevduat olduğu için ortalama faiz giderleri kalemi bu kuruluşlarda finansman şirketlerine göre daha düşüktür. Finansman şirketlerinin mevduat toplaması yasak olduğundan tüketicilere uyguladıkları faiz oranlarını yüksek tutmak zorunda kalmaktadırlar.

Son yıllarda teknolojiye paralel olarak bankaların gelişen tüketici kredileri pazarındaki payı artış göstermektedir. Bankalar sadece bayilerin finansmanı piyasasına ilgi duymamakta bunun yanında potansiyel müşterilere ulaşmaya çalışmaktadır. Bu şekilde satış finansman şirketleri ve tüketici finansman şirketleri ile yarışmaktadırlar.

Finansman şirketleri tüketicilere yönelik olarak yaptığı cazip reklamlar vasıtasıyla pozisyonunun güçlendirmekte öte yandan kredi faiz oranlarını düşürmektedir. Bankalar ile finansman şirketleri arasında yaşanan bu rekabetten en çok tüketiciler karlı çıkmaktadır.

Finansman şirketlerinin bankalar karşısındaki en büyük avantajı otomobil satış finansmanına yönelik olarak bayilerden her türlü kontratı satın almasına karşılık bankaların daha az risk içeren kontratları satın almaya eğilimli olmalarıdır.

Son yıllarda bireysel krediler alanında bankalar ağırlıklı faaliyet göstermeye başlamışlardır. Kredi kartları bankalarca finansman şirketlerine nazaran daha yaygın kullanılmaktadır.

Finansman şirketleri bankalardan dolayı tüketici kredileri piyasasındaki payı azaldıkça ticari kredilere yönelmek zorunda kalmışlardır. Faktoring işlemlerinde bankaların söz sahibi olmasına rağmen Leasing alanında finansman şirketleri büyük pay sahibidir. Finansman şirketlerince yapılan finansal kiralama işlemleri ağırlıklı olarak bilginin kullanıldığı donatım Leasingidir. Alınmış olan teminatların fiziksel güvenliğinin sağlanması ve geri alınan varlıkların yönetimi konusundaki bilgi eksikliği bankaların finansman şirketlerince ağırlıklı faaliyet gösterilen bu alana girmesini engellemektedir.

Donatım malzemeleri üreticileri ile finansman şirketleri arasındaki bağlantı da bankalardan daha etkindir.

Bankalarca fonlama maliyeti tüketicilerden topladıkları mevduat ve karşılığında mevduat sertifikası ihraç edebilmeleri nedeniyle finansman şirketlerine nazaran daha düşüktür. Diğer taraftan toplamış oldukları mevduat karşılığında yasal yükümlülükler ve mevduat sigortası primi ödemeleri bankaların bu konudaki avantajını azaltmaktadır. Öte yandan finansman şirketlerince finansman bonusu ve tahvil ihracı bu şirketlerin en büyük fon kaynaklarıdır. Fakat bunların ihraç maliyeti göz önüne alındığında iki kurum için de borçlanma maliyetlerinin bir birine yakın olduğunu söylemek mümkündür.

Tüketici riskini baz alarak yapılan ayırım bankalar ile finansman şirketleri arasındaki tüketici finansman piyasasındaki rekabetin açıklanmasında etkili olabilir. Bankalar ağırlıklı olarak emniyetli bir kredi politikası izlerken tüketici finansman şirketleri düşük ve orta gelir düzeyindeki bireylere de kredi vermektedir.

1.2.6 Finansman Şirketlerinin Yararları

Finansman şirketleri, fonksiyonu üretim veya pazarlama olan kuruluşların asli faaliyetlerinden uzaklaşarak kredi veren kurumlar haline gelmelerini önleyecektir. Tüketiciler bayiler yerine münhasıran kredi vermek üzere kurulmuş ciddi ihtisas kurumları ile karşılaşarak güven duyacak ve tüketicilerin istismarı engellenecektir.²⁴

Ayrıca, bankalardan kredi kullanamayan, çeşitli nedenlerle bankalardan çekinen düşük gelirli tüketiciler, bir ihtisas kurumunun güvencesi altında bayiler seviyesinde kredi kullanabileceklerdir. Bununla birlikte, bu sistem ile bayilik sistemi de kendisine çeki düzen verecek, vade farkı ve fiyatlama, faturalama konusunda çok farklı uygulamalar bulunan sektörde kayıt dışı işlemler ve vergi kaçakları önlenecektir.

Finansman şirketlerinin üretici firmalara ve tüketiciye yararları şu şekilde özetlenebilir.²⁵

24 Alp Ülgener, **Kişisel Görüşme, Koçfinans Pazarlama Müdür Yardımcısı**, 10.01.2010

25 Karadağ, a.g.e., s.29

- Finansman şirketlerinin piyasalarda gerçek yerini alması ile birlikte sektördeki vade farkı ve peşin fiyatta gizli vade farkı uygulaması nedeniyle fiyatlar genel seviyesinin yükselmesi engellenecektir.
- Üretici firmalar, asıl faaliyet alanlarında faaliyet göstererek gerçek karlılık seviyesini saptayabileceklerdir. Dağıtım ve pazarlama firmaları da asıl faaliyet alanlarına döneceklerdir.
- Tüketiciler ciddi ihtisas kurumları ile muhatap olacaklar, tüketicilerin istismarı engellenecektir.
- Ülkemiz uygulamasındaki bayilik sistemi, kendisine çeki düzen vererek kurumlaşma sürecine girecek, kayıt dışı ekonomi küçülecektir.
- V.D.M.K. fonları ile finansman sağlanması nedeniyle, alacak portföyünün menkul kıymetleştirilmesi sağlanarak, krediler yine tüketicilerin fonları ile finanse edilecek, talep artışı yoluyla fiyatlar genel seviyesi etkilenmeyecektir.

2. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ KREDİLERİ VE FİNANSMAN ŞİRKETLERİ

2.1 Dünya'da Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketleri

2.1.1 Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketlerinin Gelişimi

Tüketici kredilerinin geçmişi 3000 yıl öncesine Babiller zamanına kadar dayandırılabilir. Günümüzden 750 yıl öncesinde de tefecilik sistemi ile tüketicilere borç verme sisemi mevcuttu ancak tüketicilere kredi vermenin toplu pazar haline gelmesi ancak 50 yıl öncesine dayanmaktadır. 1920'lerde Henry Ford ve AP Sloan seri üretilen ürünlerin (arabaların) alımının finanse edilmesi gerektiğini düşünmüşlerdir. Bu düşünce, GE Capital, GM Finance gibi finansal kuruluşların oluşmasını sağlamıştır.²⁶

Önceleri ABD'lerinde orta gelirli sınıfın büyümesi ile birlikte 1. Dünya savaşı yıllarında bireylerin özellikle konut edinme konusunda finansal ihtiyaçları ortaya çıkmış ve bunu izleyen yıllardaki endüstriyel gelişmeler, bireylerin diğer konulardaki finansal ihtiyaçlarını da beraberinde getirmiştir. 1950' lerde TV, buzdolabı vb. gibi dayanıklı tüketim mallarının ve hizmetlerinin finanse edilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. 1960'lı yıllarda, artık taksitli satış sistemi yerini tüketici piyasasına giren bankalara bırakmıştır. Önceleri bankalar, tüketicilere taksitli satış yapan satıcıların alacaklarını finanse ederken, sonraları tüketicilere doğrudan kredi vermeye başlamışlardır.

1960'larda kredi kartlarının kullanılmaya başlanması tüketicilerin saç tokasından tatile kadar tüm ihtiyaçlarını kredi kullanarak satın alması sebep olmuştur.²⁷

Finansman Şirketlerinin, aktif olarak çok sayıda küçük kredi ofisi ile tüketiciye doğrudan veya bayilerden taksit senetlerini satın almak suretiyle dolaylı olarak kredi

²⁶ LC Thomas, RW Oliver and DJ Hand, "A Survey Of The Issues In Consumer Credit Modelling Research"; Journal of the Operational Research Society (2005) 56, 1006–1015;s:1006

²⁷ Thomas ve diğerleri, a.g.e., s: 1009

kullandırmalarının uzun bir geçmişı vardır. Ancak yakın zamanlarda, finansman şirketleri aracı kurumlar arasındaki rekabetin değişmesinden etkilendi.

Tüketici Finansman Şirketleri de tüketici kredileri veren finansal kurumlardan bir tanesidir. Tüketici finansman şirketlerini diğerlerinden ayıran temel özellik, bu şirketlerin tüketici ile direkt muhatap olması ve kredi vermesidir. Paraya ihtiyacı olan tüketiciler bu şirketlerin bürolarına doğrudan gidebildiği gibi elektronik posta vasıtasıyla da kredi talep edebilmektedir.

Yaygın şube ağının olmayışı onların, bu kredileri talep ederken rahatlığı tercih eden tüketici ünitelerine ulaşmalarında bir dezavantaj oluştıruyordu. Sonuç olarak hem ticari bankalar hem de banka olmayan özel mevduat kurumları finansman şirketlerinin aleyhine tüketici kredileri pazarının büyük bir kısmını ellerinde tuttular. Örneğin Ulusal Reserve Kurulu (Federal Reserve Bord)'un derlediği datalara göre 1950'de finansman şirketleri tarafından verilen krediler finansal kurumların açtığı kredilerin %45'ini oluştırmaktaydı. Bu oran 1987 yılında %23'e düştü. Aynı periyodda kredi üniteleri tüketici kredileri pazarındaki paylarını üçe katladılar. Uzmanların çoğu şu anda finansman şirketleri için en hızlı büyüyen pazarın tüketiciye yönelen finansal hizmetlerden ziyade kurumlara yönelik krediler olduğu görüşündeler. İpoteklere verilen krediler, ekipmanların finansal kiralınması için verilen krediler, Finansman şirketlerin verdiği krediler arasında en hızlı artan kredilerdir. Finansman şirketleri yakın zamanlarda, düşük faizler ve reklam yoluyla bankaların ve diğer kredi ünitelerinin pazarından otomobil kredilerinde önemli bir pay almayı başardılar.²⁸

Ekte dünya ülkelerinde tüketici kredilerinin ve finansman şirketlerinin gelişimine değinilmiştir.

28 Rose, a.g.e., ss.153

2.1.2 Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletleri'nde tüketici kredileri ile ilgili düzenlemeler, 1960'lı yıllardan itibaren tüketici kredilerinin hızla yaygınlaşması üzerine ortaya çıkan problemlere çözüm bulmak amacıyla uygulamaya konmuştur. Düzenlemeler tüketici kredileri ile ilgili kanunlar, açıklayıcı kanunlar ve medeni kanun ile tüketici kredilerinin kullanılması, toplanması ve raporlanması alanındaki ihmallere karşı koruyucu önlemlerden oluşan kanunlar olmak üzere temelde üç grupta toplanmaktadır. Tüketici kredileri ile ilgili kanunlarda, temel olarak düzenlemeler yapma yetkisi Federal Rezerve Guvernörler Kurulu'ndadır. ²⁹

Mevduat toplayan kurumlar için tüketici kanunlarının uygulanmasında, öncelikle sorumluluk federal denetim biriminde bulunmaktadır. Perakende satış yapan mağazalar ile finans şirketleri dışındaki kreditor kurumlar için Federal Ticaret Komisyonu, Tüketici Kredileri Kanunlarının uygulanmasında birincil sorumluluğa sahiptir. Komisyonun fonksiyonunu Tüketici şikâyetlerini değerlendirerek yerine getirmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulamada finansman şirketlerine 'Finance Company' adı verilmektedir. Finansman şirketleri tüketicilere ve küçük iş adamlarına ödünç veren kurumlardır. Bu yüzden finansman şirketlerinin müşterileri tipik olarak banka müşterilerine göre kredi alma standardı daha düşük ve bu bakımdan bankalara başvuramayan gruplardır. Tasarruf kurumlarından farklı olarak finansman şirketleri tüketiciden mevduat kabul edemezler.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 2008 yılında mortgage kredileri nedeniyle yaşanan ekonomik kriz sonucu bankaların kredi verme konusunda sürdürdükleri katı tutum ve iş kayıplarındaki artışın hane halkını borçlanma konusunda isteksiz kılması ile birlikte ABD'de tüketici kredileri 2009-Ağustos ayında da düşüş göstermeye devam etmiştir.

29 Tüketici Kredileri, <http://www.1bilgi.com/iktisat/4983/tuketici-kredileri.html> (02.01.2010), s.5.

Fed tarafından açıklanan rapora göre, tüketici kredileri 2009 Ağustos ayında yıllık bazda % 5.8 (12 milyar dolar) gerileyerek 2.46 trilyon dolara inmiştir.

ABD'de tüketici kredileri, 1991 yılından bu yana en uzun süreli düşüşünü yaşamaktadır.³⁰

2.1.3 İngiltere

İngiltere'de 1974 yılında Tüketici Kredisi Kanunu Çıkarılmıştır. Kanun; denetim, tüketicinin bilgilendirilmesi ve korunması konusunda ayrıntılı hükümler ihtiva etmektedir. Yasanın en önemli özelliği, finans kurumlarının kredi açabilmeleri için Lisans Sistemini getirmesidir. Lisans verme bankaları iki yönden etkilemektedir. Eğer tüketici kredisi vermek ve Kanun'da sayılan diğer kredi verme işlemleriyle uğraşmak istiyorlarsa bankalar da lisans almak zorundadırlar. Ayrıca bazı düzenlenmiş anlaşmalarla tüketici kredisi veren diğer mali kurumları bankalar finanse edecekleri zaman onların lisans sahibi olması gerekmektedir.³¹

İngiltere'de uygulamada finansman şirketlerine "Finance House" veya "Secondary Banks" adı verilmektedir. Finans Evleri'nin ana işgal konusu taksitli satışların finansmanıdır. Finans Evleri bir malı büyük bir iskonto ile peşin olarak üretici veya satıcıdan almakta ve bunu tüketiciye taksitle daha yüksek bir fiyatla satmaktadır. Bu amaçla alıcı ile satıcı arasında taksitli satış anlaşması imzalanmaktadır. Bu işlemleri yürütebilmek için finans evleri ticari bankalardan büyük tutarlarda kredi kullanmakta veya kamudan bankalara göre daha yüksek faiz hadleri ile mevduat toplamaktadır. Bu yüzden İngiltere'de finans evlerine "İkincil Banka" (secondary banks) denilmektedir.³²

İngiltere'de 2008 Şubat ayında tüketici kredilerindeki artış 5 yılın en yüksek seviyesinde gerçekleşti. Bununla birlikte İngiltere Merkez Bankası tarafından yapılan açıklamaya göre konut kredilerinin bu artıştan uzak kaldığı gözlemlendi.

30 ABD'de Tüketici Kredileri Yedi Aydır Düşüyor , <http://www.finanstrend.com/haber/38289/>; (15.10.2009), s.1.

31 Yetim,a.g.e., ss.71-72

32 Karadağ,a.g.e.,s.6

Toplam net tüketici kredileri ise 2008 Şubat ayında 9.8 milyar sterlin oldu. Beklentiler ise 8.4 milyar sterlin olacağı yönündeydi.³³

Ekonomik krizin başladığı Ağustos ayından bu yana mortgage kredi onayı en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Özellikle konut finansmanı ve mortgage piyasasında olumlu bir hava estirdi. Ancak Tüketici Kredilerinde rekor seviyede düşüş yaşanmıştır.

İngiltere Merkez Bankası-BOE verilerine bakılacak olursa onaylanan mortgage sayısı Ocak 2009 da 32.000 iken Şubat 2009 da 38.000'e yükselmiştir. Şubat ayında kullanılan mortgage kredisi tutarında ise ocak ayına göre 1.5 milyar Sterlin artış olmuştur. Tüketici Kredileri ise Şubat 2009 da 245 milyon Sterlin düşerek 16 yılın rekor düşüşü gerçekleşmiştir.³⁴

2.1.4 Fransa

Fransa'da kredili satış kavramı 19.yüzyılın ortalarından itibaren oluşmaya başlasa da ilk taksitli satışlar 20.yüzyılın başlarında mağazalarda kredi kartının kullanılması şeklinde olmuştur. Birinci Dünya Savaşı sonunda motor endüstrisinin gelişmesi uzmanlaşmış tüketici finansman şirketlerinin kurulmasına yol açmıştır.³⁵

1919 yılında Lazard Bankası Citroen otomobillerinin satışını kolaylaştırmak için "Seyyar Endüstri Kredisi" kullanırmıştır. Diğer Captive Finansman Şirketleri olarak, 1945 yılında kurulan COFICA (Company for the Financing of Industry, Commerce and Agriculture), 1953 yılında kurulan CETELEM'İ sayabiliriz. Bugün sayısı 410'a ulaşan Association Francaise des Societes Financieres (A.S.F.) üyelerinin yarısı büyük bankalardan oluşurken diğer yarısı sigortacılık ve finanman ile ilgili faaliyet gösteren şirketlerdir.³⁶

33 Tüketici Kredileri, parafinans.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id (09.10.2009), s.3.

34 İngiltere'de Mortgage Kredilerinde Artış Sevindirdi-Konut Kredisi, <http://www.emlak-konut.com/2009/03/31/ingiltere-de-mortgage-kredilerinde-artis-sevindirdi-konut-kredisi/> (10.11.2009), s.1.

35 Şen, a.g.e., s.79-80

36 Şirket Profilil, <http://www.asf-france.fr/asfanglais/indexoui/engsonstatut.htm>, (21.10.2009), s.2.

Fransa’da tüketici kredisi alanında büyük rekabet yaşanmaktadır. Bu şirketler fon ihtiyacını yıllardır bankalar üzerinden sağlamaktadır. Finansman şirketlerinin mevduat toplama yetkileri olmadığı gibi bu şirketler tahvil ve bono ihraç edememektedir.

Fon kaynağı olarak bankalara bonoları iskonto ettirmekte ya da kredi kullanmaktadırlar. Ayrıca finansman şirketleri açmış olduğu krediler karşılığında zorunlu karşılık ayırmakta bu da bu şirketlerin kredi piyasalarında genişlemelerine olanak tanımamaktadır. Tüketiciler buna karşılık kolaylıkla alacağı malla bağlantısı olmadan bankalardan kredi kullanabilmektedir. Bu da finansman şirketlerini yeni pazarlara yönlendirmektedir.

Finansman şirketlerinin bankalarla rekabet edebildiği tek alan Leasingdir. Bu departmanlarca bireylere çok cazip koşullarda operasyonel Leasing, esnek zamanlama ve bakım servisi, sigorta gibi hizmetler sunulmaktadır.

2.1.5 İtalya

İtalya’da kredi işlemlerinin menşei 19.yüzyıl sonlarına dayanmaktadır. Burada dikis makinaları ile piyano-gramafon gibi enstrümanların satışıyla kredili işlemler başlamıştır. Motorlu taşıtların İtalyan halkının yaşamına girmesinden sonra taksitli satışlar 1928’li yıllarda ağırlık kazanmıştır. Tüketici kredileri taksitli satışların artmasından sonra büyük artış göstermiştir.³⁷

İtalya’da finansman şirketleri bankacılık düzenlemelerine tabi tutulmamıştır. Bu nedenle de mevduat toplayamamaktadır. İtalya’da 65 finansman şirketi Associazione Fra Gli Operator Finanziari (ASSOFIN) üyesidir.³⁸

1942’den en önce tüketici ile finansman şirketi arasındaki sözleşmeye ilişkin herhangi bir düzenleme İtalyan mevzuatında yoktu. Şirket kolaylıkla sözleşmeyi fesih edebilmekte, tek taksit ödenmediğinde tüm borcu muaccel edebilmekteydi. 1942 yılında

³⁷ Şen, a.g.e., ss.81-82

³⁸ Kurum Profili, https://assofin.it/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=15&lang=it (02.11.2009), s.1.

yapılan düzenleme ile hem tüketici hem de finansman şirketi koruma altına alınmıştır. Borcun ödenmemesi durumunda finansman şirketi mahkeme emri ile sözleşmeyi fesh edebilmekte, ürüne el koyabilmektedir. Eğer tüketici malın satış bedelinin 1/8'i kadar bir tutar eksik ödemede bulunmuşsa bu sözleşmenin fesih nedeni sayılmaktadır. Motorlu taşıtlar için kullanılan kredide araç üzerine ipotek konulabilir olması finansman şirketi için bir güvence kaynağı olmaktadır. Finansman şirketinin tüketicinin sözleşme şartlarını ihlal etmesi durumunda araca el koyma ve bakiye borcu kat etme hakkı mevcuttur.

Ağırlıklı olarak motorlu taşıtlarda taksitli satışların finansmanı üretici firmanın finansman şirketi tarafından yapılmaktadır. SAVA Fiat Grubunun, COFI ise Alfa Romeo grubunun finansal kuruluşudur. Captive Finansman Şirketlerince Leasing işlemleri endüstri kredilerinin gelişmesinde etken olmuştur. 1987 yılına kadar vergi kanunlarındaki boşluktan dolayı bu şirketler Leasing işlemlerinden büyük karlar elde etmişlerdir. Zira kanunda Leasing süresine dair bir limit konulmamıştır. Fakat 1987 yılında vergi otoritesi koyduğu yeni kuralla varlığın ekonomik ömrünün yarısı kadar bir kiralama süresi tanınması bu şirketler için Leasingin cazibesini azaltmıştır.

2.1.6 Almanya

Almanya'da sabit taksitlerle malların satışı bu yüzyılın başlarında, ticari ve endüstriyel işletmelerin bankalardan sağladıkları kredilerle müşterilerine kredi açmaları şeklinde olmuştur. 1925'li yıllarda bankalar tüketicinin ve şirketlerin finansman ihtiyacını karşılayan uzman kuruluşlar haline gelmişler, şirketlerin bankalardan kredi kullanmaları büyük artış göstermiştir. Fakat ekonominin kötüye gitmeye başlamasıyla bu şirketlerin sermayeleri enflasyon karşısında erimiş, yeterince güvence veremediklerinden de dolayı bankalardan kredi kullanamamışlardır. Dolayısıyla bankalar tüketicilerine kredi açamaz hale gelmişlerdir.

Bütün bu gelişmeler taksitli satışların finansmanı sağlayan kuruluşların özellikle finansman şirketlerinin kurulmasına neden olmuştur. Perakende ticaretçilerin inisiyatifinde kurulan bu şirketler gerekli sermayeyi ticaret yapan firmalardan ve bankalardan temin

etmişlerdir. Bu şirketler tasarruf bankalarının 1952 yılında satın alma kredisi kullandırmaya başlamasına kadar kredi piyasasının %80'lerine hakim olmuşlardır.. Belirli bir malın satın alınmasına bağlı olmayan krediler tüketicilerin büyük ilgisini çekmesiyle finansman şirketlerinin payı %80'lerden %60'lara gerilemiştir. Bu koşullarda finansman şirketleri yeni nakit kredi koşullarını ortaya koymuş, fakat yoğun rekabet bu şirketlerin pazar payının %12'ler seviyesine düşmesine engel olamamıştır. Bugün 57 finansman şirketi Bankenfachverband E.V. üyesidir.

Diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Leasing aktiviteleri finansman şirketlerinin karlı alanlarından. Üretici firmaların Leasing sektöründeki payı %65 düzeyindedir. Bu şirketlerin bankalara göre avantajı kendi araçlarının Leasing oranlarını daha düşük tutmaları, diğer şirketlerin bayileri için bu rakamı yüksek tutmaları ve onların market paylarını düşürmeleridir. Bankalar bu şirketlerle yarışmak için uygun koşullarda Filo Leasing olayını müşterilerine sunmaktadır.

2.1.7 Yurt Dışı Finansman Şirketleri Uygulamaları

Çalışmanın önceki bölümlerinde yurt dışı finansman şirketlerinin mevzuat alt yapısı yakından incelenmişti. Yurt dışındaki finansman şirketlerine örnek olarak Almanya'da faaliyet gösteren Fiat Bank ile Fransa'da faaliyet gösteren Cetelem aşağıda incelenmiştir.

2.1.7.1 Fiat Bank

1929 yılında Almanya'da kurulan Banka, savaş yıllarındaki durgun bir dönemin ardından 1950'li yıllardan itibaren tekrar faaliyete geçmiştir.³⁹

Otomotiv sektöründe tüketici kredisi, leasing, factoring, sigortacılık ve bayi finansmanı işlemleri yapmaktadır.

1997 yılında 120,000 tüketiciye yaklaşık ve 250 bayiye finansman hizmeti sunan banka, 0 km. Fiat, Alfa Romeo ve Lancia marka taşıtları, ticari araç ve traktörleri, ve anlaşmalı bayileri aracılığı ile 10 yaşına kadar 2. el otomobilleri kredilendirmektedir.

Bayi finansmanı, distribütörlerden alınan araç sevkiyat rakamları dikkate alınarak yapılmakta ve Fiat Bank yöneticileri bayi finansmanını en karlı iş alanları olarak görmektedir.

Belirtilen markalarda tüm satışların % 53'ü, kredilendirilebilecek potansiyelin ise % 67'si Fiat Bank tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bankanın organizasyon yapısı takımlar şeklindedir. Otomotiv grubu bayilerin coğrafi dağılımlarına uygun 5 bölgeye ayrılmıştır. Her bölgenin kendi operasyon, ve izleme takımları mevcuttur. Kredi ile ilgili her türlü işlem bu takımlar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bankanın teknoloji alt yapısı oldukça gelişmiş durumdadır. Bayilerin % 95'i online sistemde Fiat Bank'a bağlıdır. Söz konusu bayilerin tüm yatırım ihtiyacı Fiat Bank tarafından karşılanmaktadır.

Şirketin sistemde ekran geri dönüş süresi ile ilgili kalite hedefi 1 Sn., mevcut durumda yakalamış oldukları performans ise 0.96 sn.dir.

Günlük işlemler çalışanlara bağlı olmaktan çok sistem tarafından yönetilmekte, diğer bir deyişle, sistem kullanıcıyı ne yapması gerektiği konusunda sürekli yönlendirmektedir.⁴⁰

2.1.7.2 Cetelem

Cetelem firması sadece Fransa'da 2.600 çalışanı 170 ofisi faaliyet göstermekte olup Avrupa'nın diğer ülkelerinde de (20'ye yakın ülke) (İtalya, İspanya, Belçika,

40 Herr Günter Denz, Business Value with CA''Fiat Bank'',2006,s:1

Portekiz, Türkiye) tüketici Kredisi konusunda hizmet vermektedir. Tüketim malları ve motorlu araç finansmanını, satış noktaları ve doğrudan pazarlama kanalları ile sağlamaktadır.⁴¹

Yaklaşık 45 yıldır faaliyetini sürdürmekte olan şirkette işlemlerin tümü bilgisayar desteği ile yürütülmektedir. Şirketin ana birimlerini şu başlıklar altında incelemek mümkündür.

Tahsilât Gurubu,

Voice Authorization Merkezi,

Bölge Müdürlüğü,

Satış Noktası,

Bilgi İşlem Merkezi,

Cofica (Motorlu Araç Kredileri Şirketi)

Ses yetkilendirme merkezi; Telefon ile gelen provizyon isteklerinin bilgisayar sistemine girildiği ve alınan onay kodunun bildirildiği merkezde genelde öğrenciler çalışmaktadır. Bir ışıklı pano yardımı ile kaç kişinin görevde olduğu, kaç telefonun o anda cevaplandığını, hatta bekleyenlerin sayısını, kaç kişinin vazgeçip telefonu kapattığını ve ortalama kaç kez çalmada cevap verilebildiğini izlemek mümkündür.

Bölge müdürlükleri kendi içinde pazarlama ve operasyon olarak iki alt bölümden oluşmaktadır. Operasyon satış noktalarından gelen sözleşmelerin doğruluğunu kontrol etmekte, satış noktaları ile konuşarak yardıma ihtiyaçları olup olmadığını belirlemekte gerekirse eğitimli öğrencileri bu mağazalara göndererek satışı artırmaya çalışmaktadır.

41 Karadağ, a.g.e., s.10

Cetelem'in bir alt şirketi olan Cofica motorlu araç kredisi vermektedir. Bilgisayar sistemini Cetelem ile ortak kullanmakta ancak, satış noktalarında farklı uygulamalar kullanılabilmektedir.

2.1.7.3 AmeriCredit

1992'de kurulan AmeriCredit, Texas'da lider araç finansman şirketidir. 13 kredi merkezi olup, 4,600'den fazla otomobil bayisi ile çalışmaktadır. AmeriCredit' in yaklaşık 1 milyon müşterisi olup, 12 milyar \$' lık kredi açmıştır.

AmeriCredit tüketicilerin kredi başvurularını bayileri aracılığı ile değerlendirmektedir. Başvuruyu yapan tüketicinin kredi geçmişi incelenerek başvuru değerlendirilir. Değerlendirmede tüketicinin geliri de göz önünde bulundurulur.⁴²

2.1.7.4 Ikano

Ikano şirketinin sahibi Kamprad Ailesi'dir. Gayrimenkul, Finansman, Perakende Yönetimi, Portföy Yönetimi, Sigorta alanlarında faaliyet göstermektedir. 1989 yılına kadar finansman şirketi olan IKANO, 1995 yılında banka haline gelmiştir. İş alanları Bankacılık ve ortak kart işlemleridir. Ikano anlaşmalı olduğu kurumlara özel tüketici kredi kartı hizmeti vermektedir. Sektördeki en hızlı başvuru sistemine sahiptirler. Başvurular ağırlıklı olarak internetten yapılmaktadır. Üye şirketlerinin başında IKEA, Shell, Wolkswagen, Audi ve Skoda gelmektedir.⁴³

2.1.7.5 Ford Credit

Ford Credit dünyadaki en büyük otomotiv finansman şirketlerinden biridir. Ford Motor Company'nin sahibi olduğu Ford Credit 1959 yılından beri Ford, Lincoln ve Mercury araçları için tüketici finansmanı hizmeti vermektedir. Ford Credit'in tüketicilere kullandırdığı krediler üç ana başlıkta toplanabilir. Tüketici kredileri, bayilere otomobil

42 Tanıtım Sunumu,"**Americredit**",n.d.

43 Şirket Profili, <http://www.ikanogroup.com/the-group.html> (02.11.2010), s.1.

stoğu yapabilmeleri için kullandırılan krediler ve bayilere faaliyetleri için kullandırılan krediler bu üç başlığı oluşturmaktadır.⁴⁴

2.1.8 Türkiye'de Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketleri

2.1.8.1 Tüketici Kredileri

Günümüzde tüketici kredileri ile kredi kartları ve diğer modern ödeme yöntemleri, gelişmiş batı ülkeleri ekonomilerinin vazgeçilmez unsurlarıdır. Ülkemizde de tüketici kredileri ve kredi kartları uygulamaları önemli bir noktaya ulaşmıştır. Ayrıca gelişme trendi hızla devam edeceğe benzemektedir.⁴⁵

Mevcut yasal hükümler, büyük ölçüde geleneksel ödeme sistemlerine uygulanabilir özellik taşımasına karşın, modern ödeme sistemlerinin çıkışı, hızlı gelişimi ve genel kabul görerek yaygınlaşması yeni ve münhasır düzenlemeler yapma ihtiyacını beraberinde getirmektedir.

Ülkemizde tüketici kredilerine ilişkin düzenlemeler oldukça yetersizdir. 1211 sayılı T.C. Merkez Bankası Kanunu'nun 40/2-d maddesinde 'Banka taksitli satışların tabi olacağı esas ve şartları tespit edebilir. Hükmü dışında herhangi bir düzenleme, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dan önce yoktu. T.C. Merkez Bankasının konuya ilişkin tebliğleride yürürlükten kaldırılmıştır. Daha sonra 23-02-1995 tarihli 4077 sayılı Kanun çıkarılmıştır. Bankalar tüketici kredisi verirken aynı kredi kartlarında olduğu gibi dahili mevzuatları kapsamında uygulama yapma yolunu tercih etmekte ve ilgili olduğu ölçüde örneğin Bankalar Kanunu, Türk Ticaret Kanunun hükümlerini göz önünde bulundurmaktaydı.⁴⁶

03-08-1990 Tarih ve 923 sayılı tebliğin iptaline istinaden 25 Eylül 1996 Tarih ve 998 sayılı tebliğ yürürlüğe kondu. Bu tebliğ ile birlikte Bankaların, Tüketici Kredileri

44 Şirket Profili, <http://www.fordercredit.com/> (02.11.2010), s.1.

45 Alpergin Pelin, "Bireysel Bankacılık", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara, 1990, s.77

46 Yetim,a.g.e., s.75

Uygulamaları Türkiye Bankalar Birliği'nin, 3182 sayılı Bankalar Kanunu'nun 58. maddesi uyarınca saptadığı bu düzenlemede belirlenen ilkelere ve koşullara aykırı olamaz.

Tüketicinin Bilgilendirilmesi: Bankalar, tüketicinin aydınlatılması ve eğitilmesi amacıyla kredi talep eden müşterilerini ekte belirtilen konularda konularda, broşür, bilgi formu, başvuru formu, sözleşme aracılığı ve karşılıklı görüşmelerle açıkça bilgilendirir.

Uygulanan faiz oranları, Faiz hesaplama yöntemi, Vergi ve diğer masraflar, Kredinin aylık ve yıllık maliyeti, Geri ödeme koşulları, Temerrüt hali ve hukuki sonuçları, Faiz oranı değişikliği ve esasları, Hesabın vadeden önce kapatılabilmesi ve koşulları, Kredi kullanımına kısıtlama getirilmesi halinde kısıtlamanın sınırları, Kullanım amacına göre azami kredi miktarı.

Müşterinin talebi halinde Banka ile Müşteri arasında imzalanan Kredi Sözleşmesi veya müşterinin imzaladığı taahhütnamenin bir fotokopisi müşteriye verilir.

Sözleşme veya Taahhütnamede aşağıdaki hususların bulunması gerekir:

Uygulamaya ilişkin tanımlar, Kredi limiti, Faiz oranı, Gecikme faizi oranı, Vade, Vergi ve diğer masraflar, Faiz oranı değişikliği ve esasları, Valör uygulaması, Madde 4'de belirtilen ödeme planı hakkında açıklama, Banka ve Müşterinin karşılıklı hak, yetki ve sorumlulukları, Temerrüt hali ve hukuki sonuçları, Bankanın uygun göreceği kuruluş ve mercilere hakkında bilgi verilebilmesini teminen müşteri muvafakati.

Kredi talebinin kabul edilmesiyle birlikte müşteriye ödeme planı verilir. Ödeme planında, her dönem ödenmesi gereken anapara, faiz, fon ve vergi belirtilir. Faiz oranı değişikliğinde yeni ödeme planı, değişikliğin ilan tarihini takip eden ilk taksit döneminden geçerlidir.

Ülkemizde tüketici kredileri, benzeri ilk uygulama T.C. Ziraat Bankası'nın 1950'li yıllarda 'Marshall Planı' çerçevesinde başlatarak daha sonra kendi kaynaklarından finanse ettiği Donatma ve Teçhiz' kredileridir. Bu yolla nihai kullanıcı olarak çiftçilere önemli

sayıda traktör, biçer döğer ve diğer tarım araçları kredileri açılarak, halen uygulanan tüketici kredileri yönteminin hemen hemen aynısı uygulanmak suretiyle Ülkemiz tarımsal üretim, teknoloji ve sanayiine çok büyük katkılar sağlanmıştır.

Bugünkü anlamda yaygın tüketici kredisi uygulaması ise 1988 yılından itibaren bankalarca uygulanmaya başlanmıştır. Bunun dışında bugüne kadar, üretici, dağıtım firmaları ve bayiler sayesinde dayanıklı tüketim ürünleri ve otomotiv satışları kredilendirilmiştir.

Yapılan bir araştırmaya göre tüketici kredileri; otomotiv sektöründe satışları %88, Dayanıklı Tüketim Ürünlerinde %47 oranında artırmaktadır.⁴⁷

Ancak bankacılık sektöründe kullanılan tüketici kredileri hacmi bilinmekle beraber, üretici, dağıtıcı, firmalar ve bayilerce kullanılan tüketici kredilerinin hacmi tam olarak bilinmemektedir. Bu krediler her ne kadar tüketici kredileri olarak adlandırılmamakla birlikte, üretici, dağıtım/pazarlama şirketi ve bayiler sayesinde, ‘taksitli satış’, ‘kampanyalı satış’ adı altında gerçekleştirilmektedir. Kredilerin finansmanı için üretici veya dağıtım firmaları fonları yanında bayiler seviyesinde, ilave olarak bayilerin fonlarından sağlanmaktadır.

Tablo 1

**Bankaların Kullandırdıkları Tüketici Kredi Tutarları ve İdari Takip Kanuni
Takip Durumları**

Tüketici Kredileri, Milyon YTL						
Dönem	Miktar	Kişi Sayısı, (Adet)	İdari Takip	Kanuni Takip.	İT%	KT%
2005	32,218	7.052.524	13	112	0.04%	0.35%
2006	41,604	4.978.965	4	281	0.01%	0.68%
2007	49,853	5.337.247	12	985	0.02%	1.98%
2008	55,246	5.838.184	28	1892	0.05%	3.43%
2009- Haziran	26,411	2.940.484	25	1554	0.10%	5.93%

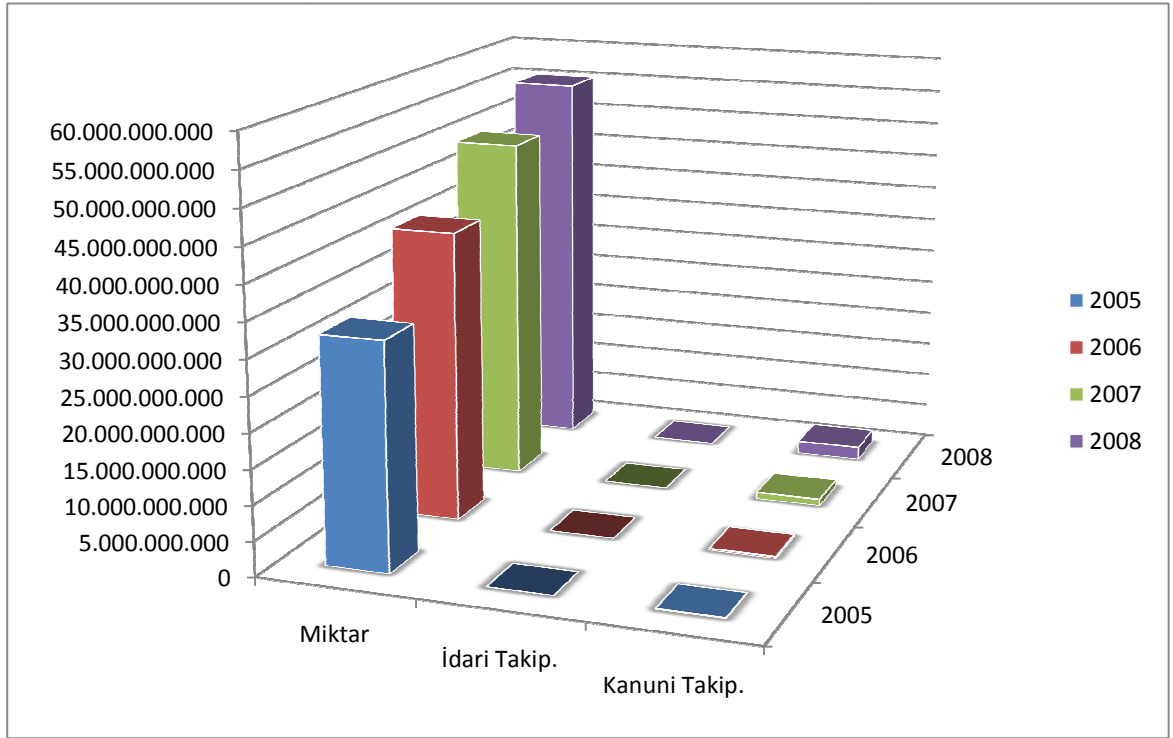
Kaynak: BDDK, Tüketici Kredileri Raporu- Haziran 2009, s:2

Tablo 2

**Bankaların Kullandırdıkları Tüketici Kredilerinin Dağılımı
(Tutar-Kişi Sayısı)**

Kullandırılan Miktar, Milyon YTL							Kişi Sayısı					
Dönem	Taşıt	Taşıt %	Konut	İhtiyaç	Diğer	Toplam	Taşıt	Taşıt %	Konut	İhtiyaç	Diğer	Toplam
2005	5,310	16%	11,636	15,233	39	32,218	285,665	4.10%	242,582	6,519,520	4,757	7,052,524
2006	5,373	13%	15,604	19,975	652	41,604	268,803	5.40%	268,274	4,075,574	366,314	4,978,965
2007	5,178	10%	15,535	27,538	1,603	49,853	195,241	3.70%	240,799	4,691,232	209,975	5,337,247
2008	5,029	9%	15,360	31,938	2,919	55,246	168,314	2.90%	237,283	5,026,694	405,893	5,838,184
2009	1,251	8%	3,972	10,157	31	26,411	42,828	2.60%	64,633	1,532,453	1,154	2,940,484

Kaynak: BDDK, Tüketici Kredileri Raporu- Haziran 2009, s:2



Grafik 1: Bankaların Kullandırdıkları Tüketici Kredi Tutarları ve İdari Takip Kanuni Takip Durumları

Kaynak: BDDK, Tüketici Kredileri Raporu- Haziran 2009, s:2 (Verilerinden derlenmiştir)

2.1.8.2 Finansman Şirketleri

Yapılan araştırmalara göre dayanıklı tüketim ürünleri sektöründe satışların % 85'inin taksitli/kampanyalı satışlarla gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Otomotiv satışlarının önemli bir kısmı banka kredileri ile gerçekleştirilmekle birlikte, bu sektörde de önemli bir hacimde üretici, dağıtıcı firma ve bayi kredilerinin varlığı anlaşılmaktadır. Buradan dayanıklı tüketim ve otomotiv sektörlerinde çok önemli boyutlarda kredi yoluyla finansmanın bulunduğu ortaya çıkmaktadır.⁴⁸

Üretici, dağıtıcı ve bayi kredilerinin mevcut uygulamada, taksitli satış ve kampanyalı satış altında gerçekleştirilmesinde, malın fiyatına vade farkı da eklenerek satış faturası düzenlenmekte veya peşin fiyatına vadeli fiyat ilan edilerek nakit alımlarda nakit indirimi yapılmaktadır. Özellikle dayanıklı tüketim ürünleri sektöründe çok yaygın olan uygulama ise; peşin fiyatın içerisinde belli bir oranda vade farkı ekleyerek satış fiyatı bulunması, buna nispeten piyasanın altındaki faiz oranıyla vade farkı uygulayarak taksitli satış yapılmasıdır. Bu yöntemle, görünüşteki düşük faiz oranı ile satışlar teşvik edilmektedir.

Ayrıca, bankalardan kredi kullanamayan, çeşitli nedenlerle bankalardan çekinen düşük gelirli tüketiciler, bir ihtisas kurumunun güvencesi altında bayiler seviyesinde kredi kullanabileceklerdir. Bununla birlikte, bu sistem ile bayilik sistemi de kendisine çeki düzen verecek, vade farkı ve fiyatlama, faturalama konusunda çok farklı uygulamalar bulunan sektörde kayıt dışı işlemler ve vergi kaçakları da önlenecektir.

Ülkemizde, literatürdeki tanıma uygun finansman şirketi kurulmasına yönelik çalışmalar 1990'lı yıllarda başlamasına rağmen konu ile ilgili yasal düzenlemeler ancak 1994 yılında uygulamaya geçirilebilmiştir. Yasal düzenlemelerin yapılmasını takiben 1995 yılında Koç Grubu tarafından İlk tüketici finansman şirketi olan Koç Tüketici Finansmanı A.Ş. kurulmuştur. Günümüzde Türkiye'deki tüketici finansman şirketlerinin sayısı 10'a ulaşmıştır. BDDK'na kayıtlı tüketici finansman şirketleri aşağıda listelenmiştir:

- Assan Tüketici Finansmanı A.Ş.
- Dd Konut Finansman A.Ş.
- İstanbul Mortgage Finansman A.Ş.
- Koç Fiat Kredi Tüketici Finansmanı A.Ş.
- Koç Tüketici Finansmanı A.Ş.
- Man Financial Services Tüketici Finansmanı A.Ş.

- Mercedes Benz Finansman Türk A.Ş.
- Scania Tüketici Finansmanı A.Ş.
- Teb Tüketici Finansman A.Ş.
- Volkswagen Doğu Tüketici Finansmanı A.Ş.

Tablo 3

Tüketici Finansman Şirketleri Hakkında Genel Bilgiler (2008-TL.)

ŞİRKETİN ADI	SERMAYE	TOPLAM AKTİFLER	PAZAR PAYI%
VDF	7.000.000	1.331.500.683	28
Koçfinans	100.000.000	999.153.572	21
Mercedes-Benz	19.550.000	932.628.000	20
Koç-Fiat	30.000.000	495.407.030	10
Scania	21.000.000	440.716.730	9
TEB Cetelem	36.625.996	236.353.063	5
Man	6.000.000	223.450.000	5
DDM	54.400.000	116.397.099	2
TOPLAM	274.575.996	4.775.606.177	100

Kaynak: TUFİDER, Tüketici Finansmanı Şirketleri Hakkında Genel Bilgi İçerir Tablo, 2008,S:1

2.1.8.3 Finansman Şirketlerine İlişkin Yasal Esaslar

Türkiye’de ilk defa finansman şirketlerinin kuruluşu ve çalışmasına ilişkin yasal düzenlemeler, 27 Haziran 1994 tarih ve 21973 sayılı mükerrer Resmi Gazetede yayımlanan 545 sayılı K.H.K. ile 30/09/1983 tarih ve 90 sayılı Ödünç Para Verme İşleri Hakkında K.H.K.’nin bazı maddelerinin değiştirilmesiyle yapılmıştır. Söz konusu K.H.K. Hazine Müsteşarlığı’na finansman şirketleri ile ilgili olarak ayrıntılı esasları belirlemek üzere yönetmelik çıkarma yetkisi vermiştir.

Hazine Müsteşarlığı 545 sayılı K.H.K. ile kendisine verilen yetkiyi kullanarak 26/07/1994 tarih ve 22002 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Finansman Şirketlerinin Kuruluş ve Çalışma Esasları Hakkında Yönetmeliği” çıkarmıştır.

Ödünç Para Verme İşleri Hakkında 30/9/1983 tarih ve 90 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 545 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile değişik 13.maddesi hükümleri çerçevesinde, devamlı ve mutata iştiğal konusu olarak her türlü mal ve hizmet alımını kredilendirmek üzere ödünç para veren finansman şirketlerinin kuruluş ve çalışma esas ve kurallarını belirlemek bu yönetmeliğin amacı olarak ifade edilmiştir.

Ayrıca bu yönetmelik hükümleri, taksitli satış, basım ve yayım yoluyla kapsamlı ve kapıdan satışlar ile bu satışları yapan gerçek ve tüzel kişilere uygulanmayacağı aynı madde kapsamında yer almıştır.

10.10.2006 tarihli Resmi Gazete de BDDK tarafından yayınlanan “Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Esasları Hakkında Yönetmelik” ile finansman şirketlerinin

- a) Kuruluş ve faaliyet izinlerine,
- b) Ana sözleşme değişiklikleri ve hisse devirlerine,
- c) Yöneticilerine,
- ç) Düzenleyecekleri sözleşmelere,
- d) İşlem sınırlarına,
- e) Faaliyet izinlerinin iptaline,
- f) Birleşme, devir, bölünme ve tasfiyelerine,
- g) Muhasebe, raporlama ve denetimlerine ilişkin esas ve usulleri yeniden düzenlemiştir.

2.1.8.3.1 Finansman Şirketlerinin Kuruluşu

Yönetmeliğe göre; finansman şirketi kurucuları, kuruluş için gerekli bilgi ve belgelerle birlikte, ön izin almak üzere Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'na başvuruda bulunurlar.

Müracaatları BDDK tarafından uygun görülenlere ön izin verilir.

BDDK'nın finansman şirketlerinin kuruluşuna izin verilebilmesi için şu şartlar gereklidir:

- a) Anonim şirket şeklinde kurulması,
- b) Ödenmiş sermayelerinin faktoring ve finansman şirketleri için beş milyon Yeni Türk Lirasından, finansal kiralama şirketleri için 3226 sayılı Finansal Kiralama Kanununun 11 inci maddesinde belirtildiğine göre bir milyar Türk Lirasından az olamaz. Yabancı kiralayan şirketlerin Türkiye'de şube açmalarında ise ödenmiş sermayeleri asgari iki milyon Amerika Birleşik Devletleri Doları karşılığı Türk Lirasıdır.
- c) Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı ve nakit karşılığı çıkarılması,
- ç) Ticaret unvanında "Finansal Kiralama Şirketi", "Faktoring Şirketi" veya "Finansman Şirketi" ibaresinin bulunması,
- d) Ana sözleşmelerinin ilgili mevzuat hükümlerine uygun olması,
- e) Sermayelerinin % 10 ve daha fazlasına sahip ortaklarının;

35 sayılı K.H.K. ile ek ve değişiklikleri uyarınca haklarında tasfiye kararı alınmamış olması Müflis veya konkordato talep etmiş olmamaları,

Ağır hapis veya 5 yıldan fazla hapis yahut zimmet, ihtilas, irtikap, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, inancı kötüye kullanma, dolaylı iflas gibi yüz kızartıcı suçlardan

mahkumiyetlerinin bulunmaması ve vergi kaçakçılığı veya vergi kaçakçılığına teşebbüs suçlarından dolayı hüküm giymemiş olmaları,

f) Kurucularının tüzel kişi olması hâlinde Kurumun etkin denetimini engellemeyecek şeffaf ve açık bir ortaklık yapısının olması şarttır.

Finansman şirketleri, kuruluşlarının Ticaret Siciline tescili tarihinden itibaren en geç 180 gün içinde faaliyet izni almak için BDDK'ya başvururlar. BDDK tarafından faaliyette bulunmaları uygun görülenlere, “Faaliyet İzin Belgesi” verilir. Finansman şirketince verilen izne uygun olarak belge tarihini izleyen 1 yıl içinde faaliyete geçilmemesi veya faaliyete sürekli olarak 1 yıl veya daha fazla ara verilmesi halinde BDDK tarafından verilen faaliyet izin belgeleri iptal edilir.

Yönetmelikte yasaklanan faaliyetlerde bulunan, adres değişikliğini süresi içerisinde BDDK'ya bildirmeyen ve yapılan yasal tebligata rağmen adresinde bulunamayan, faaliyetlerine kesintisiz bir yıl süre ile ara veren veya bir yıl içerisinde yönetmelik hükümlerine aykırı fiil veya işlemleri iki defadan fazla gerçekleştiren şirketlerin faaliyet izni BDDK tarafından iptal edilir.

2.1.8.3.2 Finansman Şirketlerinin Şube Açmaları

Şirketlerin yurtiçinde şube ve temsilcilik açmaları BDDK'nın iznine tabidir. Şube veya temsilcilik açmak üzere Kuruma başvuracak şirketlerin yönetmelikte yer alan işlem sınırlarına uyumlu olarak faaliyet göstermeleri ve her bir şube veya temsilcilik için bir milyon Yeni Türk Lirası tutarında ödenmiş sermayeye sahip olmaları gerekir. Kuruma yapılacak başvurulara şube veya temsilcilik açılışına ilişkin Yönetim Kurulu kararı ve şube veya temsilcilik açılma nedenlerini ayrıntılı olarak açıklayan fizibilite raporunun eklenmesi zorunludur. Yapılacak değerlendirme sonucunda Kurumca uygun görülmesi halinde şirketlere şube veya temsilcilik açma izni verilir.

Şubeler ve temsilcilikler Kurumdan izin aldıktan sonra doksan gün içerisinde Ticaret Siciline tescil ve ilan ettirilerek faaliyete geçerler. Bu süre içerisinde faaliyete

geçilmemesi halinde şube veya temsilcilik açılış izni geçersiz olur. Kurumca şubelere ayrıca "Şube İzin Belgesi" verilir. Bu belge herkesin görebileceği şekilde şubelerde asılı bulundurulur.

2.1.8.3.3 Finansman Şirketlerinin Çalışma Esasları

Finansman şirketleri;

- Ana faaliyetleri dışında başka işle iştigal edemezler,
- Teminat mektubu veremezler,
- Mevduat veya her ne ad altında olursa olsun bir ivaz karşılığı para toplayamazlar. Sermaye Piyasası Kanunu'na göre menkul kıymet ihracı ile mali piyasalardan ödünç para alınması bu hükmün dışındadır.

Bu yönetmelikte belirtilen şartları yerine getirerek "Finansman Şirketi Faaliyet İzin Belgesi" almış finansman şirketlerinin başlıca işlevi, devamlı ve mutlak meslek halinde her türlü tüketim malı ve hizmet alımını kredilendirmek suretiyle, tüketicinin finansmanını sağlamaktır.

Finansman şirketleri, kredilendirecekleri mal ve hizmetleri temin eden satıcılarla önceden genel bir sözleşme yaparlar. Finansman şirketlerince açılan krediler, genel sözleşmedeki esaslara göre tüketicinin nam ve hesabına mal veya hizmetin teslim ve temini ile birlikte, doğrudan satıcıya ödenir. Ancak kredi geri ödemeleri adına kredi açılanlar tarafından finansman şirketlerine yapılır.

Bu Yönetmelik hükümlerine göre kendilerine faaliyet izni verilen finansman şirketlerinin; tüketicilerle kredi işlemleri, mal üreten ya da hizmet arz eden satıcılarla finansman ilişkisi, taraflar arasında yapılacak yazılı sözleşmelere dayandırılmalıdır.

Finansman şirketleri, BDDK tarafından talep edilen her türlü bilgi ve belgeyi Kuruma tevdi etmek zorundadırlar. Şekil ve kapsamı BDDK tarafından belirlenecek istatistiki tabloları istenilen sürelerde BDDK'ya gönderirler.

Finansman şirketlerinin faaliyetleri BDDK'nın yerinde denetim yapmaya yetkili meslek personeli tarafından denetlenir. Bu şirketler, denetim elemanlarınca istenecek her türlü bilgiyi vermek, defter ve belgelerini ibraz etmek ve incelemeye hazır tutmak zorundadırlar. Ayrıca şirketin mali tablo ve raporları bağımsız denetleme kuruluşlarına denetlettirilir, denetleme raporunun bir örneği BDDK'ya gönderilir.

Ayrıca, 5549 Sayılı Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun ve 09.01.2008 tarih ve 26751sayılı R.G.'de yayımlanan Suç Gelirlerinin Aklanmasının ve Terörün Finansmanının Önlenmesine Dair Tedbirler Hakkında Yönetmelik gereğince, finansman ve faktoring şirketleri; kendileri nezdinde yapılan veya aracılık ettikleri işlemlerde işlem yapılmadan önce, işlem yapanlar ile nam veya hesaplarına işlem yapılanların kimliklerini tespit etmek zorundadır.

Finansman ve faktoring şirketlerinin tüketicilerden tutar gözetmeksizin talep edeceği;

-Türk uyruklular için **“T.C. nüfus cüzdanı, T.C. sürücü belgesi veya pasaport”** ,

-Türk uyruklu olmayanlar için **“pasaport veya ikamet belgesi”** aslını veya noter onaylı suretini ibraz etme zorunluluğu bulunmaktadır.

2.1.9 Türkiye’de Finansman Şirketleri Uygulamaları

Ülkemizde 1995 yılında kurulmaya başlayan tüketici finansman şirketlerinden 10 tanesi günümüzde faaliyet göstermektedir. Kanunların ve yönetmeliklerin düzenlenmesiyle tüketici finansman şirketleri tüketici kredisi vermede bankalarla yarışabilir duruma gelmişlerdir.

Tüketici Finansman Şirketleri Tüketiciyi Koruma Kanunları'na tabi oldukları için, sözleşmede tüketici aleyhine hiçbir değişiklik yapılamaz. İster tüzel kişi, ister gerçek kişi

olsun kredi sözleşmesi üzerinde yazılı olan şartlar kredi sözleşmesinin bitimine kadar sabit kalır.⁴⁹

Tüketici Finansman Şirketleri TUFİDER adında Tüketici Finansman Şirketleri Derneğini kurarak bankalar ile rekabet edebilecek ve finans piyasalarında söz sahibi olabilmeleri yolunda önemli bir adım atmışlardır. Söz konusu şirketler arasında yer alan ve ilk tüketici finansman şirketi olan Koç Tüketici Finansmanı A.Ş. uygulamaları diğer firmaların örgütlenmelerinde öncülük ettiğinden ve ürün çeşitliliği nedeni ile çalışmanın bu kısmında ağırlıklı olarak Koç Finans faaliyetleri incelenmiştir.

Türkiye’de faaliyette bulunan tüketici finansman şirketlerinin kullandığı krediler veriliş amacına göre üç grup altında toplanabilir:

1) Otomotiv Kredileri: Faaliyet gösteren finansman kurumlarının başlıca faaliyet konusu otomotiv kredileridir. Bu nedenle finansman şirketleri tarafından kullanılan tüketici kredilerinin büyük bölümünü oluşturmaktadırlar.

Finansman şirketleri otomotiv bayileri aracılığı ile tüketiciye ulaşmaktadırlar. Otomobil satın almak isteyen tüketici otomotiv bayii aracılığı ile kredi başvurusunda bulunmaktadır.

2) Konut Kredisi (Mortgage): 5582 Sayılı Konut Finansmanı Kanunu’na göre konut finansmanı kuruluşları; Konut finansmanı amacıyla doğrudan tüketiciye kredi kullandıran ya da finansal kiralama yapan bankalar ile BDDK tarafından konut finansmanı faaliyetinde bulunması uygun görülen finansal kiralama şirketleri ve finansman şirketleridir.

Konut kredilerinin kapsamı:

1. Konut edinmeleri amacıyla tüketicilere kredi kullandırılması

2. Konutların finansal kiralama yoluyla tüketicilere kiralanması
3. Mevcut kredilerin yeniden finansmanı
4. Sahip olunan konutun ipotek edilmesi yoluyla kredi kullanılması
5. Konut inşaatı aşamasında kredi kullanılması

Tüketici tarafından konut kredisi kullanılarak satın alınan gayrimenkul krediyi kullandıran tüketici finansman şirketi tarafından ipotek altına alınabilir. Tüketicinin kredi borcunu ödememesi sonucunda finansman şirketi ipotekli menkule el koyabilir veya tüketicinin diğer malları için haciz yoluna gidebilir.

3) Diğer Krediler: Finansman şirketlerinin otomotiv ve mortgage kredileri dışında verdikleri diğer kredilerdir. Özellikle dayanıklı tüketim ürünleri, mobilya, eğitim gibi ürünler için tüketiciye imkân sağlayan kredilerdir.

2.1.9.1 Tüketici Finansmanı Şirketleri Derneği

Sektörün hızla gelişim göstermesi ile tüketici finansmanı şirketleri, sektörün sorunlarının çözülmesinde ortak hareket etmek amacıyla 1998 yılının ikinci yarısında biraraya gelmişler ve Tüketici Finansmanı Şirketleri Derneği'nin kuruluş çalışmalarını başlatmışlardır. Dernek, finansman şirketleri arasındaki mesleki dayanışmayı güçlendirmek ve bu mesleğin gerektirdiği düzen ve disiplin içerisinde, ekonominin ihtiyaçlarına uygun olarak çalışmalarını sağlamak ana amacıyla 1999 yılı sonunda kurulmuştur. Bu amaç çerçevesinde dernek, finansman şirketleri tarafından yürütülen tüm işlerde, tüketici haklarına saygıyı, yasal düzenlemelere ve dernek tarafından oluşturulacak etik değerlere bağlılığı temin etmek için çalışacaktır. Derneğe halen üye 8 şirket bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda şirketlerin faaliyet alanları bulunmaktadır.

Tablo 4

Tüketici Finansman Şirketlerinin Faaliyet Alanları

Firma Adı	Otomotiv	Mortgage	Diğer (*)
Dd Konut Finansman A.Ş.		✓	
İstanbul Mortgage Finansman A.Ş.		✓	
Koç Fiat Kredi Tüketici Finansmanı A.Ş.	✓		
Koç Tüketici Finansmanı A.Ş.	✓	✓	✓
Man Financial Services Tüketici Finansmanı A.Ş.	✓		
Mercedes Benz Finansman Türk A.Ş.	✓		
Scania Tüketici Finansmanı A.Ş.	✓		
Teb Tüketici Finansman A.Ş.	✓	✓	✓
Volkswagen Doğuş Tüketici Finansmanı A.Ş.	✓		

Kaynak: İlgili şirketlerin internet sitelerinden derlenmiştir.

(*) Dayanıklı tüketim ürünleri (beyaz eşya, mobilya vb), eğitim, sigorta gibi bu kapsamda verilebilecek tüm ürünleri kapsamaktadır.

Tüketici Finansmanı Şirketleri Derneği'ne üye sekiz firmanın 2008 yılında verdikleri kredi miktarı bir önceki yıla göre %2 düşüşle 2,966 milyar liradan 2,903 milyar liraya gerilemiştir. Bu krediler içinde en fazla payı yüzde 84,6 ile otomotiv kredileri aldı. 2007 yılında 2,731 milyar lira olan otomotiv kredileri miktarı 2008'de %2,3'lük düşüşle 2,668 milyar lira oldu. 2008 yılında sektöre dâhil olan konut kredileri toplam krediler içinde %0,9 luk payla 26,27 milyon liralık rakama ulaşmıştır. Diğer krediler toplamı % 11'lik düşüşle 234,9 milyar liradan 208,7 milyar liraya gerilemiştir.

Verilen kredi sayısında da otomotiv kredisinde bir önceki yıla göre %18 gerileme olmuştur. 2007 yılında 101 bin 193 olan otomotiv kredisi sayısı 2008'de 82 bin 619'a gerilemiştir. 2008 yılında verilen kredilerin 113 adedi konut, 114 bin 797 adedi de diğer alanlarda olmuştur. 2009 yılının verileri 9 ay için açıklanmış olmasına rağmen zaman orantılı değerlendirilirse 2008 yılına göre otomotiv kredileri adedinde artış olduğu

öngörülebilmektedir. Ancak otomotiv kredileri toplam tutarında aynı artış görülmemektedir. Konut kredilerinin tutarında yaklaşık %250 oranında artış gözlemlenirken, diğer krediler tutarında gerileme görülmektedir. 2009 yılı verileri son 3 aylık dönemi içermediğinden veriler yorumlanırken yılın son aylarında kredi taleplerinin arttığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Aşağıda bulunan 2009 yılına ait veriler dernek üyesi şirketleri kapsamaktadır.

Tablo 5
Tüketici Finansman Şirketleri 2009 Yılı Bilgileri

VERİLEN KREDİLER -- ANAPARA				
YIL	OTOMOTİV	KONUT-KART	DİĞER	TOPLAM
2000	371.422	352.543	150.91	874.878
2001	157.029	528.265	58.696	743.989
2002	283.752	27.215	86.288	397.255
2003	714.239	31.168	72.434	817.841
2004	1.370.865		141.45	1.512.318
2005	2.329.138		195.42	2.524.554
2006	2.434.432		249.03	2.683.465
2007	2.731.470		234.96	2.966.428
2008	2.668.226	26.271	208.73	2.903.229
2009-9 Aylık	1.832.334	62.784	41.404	1.936.522

VERİLEN KREDİLER -- ADET				
YIL	OTOMOTİV	KONUT-KART	DİĞER	TOPLAM
2000	64.204	8.198.754	471.01	8.733.966
2001	19.75	10.409.619	158.11	10.587.474
2002	15.781	253.322	148.01	417.114
2003	32.187	70.478	111.84	214.506
2004	66.575		170.07	236.645
2005	108.323		157.82	266.147
2006	95.496		171.91	267.406
2007	101.193		138.34	239.529
2008	82.619	113	114.8	197.529
2009 - 9 Aylık	60.384	481	15.443	76.308

Kaynak: TÜFİDER, Tüketici Finansmanı Şirketleri Hakkında Genel Bilgi İçerir Tablo, 2008,S:1

2.1.10 Türkiye'de Kurulan Tüketici Finansman Şirketleri

Ülkemizde tüketici kredileri, benzeri ilk uygulama, T.C. Ziraat Bankası'nın 1950'li yıllarda "Marshall Planı" çerçevesinde başlatarak daha sonra kendi kaynaklarından finanse ettiği "Donatma ve techiz" kredileridir. Bu yolla nihai kullanıcı olarak çiftçilere önemli sayıda traktör, biçer döğör ve diğer tarım araçları kredileri açılarak, halen uygulanan tüketici kredileri yönteminin hemen hemen aynısı (malın çiftçiye teslimi, bedelin bayiye ödenmesi şeklinde) uygulanmak suretiyle Ülkemiz tarımsal üretim, teknoloji ve sanayiine çok büyük katkılar sağlanmıştır.⁵⁰

Türkiye'de tüketici finansman şirketleri kısa dönemde önemli bir gelişme seyri göstermiş olup adet olarak ve finansal piyasalarda almış oldukları konum itibarıyla bankalar ile rekabet eder konuma gelmiştir.

1990'lı yılların ikinci yarısından sonra yapılan bazı kanunsal altyapı hazırlıklarının ardından ve yabancı sermayenin de bu sektörde faaliyet göstermek amacıyla Türkiye'ye girişinin ardından tüketici finansman şirketleri hızla gelişme göstermiştir. Ancak zaman içerisinde ard arda yaşanan mali krizler ve kanuni altyapı çalışmalarının devamının gelmemesi tüketici finansman şirketlerinin gelişiminin bankaların gerisinde kalmasına neden olmuştur.⁵¹

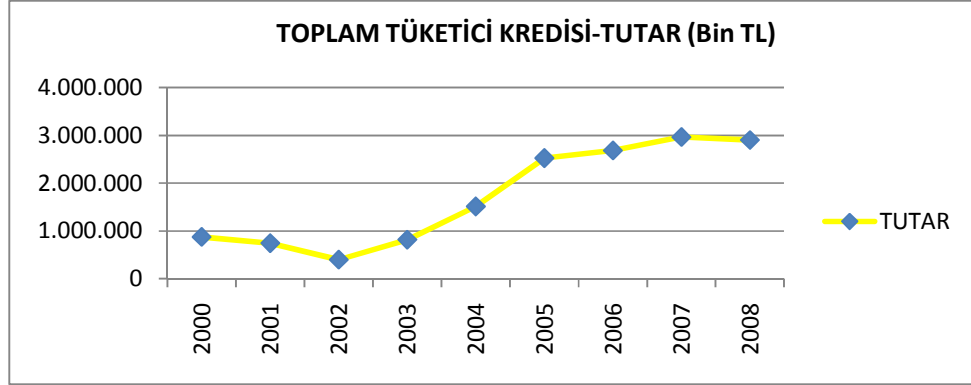
Türkiye'de 2001 yılında yaşanan kriz; üretici firmalara üretimin tamamen durmaması için bir finansman şirketi ile kredili satış husunda anlaşarak faaliyetlerine devam etmenin önemini gösterme fırsatı olmuştur. Böylelikle üretim devam edecek, tüketicilerde taksitli alışveriş imkânları ile tüketim yapmaya devam edeceklerdir.

Günümüzde de 2008 yılında yaşanan Dünya çapındaki mali kriz tüketici kredilerinde tutar olarak daralmaya neden olmuştur. Aşağıdaki grafikten de da anlaşılacağı

50 **Tüketici Kredileri**, <http://www.1bilgi.com/iktisat/4983/tuketici-kredileri.html> (05.11.2009), s.7.

51 Türkiye'deki Tüketici Finansmanı Şirketleri, <http://www.tuketicifinansman.net/2008/06/turkiye-tuketici-finansmani-sirketleri.html> (03.11.2009), s.1.

gibi 2007 yılına kadar tutar bazında artış gösteren tüketici kredileri 2008 yılında üretimdeki durgunluk ve daralma nedeniyle gerileme göstermiştir. 2009 yılı verileri yılın son 3 aylık dönemini içermediği için grafiğin yorumlanmasında yanıltıcı olmaması için seriye eklenmemiştir.

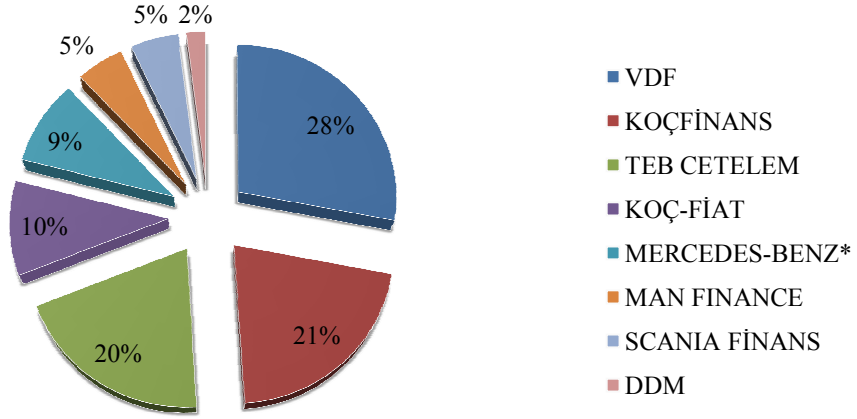


Grafik 2: Yıllara Göre Toplam Tüketici Kredisi

Kaynak: TÜFİDER, Tüketici Finansmanı Şirketleri Hakkında Genel Bilgi İçerir Tablo, 2008,s:1 (verilerinden derlenmiştir)

Bu çalışmada; örnek olarak Koç Tüketici Finansmanı A.Ş., Volkswagen Doğuş Tüketici Finansmanı A.Ş., TEB-Cetelem Tüketici Finansman A.Ş., Mercedes Benz Finansman Türk A.Ş ve Koç Fiat Kredi Tüketici Finansmanı A.Ş. şirketlerine yer verilecektir.

Tüketici Finansman Şir. Pazar Payları



Grafik 3: Tüketici Finansman Şirketleri Pazar Payları

Kaynak: TÜFİDER, Tüketici Finansmanı Şirketleri Hakkında Genel Bilgi İçerir Tablo, 2008,s:1 (derlenmiştir)

2.1.10.1 Koç Tüketici Finansmanı A.Ş.

22.11.1994 tarihinde kuruluş ön izni alınarak, kuruluşu 03.01.1995 tarihinde Ticaret Sicili'ne tescil edilen şirket, T.C. Hazine Müsteşarlığı'ndan 30.03.1995 tarihinde "Finansman Şirketi Faaliyet İzin Belgesi"ni alarak faaliyetlerine fiilen başlamıştır. Her türlü mal ve hizmet alımını kredilendirmek amacıyla kurulan şirket, ilk tüketici kredisini 14.04.1995 tarihinde kullanmış, tüketicilere yaygın kredi kullanılması faaliyetlerine ise 01.08.1995 tarihinde başlamıştır.⁵²

Şirket 3 Ocak 1995'de 1 milyon TL sermaye ile kurulmuş olup, halen ödenmiş sermaye tutarı 100 milyon TL 'dir. Şirket sermayesinin %50'si Koç Holding'e, kalan %50'si ise Grup içi üretim ve dağıtım şirketlerine aittir.

1995 yılı Nisan ayında ilk tüketici kredisini veren Koçfinans, test çalışmalarını ve pilot uygulama hazırlıklarını Mayıs ve Haziran aylarında sürdürmüş, Temmuz ayında yapılanmasına son şeklini vererek 31 Temmuzda Koç Topluluğu'nun üretmiş olduğu dayanıklı tüketim ürünleri ve otomotiv ürünleri için tüketici kredisi pilot uygulaması başlatmıştır.

Koçfinans, 21 Aralık 2008 tarihinde BDDK tarafından verilen izin doğrultusunda; yaklaşık 1 yıldır hazırlıklarını sürdürdüğü konut kredisi faaliyetine başlamış, ürünleri arasına konut kredisini de katarak, Taşıt, DTÜ, Konut olmak üzere 3 sektörde kredi veren ilk ve tek Tüketici Finansmanı Şirketi olmuştur.

Koçfinans 2000 yılına kadar bayi veya distribütör garantörlü krediler açarak önemli bir ciro artışı sağlamış bulunmaktadır. 1999 yılı Haziran ayında garantörlüksüz kredilere Akıllıkart ile başlayan Koçfinans 2000 yılında Değerlendirmeli Garantörlüksüz Sistem ile Bilgisayar piyasasında garantörlüksüz kredi açmaya başlamıştır.

Koçfinans'a ait, Türkiye'nin ilk akıllı "tüketici kredisi kartı " AKILLIKART; 1999 yılı Haziran ayında hizmet vermeye başlamıştır. Ancak ilerleyen yıllarda gerekli alt yapı sağlanamadığı için uygulamaya son verilmiştir.

Şirket, yaşadığı hızlı büyüme ve kurumsallaşma süreci içerisinde hizmet kalitesini daha üst seviyelere taşıma gayretini, 1998 yılı içinde aldığı ISO 9001 belgesiyle ve 2001 yılında ISO 9001:2000 versiyonuna geçişiyle kanıtlamıştır.

En son 2009 Kasım'da, ISO 9001:2001'den 2008 versiyonuna geçiş kapsamında takip tetkiki başarıyla gerçekleştirilmiştir.

Koçfinans ürünleri 2009 yılının ilk 3 ayında 3 ana başlık altında gruplanmaktadır:

- Taşıt kredileri
- Dayanıklı tüketim ve hizmet sektörleri kredileri

- Konut kredileri

Kredi faiz oranlarının tespiti

Finansmanın yapıldığı sektörlerdeki distrübütörler ya da çeşitli gruplamalar bazında sabit ve değişken giderler kümüle ve aylık olarak takip edilerek, farklı sektörlerin müşteri & bayi & distribütör risklerine göre oluşan risk primlerini tespit edilir. Tahsilat trendlerine bakılır ve finansmanı yapılan sektörlerdeki ortalama vadeler için değişik yaklaşımlar ortaya konur. İlerleyen dönemde oluşturulması planlanan yabancı ve özkaynak yapısı itibariyle de maliyet projekte edip piyasa koşullarına uygun olarak kredi faiz oranları belirlenir.⁵³

Kaynak Temini

Finansman şirketleri ile ilgili olarak literatürlerde yer alan kaynak imkanları Koçfinans tarafından da kullanılmaktadır. Başlıca kredi kaynakları aşağıda sıralanmıştır:

- TL ve FX piyasalardan borçlanmak,
- Yurtdışından sendikasyon ve club kredisi almak,
- Sermaye piyasası enstrümanlarından finansman bonusu ve tahvil ihracı gerçekleştirmek,

2.1.10.2 Volkswagen Doğuş Tüketici Finansmanı A.Ş.

Volkswagen Doğuş Tüketici Finansmanı A.Ş. (VDF), 30 Aralık 1999 tarihinde, Volkswagen Financial Services AG'nin %51 ve Doğuş Grubu'nun %49 ortaklığında, Volkswagen Grubu'na bağlı Volkswagen, Audi, Seat, Skoda, Porsche, Scania ile marka ayrımı gözetmeksizin 2. el araç müşterilerine bütçe ve ödeme şartlarına uygun olarak her

türlü mal ve hizmet alımını kredilendirmek üzere kurulmuş bir tüketici finansman şirketidir.⁵⁴

VDF, 2000 senesinde faaliyete geçmiş ve büyük bir başarı grafiği yakalayarak yaklaşık 18,000 tüketiciye otomotiv kredisi kullanırmıştır

Tüm Volkswagen Grubu yetkili satıcılarında hizmet veren VDF ile tüketici, aracını ve kredisini tek noktadan gerçekleştirmektedir. Tüm kredi işlemleri müşteriler adına yetkili satıcıdaki VDF yetkilisi tarafından yürütölmekte, kredi başvuruları İnternet aracılığıyla anında VDF'ye aktarılarak sonuçlandırılmaktadır.

Volkswagen Financial Services AG, Volkswagen Grubu'nun Avrupa ve Asya'daki finansal hizmetlerinden sorumlu Avrupa'nın en büyük otomotiv finansman hizmetleri şirketlerinden biridir.

2.1.10.3 TEB-Cetelem Tüketici Finansman A.Ş.

1995 yılında Anadolu Grubu ve Itochu Corp. ortaklığı ile Anadolu Tüketici Finansman A.Ş. adıyla kurulmuştur. 1998 yılında şirket ortaklık yapısı %50 Anadolu Grubu ve %30 Cetelem olarak yeniden oluşturulmuştur. 2007 yılında TEB ile BNP Paribas arasında kurulan joint venture sonrasında TEB, Anadolu Grubu'nun finansman şirketindeki hisselerini satın almıştır. Böylece şirketin adı TEB-Cetelem Tüketici Finansman A.Ş. olarak değiştirilmiştir.

Kuruluşundan itibaren 2008 yılında gerçekleşen değişikliğe kadar TEB-Cetelem sadece Dayanıklı Tüketim Ürünleri (DTÜ) kredileri vermiştir. 2008 yılından sonra ise sadece otomotiv kredisi vermektedir.

TEB-Cetelem Pazar payı olarak % 12 ile dördüncü sıradadır.

2.1.10.4 Mercedes Benz Finansman Türk A.Ş.

1990 yılında kurulan Daimler Financial Services AG, dünyada 40'ın üzerinde ülkede 180'den fazla noktada 6.500 çalışanıyla Daimler Grubu'na ait araçlar için kişiye ve kuruma özel finansman ve finansal kiralama hizmeti sağlamaktadır.

Grubun Türkiye operasyonlarını yürütmek üzere 12 Nisan 2000 tarihinde İstanbul'da kurulan Mercedes-Benz Finansman Türk A.Ş., grup araçlarına finansman desteği vermektedir. 31 Aralık 2008 tarihi itibarıyla şirketin ödenmiş sermayesi 19.550 TL'dir. Şirketin tamamı Daimler AG gruba aittir.

2008 verilerine göre Mercedes-Benz Finansman Türk A.Ş. 932,628 bin TL'lik aktif toplamı ile tüketici finansman şirketleri arasında %20'lik payla 3. Sırada yer almaktadır. Ayrıca 2008 yılı Ocak Mart verilerine göre tutar olarak açılan kredilerde Mercedes-Benz Finansman Türk A.Ş. 1. sıradadır.⁵⁵

2.1.10.5 Koç Fiat Kredi Tüketici Finansmanı A.Ş.

Koç Fiat Kredi Tüketici Finansmanı A.Ş., Koç ve Fiat Topluluklarının ortak girişimi olarak (%50 - % 50) 6 Mart 2000 tarihinde kurulmuş ve daha sonra tüm hisseleri 25 Ağustos 2003 tarihinde Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. tarafından satın alınmıştır. Distribütöre bağlı (captive) tüketici finansmanı şirketidir. Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.' nin doğrudan satışları da dahil olmak üzere, Türkiye'de Fiat Auto lisansı altında üretilen ve/veya Türkiye'ye ithal edilen tüm Tofaş ve Fiat Auto araçlarının ve kullanılmış araçların kredilendirilmesi hizmetini sunmaktadır. Koç Fiat Kredi kurulduğundan bu yana Fiat ve Alfa Romeo bayilerinin satış noktasından Tofaş ürünü almak isteyen müşterilerine finansman sağlamaktadır.⁵⁶

55 Mercedes-Benz Finansal Hizmetler Hakkında, www.mercedes-benz-finansalhizmetler.com, (10.01.2010), s.2.

56 Koçfiat Hakkında, www.kocfiatkredi.com.tr (10.01.2010), s.1.

3. TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİNDE RİSK YÖNETİMİ

Tüketici Finansman Şirketleri münhasıran tüketici kredisi vermek üzere kurulmuş şirketler olmalarından dolayı bu faaliyeti dışında herhangi bir konuda faaliyet gösterememektedirler. Finansman şirketlerinin doğası gereği kriz ortamlarında dahi kredi vermeye devam etmek zorunda kalabilmesi ve daha düşük kar oranları ile daha fazla riskler taşıyor olması finansman şirketlerini diğer finans kuruluşlarından farklı kılmaktadır.

Bu sebeple tüketici finansman şirketlerinin risk yönetimine en az diğer finans kurumları kadar önem vermesi gerekmektedir.

Ekonomide meydana gelen krizler ve finans sektöründeki problemlerin, finans kurumlarını risk yönetimi ve iç denetim sistemlerini kurmalarını gündeme getirmiş bulunmaktadır.

Finans sektörünü etkileyen, sektör dışından kaynaklanan sorunların varlığı söz konusudur. Bunlar siyasi istikarsızlık, yüksek reel faiz, kronik enflasyon ve hareketliliği, yüksek yabancı sermaye, doğal afetler olarak tanımlanabilir.

2001 yılında yaşanan ekonomik kriz sonucunda, bankaların kontrol süreçlerinin yetersiz, bağımsız risk yönetimi sistemlerinin olmadığı ve risklerin tam olarak belirlenmeden taşındığını ortaya çıkarmıştır. Bankaların ve diğer finans kuruluşlarının karşı karşıya olduğu risklerin ölçümünde daha karmaşık yöntemlerin kullanılması, sağlam insan kaynaklarına yatırım yapması ve teknolojik altyapı çalışmalarına ağırlık vermesi gerekmektedir.⁵⁷

2008 yılında yaşanan ekonomik krizde Türkiye'nin avantajlarından birisi Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinden sonra bankacılık sektöründeki düzenlemeler ile bankacılık

sektörünün çok daha kuvvetli bir sermaye yapısına kavuşturulmuş olmasıdır. Dolayısıyla sermaye yeterliliği açısından oldukça sağlam bir yapıya sahip olan Türk bankacılık sektörü krizden Amerika ve Avrupa bankaları kadar etkilenmemiştir. Türkiye'nin avantajlarından bir diğeri ise, Türkiye'de Amerika'daki gibi işleyen bir mortgage sektörünün bulunmamasıdır. Böyle bir sektör bulunmadığı için bu sektördeki riskli türev ürünlere bankalar tarafından yatırım yapılmamış, dolayısıyla krizden çok uzun bir süre bankalar etkilenmemiştir. Türk bankaları için bu noktada tek sorun kredi daralması ve sendikasyon kredilerinin temini olacaktır.⁵⁸

Finansal kuruluşlar uzun vadede mali durumlarını sağlıklı kurabilmeleri için risk yönetimi ve risk ölçümü yapmak zorundadırlar. Risk yönetimi anlayışının bir felsefe olarak tüm kuruma yayılması gerekmekte olup, en alt kademede çalışanların bile risk yönetimi konusunda bilinçli olmalarının sağlanması gerekmektedir.⁵⁹

Risk yönetimi risk almaktan kaçınılması anlamına gelmemekte, risk limitleri, risk stratejileri ve buna uygun senaryolar ve araçların var olması gerektiğini içermektedir.

Bankaların kendi iç denetimi ve risk kontrolünü geliştirmesini öngören ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından hazırlanan 'Risk Yönetimi Tebliği' Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.⁶⁰

Tebliğin hükümlerine göre, her banka, kendi faaliyetlerinin kapsamını ve yapısal özelliklerini dikkate alarak, kendi iç denetim, risk kontrol ve yönetim sisteminin teşkilat yapısını geliştirecektir. Tebliğ içeriğinde yaygın olarak bilinen kredi riski ile birlikte sistemi doğrudan etkileyebilecek faiz, piyasa, likidite, fonlama ve itibar riskleri de açıklanmaktadır.

58 Küresel Finans Krizi ve Türkiye'ye Etkileri, <http://www.ismed.org.tr/ismedinsesi/2009/ocak-say-1/49-kuresel-finans-krizi-ve-tuerkiyeye-etkileri.html> (02.12.2009), s:4.

59 Scott Bugie, How **Risk Management Impacts Financial Institution Credit Ratings**, Managing Director – Financial Institutions Group, Standard and Poor's, İstanbul, 2001.

60 www.ntvmsnbc.com/news (20.01.2010), s.2.

Genel olarak bankaların maruz kaldığı finansal riskler piyasa riski, kredi riski, likidite riski, operasyon riski ve bazı kaynaklara göre yasal risk olmak üzere 5 grupta incelenmektedir.⁶¹

Tüketici finansman şirketleri sadece kredi veren kurumlar olup mevduat toplama yetkileri bulunmamaktadır. Tüketici finansman şirketlerini bankalardan ayıran en önemli farklılık budur.

Mevcut kredi sistemlerinde (defaten ödeme-taksitle toplama) tüketicilerin veya kurumların tüketici finansman şirketleri üzerinde herhangi bir mevduat yada başka bir riski bulunmamakta olup aksine tüketici finansman şirketlerinin kredi verdikleri tüketiciler ve kurumlar üzerinde kredi riskleri bulunmaktadır.

Tüketici finansman şirketlerini bankalardan ayıran diğer bir unsur ise risk açısından farklılık içermeleridir.

Yukarıda belirtilen sebeplerden dolayı bankalar bireysel yada kurumsal yatırımcı yada tüketiciler açısından risk teşkil etmeleri nedeni ile bazı kurumlar tarafından (Bankalar Birliği, BDDK, Merkez Bankası) denetlenmekte ve belirli yükümlülükler ile mevcut risk kontrol altına alınmaya çalışılmıştır. Bankaların bu riskleri taşımaları nedeni ile tüketicilerde güven oluşturmak ve tüketicileri korumak amacı ile bankalar devlet garantisi altına alınmış bulunmaktadır.

Bankaların taşıdıkları riskleri tüketici finansman şirketleri taşımıyor olmaları nedeni ile aynı nitelikte kontrol ve denetim mekanizmaları bulunmamaktadır.

Tüketici finansman şirketlerinin tüketiciler ve kurumlar açısından risk teşkil etmiyor olmaları risk yönetimi yapmamalarını gerektirmemektedir; aksine kendilerini risk açısından denetleyen herhangi bir kurum olmaması ve kredi açısından bankalardan çok daha fazla risk taşıyor olmaları nedeni ile risk yönetimini çok daha etkin bir şekilde uygulamak zorundadırlar.

61 P. Jorion, Value At Risk, Mc-Graw Hill, New York, 2001.

Tüketici finansman şirketlerinin bankalardan daha fazla risk taşıyor olmalarının nedenlerini özetlemek gerekirse;

Tüketici finansman şirketleri sadece nihai tüketicilere kredi vermek maksadı ile kurulmuş olup, bankalarda olduğu gibi farklı faaliyetlerde bulunamamaktadırlar. Bu sebepten dolayı bankalar kadar rahat ve ucuz borçlanma yetenekleride bulunmamaktadır.

Ayrıca, tüketici finansman şirketleri sadece kredi veriyor olmalarının yanında yapıları gereği kredi verme işlemlerinde de sürekliliklerinin bulunması gerekmektedir. Tüketici finansman şirketleri satıcıların mal alım ve satım stratejilerini değiştiriyor olmaları nedeni ile kredi işlemlerini durdurması durumunda satıcı finansman açısından sıkıntı çekmekte ve kuruma olan güveni sarsılmaktadır. Bunun sonucunda farklı enstrümanlarla mal satma niyetine girebilmektedir.

Sonuç olarak tüketici finansman şirketleri için risk yönetimi çok önemli bir unsur olup şirketler bu konuya gereken önemi göstermelidir.

Tüketici finansman şirketlerinde risk yönetimi konusuna girmeden önce risk kavramı, risk türleri ve risk yönetimi hakkında kısaca bilgi verilmiştir.

3.1 Risk Kavramı ve Risk Yönetimi

Risk, iş hayatının kaçınılmaz gerçeklerinden biridir. Ticari faaliyetlerini risksiz yönetecek hiçbir işletme yoktur. İşletmelerin karşı karşıya oldukları riskler oldukça çeşitlidir. Bu risklerin bazılarının önceden tahmini kadar yönetebilmeleri de oldukça zordur. Örneğin bir fabrikanın yanma riski yönetilemez. Ancak yangın olasılığını azaltan önlemler alınabilir veya risk bir sigorta kuruluşuna devredilebilir aynı şekilde piyasa riski, yani talepteki değişimler ya da rakiplerin piyasaya girmesi sonucunda firmanın karşı karşıya kalacağı riskle yönetilmesi hemen hemen imkânsız olan bir risk türüdür.⁶²

62 Kırım A."Mali Risk ve Yönetimi" D.C.Garder, 1992, S.1

Bir finansal varlığın taşıdığı risk, ancak beklenen getirisi söz konusu riski telafi edebildiği takdirde kabul edilebilir. Kredi kuruluşları da varlıklar ve yükümlülüklerini risk/getiri amaçlarına en uygun olarak yönlendirebildikleri takdirde başarılı bir performansa ulaşabilirler.⁶³

Risk yönetimi; işletmelerin yatırımlarında karşılaşılabilecekleri risklerin ayrıntılarıyla tanımlanıp, değerlendirilmesinde işletme yöneticisinin gerçekleştirdiği bir işlev olarak tanımlanabilir.⁶⁴

Risk yöneticileri kayıplarını riskleri kontrol ederek yönetmeye ve mali kayıpları dağıtmaya çalışırlar. Kayıplar sigorta veya yeniden organizasyonla başka bir alana transfer edilebilir.

Risk yönetimi süreci 5 aşamadan oluşmaktadır bu aşamalar sırasıyla şu şekildedir;

- Riskin tanımı risk yöneticisinin en güç işidir. Risk tanımlanmasının azalması, risk yöneticisinin bilinmeyen riskleri işleme koymasını zorlaştırır.
- Söz konusu kayıpların net bir şekilde ölçülerek açığa çıkarılmasıdır. Burada ölçümleme çok önemlidir. Çünkü açıkların ne kadar ciddi ve acil olduğunu ifade eder.
- Kayıplar tanımlanıp ölçüldükten sonra, çeşitli risk yönetimi teknikleri bu konuda en iyi kombinasyonu sağlamak için tartışılır ve karar verilir. Bu yöntemler;
 - Riskten kaçınma
 - Kayıp oluşma şansını azaltma veya meydana geldiğinde büyüklüğünü azaltma,

63 Siegel Daniel R., Siegel Diane F., "The Futures Markets Arbitraj, Risk Management and Portfolio Strategies", Probus Publishing Company, Chicago Illinois, 1990, S:187

64 Trienmann G. "Risk and Insurance", 1981, S.31

- Riski başka taraflara transfer etme,
- Riski dahilde alıkoyma veya taşıma.
- Alternatif risk düzeltme araçları açısından karar verildikten sonra, risk yöneticisi verilmiş kararları mutlaka uygulamalıdır.
- Verilen karar ve uygulamaların sonuçları, bu kararların dayanıklılığını ölçmek için ve gerekirse önerilen değişik çözümlere yön vermek için ilk 4 aşamada gözlenmesi gerekmektedir.⁶⁵

Doğru bir risk yönetimi iş hayatında beklenmeyen şekilde ani olarak meydana gelen kayıplarla ilgili riskleri bertaraf etmeye yöneliktir. Bazen risklerin yönetimi çok düşük maliyetlerle de söz konusu olabilir. Eğer bu riskler zamanında önemsenmezse daha sonra seçilen risk yönetimi en iyi sonucu vermeyebilir.⁶⁶ Bu nedenle karşılaşılan risklerin belirlenmesi ve yönetimi için kullanılacak yöntemin belirlenmesi önem taşımaktadır.

3.2 Tüketici Finansman Şirketlerinin Karşılaştığı Riskler ve Bu Risklerin Yönetimi

3.2.1 Döviz Kuru Riskinin Tanımı ve Döviz Kuru Riski Yönetimi

Döviz kuru riski, mali riskler arasında birey ve kuruluşları en fazla etkileyen risklerin başında gelmektedir.

Kur riskinin temelinde, ulusal paranın yabancı paralar karşısındaki değerinin değişmesi yatmaktadır. Bir finansman şirketinin aktifinde yer alan döviz miktarının, pasif kısmındaki aynı cins döviz miktarından fazla olduğu durumlarda ulusal paranın değer kazanması finansman şirketinin, o döviz cinsi için daha az ulusal para elde etmesine yol

65 Williams Jr. C.A.-Heins R.M., "Risk Management and Insurance", 1985, S.4

66 Williams, Jr. A.C.-Heins R.M., a.g.e., S16-17

açacağından zarara sebebiyet verecektir. Tersi durumda yani, pasif kısımdaki döviz miktarının aktifteki döviz miktarından fazla olduğu durumlarda ise kurun düşmesi ile finansman şirketi kâr elde edecektir.

Kur riski, şirketlerin bilançosunun aktifinde ve pasifinde aynı tür ve miktarda yabancı para bulunmamasından kaynaklanan zarar etme ihtimali şeklinde tanımlanabilir. Finansal piyasaların küreselleşmesi, dünya ekonomilerinin hızlı entegrasyonu ve finansal kurumların artan uluslararası faaliyetlerde bulunması, piyasa ve faiz riskinin banka ve finansman şirketlerinin kıymetlerinin getirileri konusundaki çalışmalarda yetersiz kalacağını, bunların yanı sıra kur riskinin de dikkate alınması gerektiğini işaret etmektedir.⁶⁷ Kur riskinin temelinde, ulusal paranın yabancı paralar karşısındaki değerinin değişmesi yatmaktadır.

Yaşanmış olan ekonomik krizler ve dalgalı kur rejimini temel alan makroekonomik ortam göz önüne alındığında, kur riskinin dikkatli bir şekilde değerlendirilip izlenmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Bilançoların gerek aktif gerekse pasif tarafında oluşan döviz mevcutları (alacak ve borçları) kur riskini doğurur. Bilançodaki döviz aktifleri ve pasifleri devalüasyon ve revalüasyon neticesinde devamlı değer değişikliğine uğrayarak, kuruluşlar için kar veya zarar ortaya çıkacaktır.⁶⁸

Döviz kuru riskine, bir örnek verilirse, TL değer kaybettiğinde döviz aktifleri o kadar kar, döviz pasifleri de o kadar zarar kaydedecektir. Döviz aktifleri ve pasifleri birbirine eşit ise kar ve zarar birbirini götürcek, herhangi bir zarar oluşmayacaktır.

Bir firmanın döviz kur riski ile karşı karşıya kalması için mutlaka uluslararası faaliyet göstermesi gerekmemektedir, yerel paranın, yabancı paralar karşısında değerinin

⁶⁷ Atindeâhou, B. ve Gueyie, J., Canadian Chartered Banks' Stock Returns and Exchange Rate Risk, Management Decision, 39 (4), 285-295, 2001.

⁶⁸ Reihl H.-Rodriquez R., a.g.e.s.389

değişmesi ' ulusal firmaların faaliyetlerini olumlu veya olumsuz şekilde etkileyebilir. Örneğin, TL'nin yabancı paralar karşısında değerinin yeterince düşmediği ve o dönem için aşırı değerli kaldığı varsayılırsa, bu durumda ithal malların fiyatları görece olarak ucuzlayacak ve ulusal faaliyet gösteren bir firma, döviz kurlarında TL. lehine oluşan bu değişim sonunda satışlarının azaldığını görecektir. Bu durumda ülkenin ihracatı düşer ve ithalatı yükselir. ⁶⁹

Açıklanan bu durumlar tüketici finansman şirketleri için de geçerlidir. Özellikle döviz kredilerinden kaynaklı pasifinde bulunan döviz cinsinden varlıklar finansman şirketleri için büyük öneme sahiptir.

Döviz kuru riski, işlem ve muhasebe riski başlıkları altında incelenebilir.

a) İşlem Riski

İşlem Riski (transaction risk); bir kuruluşun yabancı döviz üzerinden işlem yapması durumunda ortaya çıkmaktadır. Döviz kurundaki bir değişim kuruluşun beklenen veya bütçelenen nakit akışı veya harcamaların beklenenden daha az veya daha çok olması, firmanın karlı olabilecek işlemini zararla tamamlaması sonucunu doğurabilir.

İşlem riski, özellikle gelirleri belirli bir döviz cinsinden ve giderleri yine başka bir döviz, cinsinden olan kuruluşlar ve devletler için önem taşımaktadır. Örneğin bir firmanın ihracatı karşılığında anlaştığı döviz USD ve ithalatı karşılığında ödeyeceği döviz EURO ise veya herhangi bir ülke hazine departmanının yurt dışı borçları YEN oysa buna karşılık ülkenin döviz girdileri EURO ve USD ise bu durumlarda ilgili vadelerde çapraz kurların değişmesi ilgili kurumları ciddi zararlarla karşı karşıya bırakabilecektir. Borç ödemesinin yapılacağı para birimi, gelir kalemi döviz birikiminden daha hızlı değer kazanıyorsa vade sonunda ödenecek her YEN için daha fazla EURO satın alınması gerekecektir. Bu durumda çapraz kurlardaki aleyhte bir değişiklik hazineyi önemli sayılabilecek ek bir harcama yükümlülüğü ile karşı karşıya bırakacaktır.

Bunun dışında Türkiye gibi enflasyonist ekonomiye sahip olan bir ülkede düşük oranlarla tüketici kredisi verebilmek için maliyeti düşük fon kaynaklarına başvurmak gerekir ki bunun en kolay ve maliyeti düşük yolu yurtdışından döviz borçlanmaktır.

2000 yılında Türkiye'deki finansal kuruluşların büyük bir çoğunluğu yurt dışından büyük miktarlarda sendikasyon kredileri alarak Türkiye'de düşük oranlarla kredi vermişlerdir. Bu durumda ilgili kuruluşlar döviz boçlanarak TL kredi verip TL alacaklı duruma geldiler. Böylelikle dövizin yükselme riskini üzerlerine alarak döviz kuru riski taşımaya başladılar. 2000 yılında Türkiye'de döviz kurunda çıpa sistemine geçilmiş olmasından dolayı döviz TL karşısında değersiz kalarak döviz borçlananlar karlı duruma gelmiştir.

2001 yılında tam tersi bir durum oluşarak ekonominin taşları yerinden oynamış ve repo faizlerinin olağanüstü yükselmesi ile hükümet çıpa sisteminden vaz geçerek serbest döviz kuruna geçmiş ve TL otomatik olarak devalüe olmuştur.

Bu kez tam tersi durum ile karşı karşıya kalınmış ve döviz ile borçlanan finans kurumları devalüasyon oranında zarar etmişlerdir.

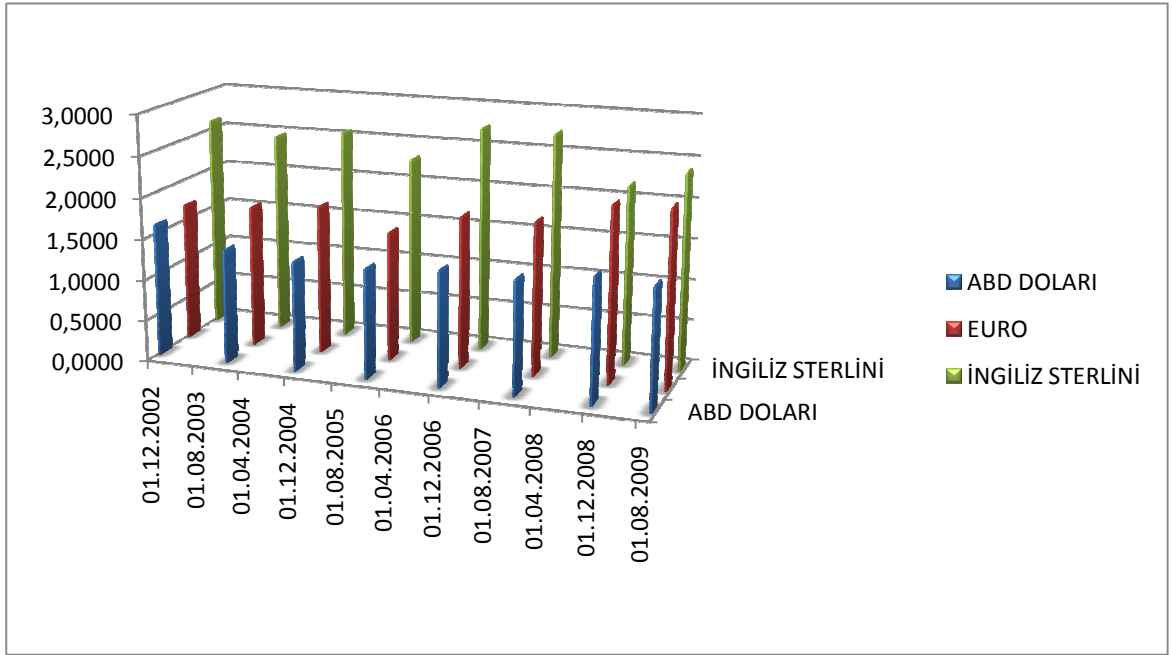
Bu sebeplerden dolayı döviz kur risklerinin yönetilmesi, yabancı döviz cinsinden işlem yapan tüm kuruluşların hazine birimlerinin en önemli işlemlerinden biridir.

2001 krizi öncesinde ve sonrasında döviz kurları ile ilgili dalgalanmalar, alınan önlemlerle 2003 sonrası kontrol altına alınmıştır. 2008 yılında yaşanan ekonomik krizde yaşanan yükselişin 2009'un ilerleyen aylarında kontrol altına alındığı görülmektedir.

Tablo 6**Yıllar İtibariyle Döviz Kurları**

RESMİ	ABD DOLARI		EURO		İNGİLİZ STERLİNİ	
GAZETE	DÖVİZ		DÖVİZ		DÖVİZ	
TARİHİ	ALİŞ	SATIŞ	ALİŞ	SATIŞ	ALİŞ	SATIŞ
31.12.2002	1.634.501	1.642.384	1.703.477	1.711.693	2.618.888	2.632.577
31.12.2003	1.395.835	1.402.567	1.745.072	1.753.489	2.476.610	2.489.556
31.12.2004	1.342.100	1.348.600	1.826.800	1.835.600	2.576.500	2.590.000
31.12.2005	1,3418	1,3483	1,5875	1,5952	2,3121	2,3242
31.12.2006	1,4056	1,4124	1,8515	1,8604	2,7569	2,7713
31.12.2007	1,388	1,3947	1,8663	1,8753	2,7432	2,7575
31.12.2008	1,5123	1,5196	2,1408	2,1511	2,1924	2,2039
31.01.2009	1,6345	1,6424	2,1027	2,1128	2,3346	2,3468
28.02.2009	1,6874	1,6955	2,136	2,1463	2,3932	2,4057
31.03.2009	1,688	1,6961	2,2258	2,2365	2,3899	2,4024
30.04.2009	1,5968	1,6045	2,1113	2,1215	2,3531	2,3654
30.05.2009	1,5345	1,5419	2,1555	2,1659	2,4693	2,4822
30.06.2009	1,5301	1,5375	2,1469	2,1573	2,5272	2,5404
31.07.2009	1,477	1,4841	2,0778	2,0878	2,4344	2,4471
30.08.2009	1,49	1,4972	2,138	2,1483	2,431	2,4437
19.09.2009	1,4683	1,4754	2,1573	2,1677	2,397	2,4095

Kaynak: TCMB, www.tcmb.gov.tr/yeni/kurlar/kurlar.html



Grafik 4: Yıllar İtibariyle Merkez Bankası Döviz Alış Kurları

Kaynak: TCMB, www.tcmb.gov.tr/yeni/kurlar/kurlar.html

b) Muhasebe Riski

Muhasebe riski, firmanın yabancı bir döviz cinsinden belirlenmiş olan aktif-pasiflerinin yerel para cinsinden değerlerinin, bir muhasebe döneminden diğer muhasebe dönemine kadar geçen zamanda, döviz kurlarındaki değişimlerden dolayı ve herhangi bir fiziki işlem, olmaksızın değişmesi riskini ifade etmektedir. Yani döviz cinsinden belirlenmiş aktif-pasiflerin muhasebe kayıtları için yerel para birimi cinsine çevrilmesi sonucunda ortaya çıkan risktir. Burada herhangi bir fiziki aktif alımı-satımı ile pasiflerde fiziki bir değişiklik söz konusu olmayıp, yalnızca kur değişimleri sonucunda yerel para cinsinden muhasebe kayıtlarındaki değerlerin değişmesi söz konusudur.

Bu risk öncelikle çok uluslu şirketlerin, sıkça karşılaştıkları bir risk olarak, yönetilmesi çok önemli bir risktir.

3.2.1.1 Yabancı Para ya da Döviz Futures ile Döviz Kuru Riski

Yönetimi(Hedging)

Türkiye gibi enflasyonun yüksek oranlarda seyrettiği ve serbest döviz kuru sisteminin uygulandığı stabil olmayan piyasalarda döviz pozisyonu taşıyan tüm kurumlar döviz kuru riskini sürekli taşımaktadırlar.

Tüketici finansman şirketlerinin bankalar gibi mevduat toplayamamaları, Türkiye’de farklı borçlanma stratejileri geliştirilmesini engelleyen bir yapının mevcut olması; tüketici finansman şirketlerini yurt dışı ve yurt içi bankalardan borçlanmak mecburiyetinde bırakmaktadır.

Bu sebeple tüketici finansman şirketleri 2001 yılı Şubat ayı krizinde de daha yakından görülen döviz kuru riskini en az diğer finans kuruluşları kadar yakından takip ederek minimize etmek mecburiyetindedirler.

Döviz kuru riskinin yönetilmesinde kullanılan en önemli argüman Döviz futures kontratlarıdır.

Hedging kavramı basit bir örnekle açıklanırsa; Kirası USD üzerinden ödenmek üzere, aylık kirası USD 10.000' den bir işyeri kiralandığı ve kiranın her üç ayda bir ödeneceği varsayılırsa, bu tür kira sözleşmesinde TL'nin USD karşısında değer kaybetmesi sonucunda, ödenecek kiranın TL karşılığının yükselme 'riski, yani döviz kuru riski mevcuttur. Bu riski bir yıl süreyle hedge etmenin en basit yöntemlerinden biri (eğer finansman sorunu yoksa) USD'ları spot döviz piyasasında bugünden satın alarak, USD 30.000 tutarında üçer aylık döviz tevdiat hesabına (DTH) yatırmaktır. Satın alınan USD'ların bir yıla kadar vadeli hesaplarda para piyasasında değerlendirilmesinden dolayı bu hedging yöntemine "para piyasası yoluyla hedge" denir.

Hedging'in esası risk aktarımıdır. Finansal futures kullanımında kur riskinin pazardaki bir başka kişi veya kuruma devri söz konusudur. Finansal futures kontratlarının ana özelliği yatırımcıya ilerideki bir tarihte gerçekleşecek bir işlem için döviz kurunu

sabitleştirilmesidir. Bu özelliği ile finansal futures bankalar, sanayi kuruluşları, dış ticaret şirketleri ve portföy yöneticileri açısından önemli bir risk yönetimi aracıdır.⁷⁰

Türkiye’de döviz kurları ile ilgili dalgalanmaların kontrol altına alınması sonucu şirketlerin döviz kuru riski azalmıştır. Bu nedenle 2001 krizi sonrasında önem kazanan hedging yöntemi yerine, finansman şirketlerinin tüketicilere kullandırdıkları kredilerden doğan riskin yönetilmesi için kullanılan modeller ve yöntemler ön plana çıkmıştır.

3.2.2 Faiz Riskinin Tanımı ve Faiz Riskinin Yönetimi

Faiz Riski, ileri bir vadedeki faiz hadlerinin beklenen değerlerinden sapma riski olarak tanımlanabilir. Bu tür mali riskler değişken esaslı faiz ortamlarında önem kazanırlar. İster plasman, isterse kredilerde faizler iki türlü anlaşmaya bağlanabilmektedir.

Faiz oranlarındaki beklenmedik değişikliklerin getirilerde/maliyetler de yaptığı değişikliklerdir. “Finansal kıymetlere ilişkin faiz riski, aktif-pasif kalemleri ile bilanço dışı işlemlerin yeniden fiyatlandırılması, getiri eğrisinde beklenmeyen değişikliklerin olması, fonlama maliyeti ile yatırımın getirisi arasında korelasyon bulunmamasına ilişkin risklerden kaynaklanmaktadır”.⁷¹ Faiz oranı riski, ellerinde herhangi bir finansal varlık bulunduran kurumların ya da şahısların karşı karşıya kalabileceği risk türlerinden birisidir.

Finansman Şirketleri kar amacıyla çalışan kuruluşlar olduğuna göre sağladıkları yabancı kaynaklara ödedikleri faizlerle yaptıkları plasmalardan aldıkları faizler arasında banka lehine bir fark olması gerekir. Ancak kısa vadeli borçlanıp uzun vadede yatırım yapmak, bir yandan bir faiz riski diğer yandan likidite riski yaratacaktır.

Faiz riski yönteminde bilanço önemlidir. Vadelerde aktif ve pasif miktarların eşit olması yani açık olmaması hem likidite hem de faiz riskinden finansman şirketini koruyacaktır. Vadesi gelen bir borcu yeniden fonlarken faizlerin yükselmiş olması veya

70 Ersan, "Finansal Türevler", Literatür Yayınları, Yayın No:18, 2.Basım, S:71

71 Akçay, B. ve Bolgün, E., Risk Yönetimi, Scala Yayıncılık, İstanbul, 975853528-5, 2005.

kaynak fazlası plase ederken faizlerin düşük olması kar ve zarar rakamlarını doğrudan etkileyecektir.

Faizlerle ilgili karar verirken tek belirleyici unsur faiz oranının kendisi değil, ayrıca kümülatif faiz vergiler ve kaynaklarda etkilidir.⁷²

Para piyasası enstrümanlarının en önemli özelliği, kısa vadeli olduklarından yüksek likiditeye sahiptirler. Bu likidite nedeni ile para piyasası aktifleri nakit paranın çok yakın ikamesidir.

Para piyasası son derece rekabetçi piyasalar olduğundan, alternatif enstrümanlar üzerindeki faiz oranları anında öğrenilmekte ve bu bilgiler doğrultusunda tüm enstrümanların getirileri büyük ölçüde eşitlenmektedir.

Ayrıca arz ve talep koşullarındaki değişimler para piyasası faiz hadlerini anında değiştirmekte, bir başka deyişle fiyatlar piyasa koşullarına göre belirlenmektedir. Ancak bu tür piyasalarda sabit faizle borçlanabilmek için kuruluşun kredibilitesinin çok yüksek olması ve yatırımcılar açısından firmanın isminin bilinmesi gerekmektedir ki bu durum söz konusu sabit faiz borçlanma aracı ihraç ederek kaynak alımına gidebilecek kuruluş sayısını sınırlandırmaktadır.

Öte yandan, orta vadeli kredilerin değişken faiz ile sağlanması yöntemi çok daha yaygındır, bu borçlanma yöntemi de firma bir yıl vadeli bir döviz kredisi sağlamakta ve krediyi açan yabancı banka, kredi için bir referans faizi esas almaktadır.

3.2.2.1 Faiz Riskinin Nedenleri ve Etkileri

Faiz riski, bir finansman şirketinin faiz oranlarında oluşan ters yönlü hareketlerin, finansman şirketinin finansal durumunda yarattığı etkidir. Finansal piyasalardaki kurumlar tarafından bu riskin kabul edilmesi oldukça doğaldır ve bu durum karlılığın ve hisse

72 Reihl H.-Rodriquez R.,a.g.e.s.390

değerindeki artışın önemli bir nedeni olabilir. Ancak, aşırı faiz riski, gelirler ve sermaye tabanı için büyük bir tehdit oluşturabilir.⁷³

Faiz oranlarındaki değişimler, gelirleri, faiz gelirlerindeki ve diğer faize duyarlı gelirlerinde ve faaliyet giderlerinde değişmelere yol açarak etkilemektedir. Faiz oranlarındaki değişimler, şirket varlıklarının, yükümlülüklerinin ve bilanço dışı araçlarının temel değerini de etkiler, çünkü gelecekteki nakit akımlarının bugünkü değeri (ve bazı durumlarda, nakit akımlarının kendisi) faiz oranları değiştikçe değişmektedir. Faiz oranını ihtiyatlı sınırlar dâhilinde tutmaya çalışan etkili bir risk yönetimi finansman şirketlerinin güvenliği ve sağlamlığı açısından oldukça önemlidir.

Faiz risk yönetimi için bazı prensiplerin oluşturulmasından önce, faiz riskinin nedenlerine ve etkilerine değinilmesinde fayda vardır. Finansman şirketlerinin maruz kaldığı faiz riskinin birincil şekillerini yeniden fiyatlandırma riski (repricing risk), temel risk (basis risk) ve opsiyon riski (optionality riski) oluşturmaktadır.

Finansal araçlar, bankalar gibi finansman şirketleri de faiz riskiyle birçok şekilde karşılaşmaktadır. Faiz riskinin en çok tartışılan şekli, vadelerden (sabit orandan) ve finansman şirketinin varlıklarının, yükümlülüklerinin ve bilanço dışı (OBS) pozisyonlarının yeniden fiyatlandırılmasından (dalgalı orandan) kaynaklanan risk şeklindedir. Yeniden fiyatlandırmanın yol açtığı faiz oranlarındaki değişim kurumun gelirlerinde ve temel ekonomik değeri üzerinde büyük önem taşımaktadır. Örneğin, uzun dönemli sabit orandan bir krediyi kısa dönemli bir mevduatla fonlayan bankanın, faiz oranları yükseldiğinde hem pozisyondan kaynaklanan gelecekteki gelirinde hem de kendi değerinde azalmalar olmaktadır. Bu düşüşlerin nedeni, kredilerin vadesi boyunca, nakit çıkışlarının sabit oluşmaktadır. Oysa fonlamada ödenen faiz değişkendir ve kısa dönemli mevduatın vadesi dolduktan sonra da yükselmektedir.

Diğer bir önemli faiz riski de, benzer fiyatlandırma şekilleriyle farklı araçlara uygulanan oranlar üzerinden kazanılan ya da geri ödemeler arasındaki negatif

73 “Faiz Riskinin Yönetimine İlişkin Prensipler”, www.tbb.org.tr/turkce/calismalar.htm (10.12.2009) , s.2-3

korelasyondan kaynaklanan risktir. Faiz oranları değiştiğinde, bu farklılıklar benzer vadeleri olan varlıklar, yükümlölükler ve bilanço dışı pozisyonlar arasında yer alan nakit akışlarında ve kazançlarda beklenmedik değişmelere hız kazandırabilmektedir.

Opsiyon, sahibine herhangi bir tarihten itibaren belli süre içinde, belirli bir faiz üzerinden borçlanma ya da borç verme hakkıdır. Döviz opsiyonlarında olduğu gibi, burada da opsiyonu edinen opsiyon satıcısına bir prim ödenmektedir. Faiz oranları da borsa dışında ve içinde işlem gören opsiyonlar olarak ayrılabilirler. Yani borsa ve tezgahüstü piyasalar (OTC) olarak iki farklı piyasada alınıp satılırlar.

Sabit faiz düzeninin, yerini değişken faize bırakmasıyla faiz riski ortaya çıkmıştır. Faiz opsiyonları, bu riski ortadan kaldırmak için geliştirilmiş türev ürünlerdendir. Özellikle bankalararası rekabette önemli bir avantaj oluşturduğundan, bankaların sıklıkla baş vurduğu bir opsiyon türüdür.

Faiz opsiyonları ile ileriye yönelik faiz riski ortadan kaldırılarak, kar potansiyeli korunabilmektedir. Faiz opsiyonları riskten korunma yanında spekülasyon amacıyla da kullanılabilir.

3.2.2.2 Faiz Riskinin Yönetimi

Güvenilir (sağlam) faiz risk yönetimi; varlıkların, yükümlölüklerin ve bilanço dışı hesapların yönetiminde dört ana uygulamayı içerir.⁷⁴

- Uygun yönetim ve üst düzey yönetici idaresi,
- Yeterli risk yönetim politika ve prosedürleri,
- Uygun risk hesaplama ve izleme sistemleri,
- Aralıksız iç kontroller ve bağımsız denetim.

74

“Faiz Riskinin Yönetimine İlişkin Prensipler”, www.tbb.org.tr/turkce/calismalar.htm (10.12.2009) , s.2-3

Finansman Şirketlerinin, faiz riskini yönetirken hangi zorluklar içinde olduğu, varlık ve faaliyet durumunun ne olduğu, maruz kaldığı faiz risk etkisinin düzeyi kadar önemlidir.

Yeterli faiz risk yönetimi uygulamalarının neler olabileceği konusu kurumlar arasında farklılık gösterebilir. Örneğin, daha az karmaşık yapıya sahip olan finansman şirketinin, günlük işlemlerinin ayrıntılarıyla ilgilenen üst düzey yöneticileri, faiz risk yönetimi süreçlerine, nispeten güvenebilirler. Ancak daha karmaşık ve geniş boyutlu işlem hacmine sahip diğer organizasyonlar; finansal faaliyetlerini hayata geçirebilmek ve üst düzey yönetime izleyecekleri bilgileri ve gerçekleştirecekleri günlük işlemleri sağlayacak ve günlük işlemleri yönetebilecekleri daha ayrıntılı ve usulüne uygun bir faiz risk yönetimi oluştururlar. Üstelik bu kurumlarda, oluşturulan daha karmaşık bir faiz risk yönetimi, yeterli iç kontrolleri ya da üst düzey yöneticilerce politikaların ve limitlerin tahmin edilmesine uygun olarak kullanılan bilgilerin bütünlüğünü oluşturan uygun yönetim mekanizmalarını sağlar.

Risk yönetim sürecinde konuyla ilgili birim/bireyler, görevlerin dağıtımı ve menfaat çatışmalarının önlenmesinin sağlanması konusunda yeterince bağımsız olmalıdırlar.

Finansman Şirketleri, faiz riskini izleyebilmek için bir risk yönetim fonksiyonu geliştirmelidirler. Bu fonksiyon, finansman şirketinin risk yönetim sistemi tarafından bütün faiz risk görüşlerini ve bütün faaliyetlerini güvence altına almalıdır.

Risk yönetim fonksiyonu, daha genel işlemlerin, denetimin, risk yönetiminin ya da hazine biriminin bir parçası olmalıdır. Üstelik risk etkileri doğrudan doğruya hem üst düzey yönetim seviyesine hem de yönetim kuruluna rapor edilmelidir. Finansman şirketinin karşılaştığı bütün faiz risk çeşitlerinin ölçülmesi ve izlenmesi konusunda ilgili olarak çalışan personelin bu konuda yeterince bilgi sahibi olması gerekmektedir. Personel ücret politikaları riskin belirlenmesinde kalifiye personeli istihdam etmek ve tutmak konusunda yeterli olmalıdır.

3.2.3 Kredi Riskinin Tanımı ve Kredi Riski Yönetimi

Finansman şirketlerinin karşı karşıya oldukları en temel risk türlerinden olan kredi riski, en sade ifadeyle, bankadan ödünç kredi alan veya benzer bir anlaşmaya taraf olan kurum ya da şahsın, anlaşmanın gerektirdiği yükümlülükleri yerine getirememe olasılığı olarak tanımlanabilir.⁷⁵

3.2.3.1 Kredi Riski Nedenleri

Kredi riski, bir işlemde karşı tarafın üzerinde belirlenen şartları yerine getirebilmesini, vadesi geldiğinde yapılan anlaşma tahtında belirlenen kredi miktarının geri ödenebilmesini ifade eder.

Mevduat hesaplarından kredilere aktarılan fonun, zamanında ve gereken tutarda ödenmemesi sonucu kredi riski ortaya çıkmaktadır.

Para piyasasında kredi riski, borç alan taraf için söz konusu olmayıp, borç veren taraf için ise her zaman borç alan tarafın borcunu zamanında ödeyememe riskidir.

Bir diğer tanımda kredi riski, karşı tarafın borcunu kontratın vadesinden önce veya vadede ödeyemeyeceği durumunun ortaya çıkması halidir.

Finansal kuruluşlar uzun yıllardan buyana çeşitli nedenlerden ötürü birtakım güçlüklerle karşı karşıya kalmışlardır. Finans sektöründeki ciddi problemlerin başlıca nedeni, yetersiz kredi standartları, zayıf portföy risk yönetimi ya da banka müşterilerinin kredibilitelerinde bozulmaya yol açabilecek türden ekonomik gelişmelerin ve diğer koşullardaki değişmelerin iyi izlenmemesi gibi etmenlere bağlı olmaya devam etmektedir. Bu tecrübe G-10 ülkelerinde yaşandığı gibi G-10 üyesi olmayan ülkelerde de yaşanmaktadır.

⁷⁵ Basel Committee On Banking Supervision, Sound Practices for the Management and Supervision of Operational Risk, Basel, 2001.

Kredi riski, en basit anlamıyla, bir kredi kurumunun kredi müşterisinin (borrower) ya da kendisiyle bir anlaşmaya taraf olanın (counterparty) anlaşma koşullarına uygun biçimde yükümlülüklerini karşılayamama olasılığıdır.⁷⁶

Dünya genelinde finans sektörünün yaşadığı çoğu problemin en önemli kaynağı kredi riskidir. Çünkü bankaların kurumsaldan bireysele kadar çok geniş bir müşteri profili ve aynı zamanda, kullanabileceği çok sayıda finansal enstrümanı söz konusudur. Böyle bir ortamda, kredilerin geri ödenmemesinin yaratacağı potansiyel zararların önlenmesine ihtiyaç duyulan bankalar ve diğer büyük finans kuruluşlarında, kredi riski yönetimi konusu yaygın bir konu haline gelmiştir, birçok ülkede bu risklerin yönetimi için sayısal metotlar geliştirilmesi gerektiği anlaşılmıştır.⁷⁷

3.2.3.2 Kredi Riski Yönetimi

Kredi risk yönetiminin amacı uygun parametreler içinde bankanın maruz kalabileceği riskleri yöneterek bankanın risk ayarlı getirisini maksimize etmektir. Kredi veren kurumlar portföylerindeki tüm kredi risklerini ve bireysel kredilere (individual credits) ve işlemlere ilişkin risklerini yönetmek durumundadırlar. Kredi riskinin etkin şekilde yönetimi, risk yönetiminde kapsamlı bir yaklaşımın önemli unsurlarından birisidir.

Kredi riskine maruz kalınması dünya çapında kredi veren kurumların problemlerin en önemli kaynağı olmaya devam ettiğinden, bankalar ile gözetim ve denetim otoriteleri geçmiş tecrübelerden yararlanmalı ve ders almalıdırlar.⁷⁸

Kredi veren kurumlar şimdi, kredi riskinin tanınması, ölçülmesi, izlenmesi ve kontrolünün yapılmasında olduğu kadar bu riskleri karşılamak için yeterli sermayeyi ayırmak konusunda da hevesli ve bilinçli olmalıdırlar.

76 Türkiye Bankalar Birliği, Kredi Riskinin Yönetimine İlişkin İlkeler, 1999, s:2

77 Beresford, S. ve Thompson, J., Managing credit risk with info-gap uncertainty, *The Journal of Risk Finance*, 8 (1), 24-34,2007.

78 www.tbb.org.tr/turkce/calismalar.htm, “Kredi Riskinin Yönetimine İlişkin İlkeler”, s.2-3-4

Basel Bankacılık Denetim ve Gözetim Komitesi tarafından Temmuz 1999’ da yayımlanmış düzenleme çerçevesinde kredi riski yönetiminin dört temel adımda gerçekleşmesi gerektiği ifade edilmektedir. Kredi verme sürecinin özelliklerine, kredilerin yapısına göre kredi veren kurumlar arasında farklı uygulamalar olabileceği belirtilmekle birlikte, kapsamlı bir kredi risk yönetiminin aşağıda belirtilen dört adımdan oluşacağı belirtilmektedir:

- Kredi riski için uygun ortamın oluşturulması,
- Güvenli bir kredi verme sürecinin sağlanması,
- Uygun kredi yönetimi, ölçümü ve izleme süreçlerinin sürdürülmesi,
- Kredi riski üzerinde yeterli nitelikte kontrollerin sağlanması

Kredi kurumları krediyi kime vereceklerini bilmek durumundadırlar. Bu nedenle yeni bir kredi ilişkisine girmeden önce kredi veren kurum kredi alacak olanı tanımalı, güvenilir bir itibarı ve kredibilitesi olduğundan emin olmalıdır. Özellikle, hileli ve yasal olmayan faaliyetlerle uğraşan kişilerle birlikte iş yapmaktan kaçınılmasına yönelik sıkı politikalar oluşturulmalıdır. Bunu yapmak için çeşitli yollar mevcuttur, kredi kayıtlarına ulaşmak, referans almak, şirketin yönetiminden sorumlu yetkilileri tanımak, kişisel referansları ve finansal kayıtları kontrol etmek vb.

Finansman şirketleri için kredi vermek hem risk almayı hem de kar sağlamayı gerektirir. Kreditorler her bir kredi için risk/getiri ilişkisini değerlendirmenin yanı sıra karlılık hesabını da yapmalıdır. Krediler, içerilen tüm maliyetler dikkate alınarak ve bankanın üstlendiği riskleri karşılayacak şekilde fiyatlandırılmalıdır. Kredinin verilmesi ve hangi vadede verileceği değerlendirilirken Tüketici finansman şirketleri bekledikleri getirinin karşılığında alınacak riskleri değerlendirmeli, bunu yaparken mümkün olduğu ölçüde fiyatlandırılan ve fiyatlandırılmayan unsurları (alınan teminatlar, sözleşmeye konulan kısıtlamalar gibi) ayrı ayrı dikkate almalıdırlar. Risklerin değerlendirilmesinde finansal kurumlar kötümser senaryoları ve bunun kredi alan üzerindeki etkilerini de

değerlendirmelidir. Finansal kurumlara ilişkin genel problem kredilerin doğru fiyatlandırılmasının yapılamaması, dolayısıyla alınan risklerin yeterli ölçüde kompanse edilememesidir.

Kredi riskinin azaltılması ve yönetilebilmesi için çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Kredi riskini ölçülebilir hale getirebilmek amacıyla geliştirilen yaklaşımlardan birisi de skorlama modelleridir. Skorlama modelleri özellikle bireysel veya küçük ölçekli ticari kredi portföylerinin risk durumunun değerlendirilmesinde geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Temeli istatistikî yaklaşımlara dayanan bu modellerde kullanılan borçluya ait gözlemlenebilir özellikler değerlendirilerek oluşturulan kriterler, kredinin geri dönmeme ihtimalini göstermektedir.⁷⁹

Skorlama modelleri risk ölçümüne daha standartlaştırılmış, istatistiki temellere dayanan analitik bir yaklaşım getirmektedir. Skorlama, bankaların kurumsal portföylerine göre daha çok sayıda, homojen kredi müşterisinden oluşan bireysel ve küçük ticari kredilerinin değerlendirilmesinde geniş bir kullanım alanı bulmuştur. İlk olarak bireysel krediler ve kredi kartları için geliştirilmiş olan bu modeller çok sayıda müşterinin çok kısa zamanda tutarlı olarak değerlendirilmesine imkân vermiş ve bankaların kaynak kullanımını daha etkin hale getirmişlerdir. Skorlama modelleri aracılığıyla müşteri hizmetleri gelişmiş, kredi talebinde bulunan müşteriler çok kısa zamanda taleplerine cevap alabilmişlerdir. Skorlama modellerinin temelinde yatan istatistikî yaklaşımlar sayesinde, modelde kullanılan kriterlerin kredinin geri dönmeme ihtimalinin bir göstergesi olmaları ve bankaların skorlamaya tabi tuttukları portföylerinden daha az kredi zararına maruz kalmaları sağlanmıştır.⁸⁰

Müşteri hizmetlerine bankalara nazaran daha fazla önem veren tüketici finansman şirketleri de skorlama yöntemlerinden faydalanmaya başlamıştır.

79 Deloitte & Touch, 2002. Risk Yönetimi Haber Bülteni, 7, 4

80 Deloitte & Touch, 2002.

Kredi skorlama modelleri kullanılan verilere göre sayısal ve sayısal olmayan yöntemler olmak üzere ikiye ayrılabilir.

Özellikle şirketlerin değerlendirmesinde kullanılan ve şirketin geçmiş yıllardaki finansal verilerinin temelini oluşturduğu lineer olasılık modeli, şirketlerin batma olasılıklarına göre sınıflandırılması, analiz ve test edilmesi amacıyla geliştirilen Lineer Diskriminant Modelleri (ZETA Diskriminant Modeli)⁸¹ ve sınıflandırma ağaçları sayısal yöntemlere örnek olarak sayılabilir.

Doğrusal programlama, tamsayılı programlama, yapay sinir ağları, genetic algoritmalar ve ekspertiz yöntemleri ise sayısal olmayan yöntemlere örnek gösterilebilir.

Geçmiş yıllarda kredi riskinin ölçümünde kullanılan öznel modellere “ekspertiz modelleri” adı verilmiştir. Ekspertiz sistemlerinde bankaların şubelerinde görev yapan kredi uzmanları, kredi değerlendirme sürecinde öznel olarak faktörlere ağırlık vermektedirler. Bu durumda kredi eksperlerinin dikkate alacağı faktörler sonsuz sayıda olabilmektedir. Ancak genelde kabul edilmiş ekspertiz yöntemlerinden bir tanesi 5C modelidir. Bu modelde, ekspertiz beş faktörü değerlendirmekte ve kendine göre ağırlıklandırmaktadır.⁸²

1. Karakter (Character): Finansmanın repütasyonu hakkında bir göstergedir, alınan kredilerin geri ödeme isteği ve geri ödeme tarihçesini içerir.
2. Sermaye (Capital): Özsermaye tutarı ve özsermayenin toplam borçlara oranıdır. Bu oranlar iflas olasılığının öncü göstergeleri olarak algılanır.
3. Kapasite (Capacity): Geri ödeme yeteneği, firmanın kazancının değişkenliği ile yakından ilgilidir. Eğer kredinin geri ödemeleri sabit bir biçimde devam

81 ALTMAN, E., 2000, *Predicting Financial Distress of Companies: Revisiting the Z-score and Zeta Models* [online]. Stern School of Business, New York University, <http://pages.stern.nyu.edu/~ealtman/Zscores.pdf> [Ziyaret Tarihi: 6 Mayıs 2008].

82 Risk Yönetimi, 2004, *Kredi Riski*, <http://www.riskyonetimi.com/krediriski.asp> (17 Ekim 2009), s..

ediyor, ancak firmanın kazancı değişkenlik gösteriyor ise, firmanın borcunu ödemede zorlanabileceği durumlar olacaktır.

4. Teminat (Collateral): Temerrüde düşme durumunda banka, borçlu tarafından rehin edilen teminatı kullanma hakkına sahiptir. Teminat gösterilen kıymetlerin piyasa değeri yükseldikçe, kredinin tahsil edilmeme riski de azalmış olmaktadır.

5. Ekonomik Koşullar (Cycle-Economic Conditions): Ekonomik koşulların durumu, kredi riskinin değerlendirilmesinde özellikle ekonomik dalgalanmalardan çok etkilenen endüstrilerde çok önemli olacaktır.

Günümüzde birçok finans kuruluşu ekspertiz modellerini halen kullanmaktadır. Ancak bu modellerin tutarlılığı ve öznelliği konusunda problemler yaşanmaktadır. Farklı özellikleri taşıyan kredi borçlularının karşılaştırılabilir ortak özelliklerinin neler olduğu ve bu özelliklerin hangi ağırlıkları alması gerektiği soruları problem yaşanmasına neden olmaktadır.

Günümüzde ekspertiz modelleri bilgisayar ortamına aktarılabilir. Uzman kişi ile sürekli görüşülerek karar verme sürecindeki davranışları belirlenmektedir. Belirlenen özellikler yazılım haline getirilerek bilgisayar ortamında uzmanın davranışlarının taklit edilmesi sağlanabilmektedir.

4. TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİ İLE BANKALARIN OTOMOTİV KREDİSİ DEĞERLENDİRME KRİTELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Türkiye’de yaşanan ekonomik krizler sonrasında risk yönetiminin önemi anlaşılmıştır. Özellikle 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz ve 2009 yılında dünya çapında yaşanan kriz sonrasında finansman şirketleri için kredi riskinin önemi ön plana çıkmaktadır.

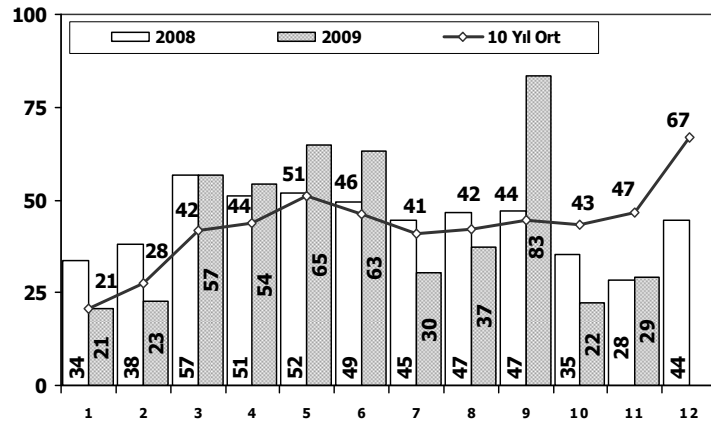
Finansman şirketlerinin karlarını artırmak amacıyla kredi risklerini yönetmeleri gerekmektedir. Finansman şirketleri için kredi riski yönetiminin en önemli noktası kredi başvurularının değerlendirilmesi aşamasıdır. Kredi riskinin efektif yönetiminin sağlanması için finansman şirketine en uygun modelin kullanılarak değerlendirmelerin yapılması gerekmektedir. Günümüzde kredi skrolama modelleri finansman şirketleri tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Sayısal değerlendirme içermemesine rağmen finansman şirketleri tarafından yaygın olarak kullanılan ekspertiz modeli kişisel değerlendirmeye dayanmaktadır. Bu nedenle finansman şirketleri için kredi değerlendirmede belirlenen kriterleri içeren sayısal nitelikler içeren modeller geliştirilmesi faydalı olacaktır.

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin kredi başvurusu değerlendirme kriterleri, tüzel ve gerçek kişi ayrımı yapılarak karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin kriterleri belirlenerek kendi içlerinde kriterlerin önem derecelerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Sınırlama yapılabilmesi için otomotiv kredileri değerlendirilecektir. Değerlendirme için otomotiv kredilerinin seçilmesinin sebebi, Türkiye’de tüketici finansman şirketleri tarafından verilen otomotiv kredilerinin toplam kredilerin tutar olarak %98,5 ini oluşturmasıdır.

Türkiye sanayinde önemli paya sahip olan otomotiv sektörü her geçen yıl üretim ve satış anlamında gelişim göstermektedir. 2009 yılında krizden etkilenen sektör ÖTV indirimi ve firmalar tarafından gerçekleştirilen kampanyalarla büyüme sağlamıştır.

2009 yılında ticari araç pazarında % 0,05 gibi düşük oranda gerileme gerçekleşmiştir. Toplam pazarın yüzde 64 ünü oluşturan otomobil pazarında Mart ayında başlayan ÖTV indirimi, Kasım ayında firmaların yapmış olduğu bireysel kampanyalara bağlı olarak gerçekleşen önemli artış toplam pazarın da 2008 yılına göre yüzde 12.75 oranında artmasına neden olmuştur. Otomobil satışlarının artışına bağlı olarak otomotiv kredilerinin sayısında da artış gözlemlenmiştir.



Grafik 5: 10 Yıllık Ortalama ve 2009/2008 Toplam Satışlar (x1000)

Kaynak: 2009-11 OSD Basın Bülteni, 2009

Tüketici finansman şirketlerinin işlemlerinin yaklaşık olarak tamamını otomotiv kredileri oluşturduğundan risk yönetimi kapsamında otomotiv kredisi değerlendirme sürecinin ön planda tutulması doğru olacaktır.

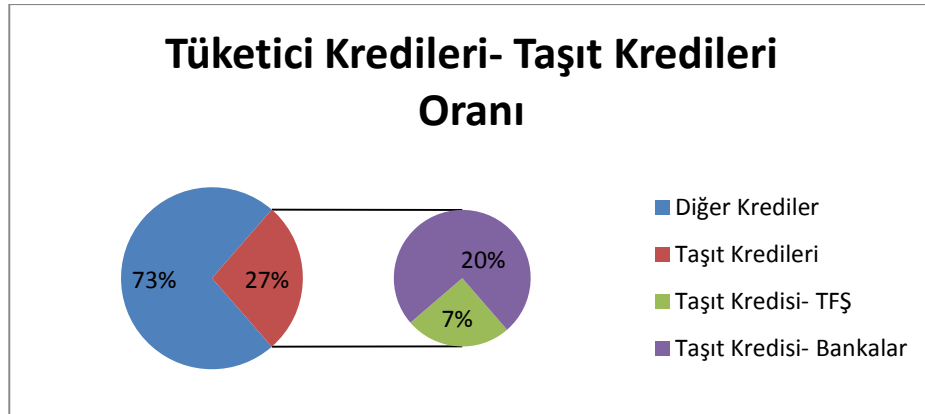
Tablo 7

**Tüketici Finansman Şirketleri ve Bankalar için Taşıt Kredisi Yaşayan
Kredi Tutarları**

KURUM	26.12.2003	31.12.2004	30.12.2005	29.12.2006	28.12.2007	26.12.2008	30.01.2009	29.01.2010
BANKALAR	2,152,910	9,400,415	13,350,629	15,244,907	15,509,341	14,325,587	13,657,456	10,313,852
TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİ	613,838	1,270,425	2,319,328	3,157,157	3,608,118	3,908,002	3,821,953	3,810,085
TOPLAM TAŞIT KREDİLERİ	2,766,748	10,670,840	15,669,957	18,402,064	19,117,459	18,233,589	17,479,409	14,123,937
TFŞ Pazar Payı	0.22	0.12	0.15	0.17	0.19	0.21	0.22	0.27

Kaynak: Koçfinans, TCMB 2003-2010 Raporu verilerinden derlenmiştir.

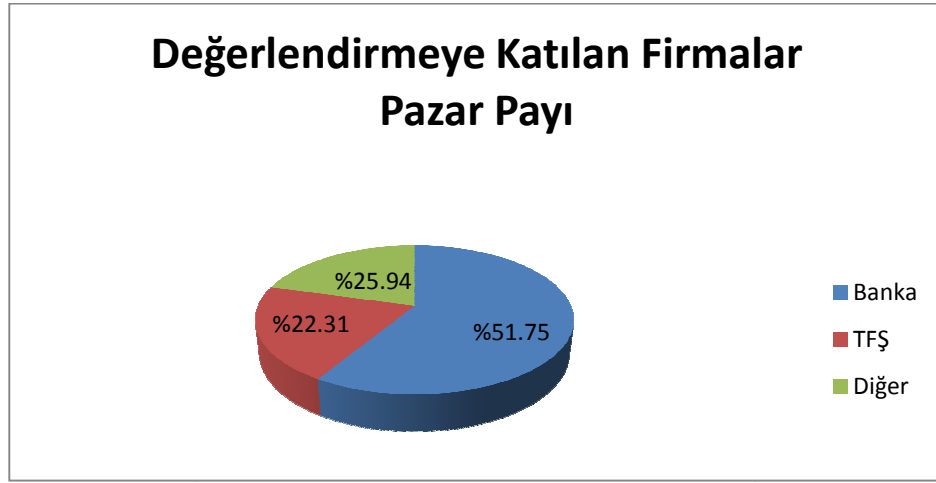
Yukarıdaki tablo incelendiğinde yaşayan otomotiv kredilerinin 2009 yılı sonunda, % 27'sini Tüketici Finansman Şirketleri'nin oluşturduğu anlaşılmaktadır. Ancak tüketici finansman şirketleri bankalar hariç tutularak incelendiğinde verilen toplam tüketici kredilerinin %98'ini otomotiv kredileri oluşturmaktadır.



Grafik 6: Tüketici Kredileri İçinde Taşıt Kredileri Oranı

Kaynak: Koçfinans, TCMB 2003-2009 Raporu verilerinden derlenmiştir.

Araştırma kapsamında 5 banka ve 5 tüketici finansman şirketi ile görüşülmüştür. Çalışma kapsamında değerlendirilen bankaların toplam Otomotiv kredi pazarı içindeki payı %51.75’dir. Çalışma kapsamında değerlendirilen tüketici finansman şirketlerinin ise toplam içerisindeki pazar payı %22.31’dir.



Grafik 7: Ankete Katılan Firmaların Toplam Kredilerde Pazar Payı(Adet-Eylül-2009)

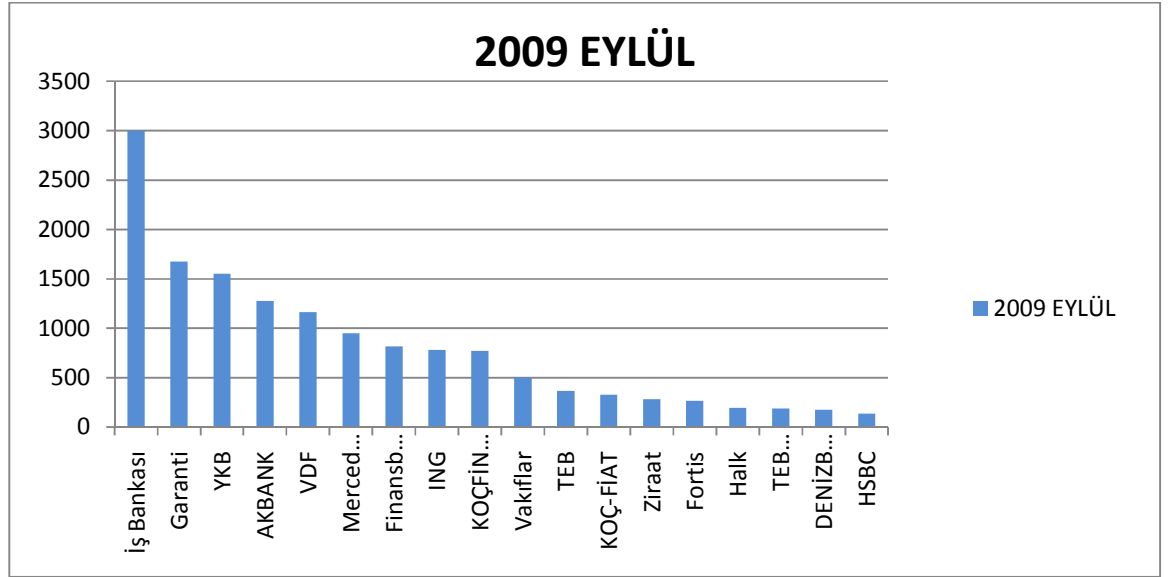
Kaynak: Koçfinans, TBB Eylül 2009 Raporu verilerinden derlenmiştir.

Tablo 8

Ankete Katılan Firmaların Kurum Bazında Pazar Payları (Eylül-2009)

2009 Eylül	Tutar	Oran
İş Bankası	2,996	19.71%
Garanti	1,676	11.03%
Ykb	1,551	10.20%
Akbank	1,277	8.40%
VDF	1,164	7.66%
Mercedes-Benz	951	6.26%
Finansbank	819	5.39%
ING	779	5.13%
Koçfinans	770	5.07%
Vakıflar	502	3.30%
TEB	366	2.41%
Koç Fiat	330	2.17%
Ziraat	283	1.86%
Fortis	265	1.74%
Halk	198	1.30%
Deniz Bank	186	1.22%
Teb Cetelem	176	1.16%
HSBC	138	0.91%
Diğer	773	5.09%
Toplam	15,200	100.00%

Kaynak: Koçfinans, TBB Eylül 2009 Raporu verilerinden derlenmiştir.



Grafik 8: Ankete Katılan Firmaların Kredi Adetleri (Eylül 2009)

Kaynak: Koçfinans, TBB 2003-2009 Raporu verilerinden derlenmiştir.

Değerlendirmeler sonucunda verilerin Analitik Ağ Süreci yöntemi kullanılarak değerlendirilmesine karar verilmiştir.

4.1. Analitik Ağ Süreci (ANP)

Bir karar verme sürecinde temel problem; birbiri ile çelişen ölçütlere göre değerlendirilen seçenekler kümesinden en iyi seçeneği belirlemektir. Bu amaca yönelik olarak geliştirilmiş karar verme yöntemlerinin büyük bir bölümü sadece nicel ölçüleri kapsamaktadır. Gerçek hayatta karar verme süreci yarı nicel ya da nitel ölçütlerden önemli ölçüde etkilenmektedir.⁸³

Gerçek hayatta karar verme problemlerini etkileyen birçok faktör birbiriyle etkileşim halinde bulunmakta ve en iyi kararın verilmesi faktörler arasındaki bu ilişkilerin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Karar verme sürecinde faktörler arasındaki ilişkileri

⁸³ Bayraktar, D. ve Gözlü, S., Tekstil İmalat Firmalarında Teknoloji Seçimi İçin Analitik Hiyerarşi Yaklaşımı. İ.T.Ü. İşletme Fakültesi, Maçka-İstanbul, 1997.

dikkate alan ve problemin tek bir yöne bağlı kalarak modelleme zorunluluğunu ortadan kaldıran yöntem Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen Analitik Ağ Prosesi (ANP) yöntemidir.⁸⁴ ANP yönteminde karar verme problemi bir ağ yapısı ile modellenmekte ve modelleme aşamasında faktörler arasındaki bağımlılıklar ve faktör içindeki iç bağımlılıklar dikkate alınmaktadır. ANP yöntemi bu yapısıyla karar verme problemlerinin daha etkin ve gerçekçi bir şekilde çözülmesini sağlamaktadır.⁸⁵

Tüketicilerin kredi değerlendirme sürecinde de birbiri ile ilişkili birçok kriter göz önünde bulundurulmaktadır. Bu nedenle kredi değerlendirmesi için yeni bir model geliştirilirken ANP kullanılmasına karar verilmiştir.

4.2. Analitik Ağ Süreci İle Problemin Kurulması Ve Çözülmesi

4.2.1. Problemin Belirlenmesi

Karar, karar verme süreci, karar analizi gibi konularda yapılan genel araştırmalar neticesinde; kişilerin, hayatlarının büyük bölümünde çok çeşitli sorunlarla karşılaştıkları görülmektedir.

Problem yapıları değiştikçe ve problem karmaşıktıkça, katılımcıların, kriterlerin, özelliklerin, alternatiflerin, farklı fikirlerin yapısı ve sayısı değişecek ve karar vermek zorlaşacaktır. Hatta kişilerin beyin yapıları dikkate alındığında, insan beyninin karmaşık kararların etkin ve sezgisel bir şekilde sentezini gerçekleştirmeye yeterli olmadığı görülecektir. Bu nedenle sadece akıl yürüterek karmaşık ve kritik kararları verebilmek mümkün değildir.⁸⁶ Bu aşamada da matematiksel modeller, karar modelleri devreye girmektedir.

84 Saaty, T.L., Decision Making with Dependence and Feedback: The Analytic Network Process, RWS Publications, Pittsburgh, A.B.D., 1996

85 Dağdeviren, M., Eraslan, E. VE Kurt, M, Çalışanların Toplam İş Yükü Seviyelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model Ve Uygulaması, Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak, 2005

86 Evren ,R. ve Ülengin, F., Yönetimde Kara Verme, İstanbul Teknik Üniversitesi, 1478, 1992.

Bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin kredi verme aşamasında müşterilerinin kredi notunu hesaplamaları da çok kriterli bir karar verme süreci olarak değerlendirilebilir. Özellikle istatistiksel olmayan yöntemlerden biri olan Ekspertiz Modeli'nde karar verici kişisel tecrübelerine dayanarak değerlendirme kriterleri belirler ve bu kriterlere göre karar verir. Ancak bu kriterler her ne kadar çoğu zaman ortak olsa da değerlendirmeyi yapan kişinin düşüncelerine göre farklılık gösterebilmektedir. Bunun nedeni kişilerin farklı zamanlarda farklı dış faktörlerden etkilenmeleridir. Etkileyici dış faktörler değerlendirmeyi yapan kişinin değişken kararlar vermesine neden olabilmektedir. Bu nedenle Ekspertiz Modeli'ne alternatif olarak kriterlerin ağırlıkları belirlenerek yeni bir değerlendirme modeli oluşturulması yararlı olacaktır. Ayrıca değerlendirmede kriterler gerçek ve tüzel olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Her iki kredi grubu için de bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin kriterleri dikkate alma oranları karşılaştırılacaktır. Sonuç olarak ortaya çıkan kriterlerin bu şekilde değerlendirilmesinin doğruluğuna, bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin mevcut durumdaki batak oranlarına göre karar verilecektir.

4.2.2. Modelin Kurulması

Kredi değerlendirme sürecinde, gerçek ve tüzel kimliğe sahip tüketiciler değerlendirilirken karar kriterlerinin neler olduğu konusunda araştırma yapılmıştır. Bu araştırma sırasında özellikle bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin kredi değerlendirme bölümünde çalışan uzmanlarla görüşülmüştür. Belirlenen kriterler benzer özellikleri göz önüne alınarak farklı gruplar altında toplanmıştır.

Gerçek kişilerin yaptığı kredi talepleri değerlendirilirken dikkat edilen kriterler aşağıdaki gibidir:

A)TÜKETİCİNİN KİŞİSEL BİLGİLERİ

A.1) Yaş

A.2) Cinsiyet

A.3) Meslek

A.4) Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı

A.5) Çalışma Süresi

B) TÜKETİCİNİN GELİRİ

B.1) Aylık ortalama geliri

B.2) Aylık ortalama gideri

B.3) Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı

B.4) Hane Geliri

C) KREDİ BİLGİLERİ

C.1) Kredi Tutarı

C.2) Peşinat Oranı

C.3) Vade

C.4) Aylık Taksit

C.5) Ek Teminat

D) GEÇMİŞ BİLGİLERİ

D.1) TCMB Kayıtları

D.2) SGK Kayıtları

D.3) KKB Kayıtları

D.4) Ödeme performansı

D.5) Diğer banka ve finans kurumlarına olan başvurular

E) ÜRÜN BİLGİLERİ

E.1) Ürün Fiyatı

E.2) Ürün Modeli

E.3) Ürün Markası

E.4) Kullanım Amacı (Binek/Ticari)

E.5) Ürünün tüketici ve görevi ile(ticari araçlar için) uyumu

Kurumsal kimliğe sahip müşterilerin kredi başvuruları için ise kriterler aşağıdaki gibidir.

A) FİNANSAL YAPI

A.1) Kaldıraç Oranı

A.2) Faiz Ödeme Gücü

A.3) Şirketin Piyasa Değeri

A.4) Cari Oran

B) KARLILIK ve AKTİF YAPISI

B.1) Net Kar Marjı

B.2) ROE

B.3) Satış Hacmi

B.4) Firmanın Kazancındaki Değişmeler

B.5) Aktif Büyüklüğü

C) ŞİRKETİN NİTELİKSEL ÖZELLİKLERİ

C.1) Şirketin yaşı

C.2) Şirketin Tanınmışlığı

C.3) Şirket Yöneticilerinin Deneyimi

C.4) Firmanın Geleceğe Yönelik Planları

D) SEKTÖREL DURUM

D.1) Sektör Payı

D.2) Sektörün Genel Durumu

E) ŞİRKETİN KREDİ ÖZELLİKLERİ

E.1) Teminat Değeri

E.2) İflas Olasılığı

E.3) Kredi Geçmişi

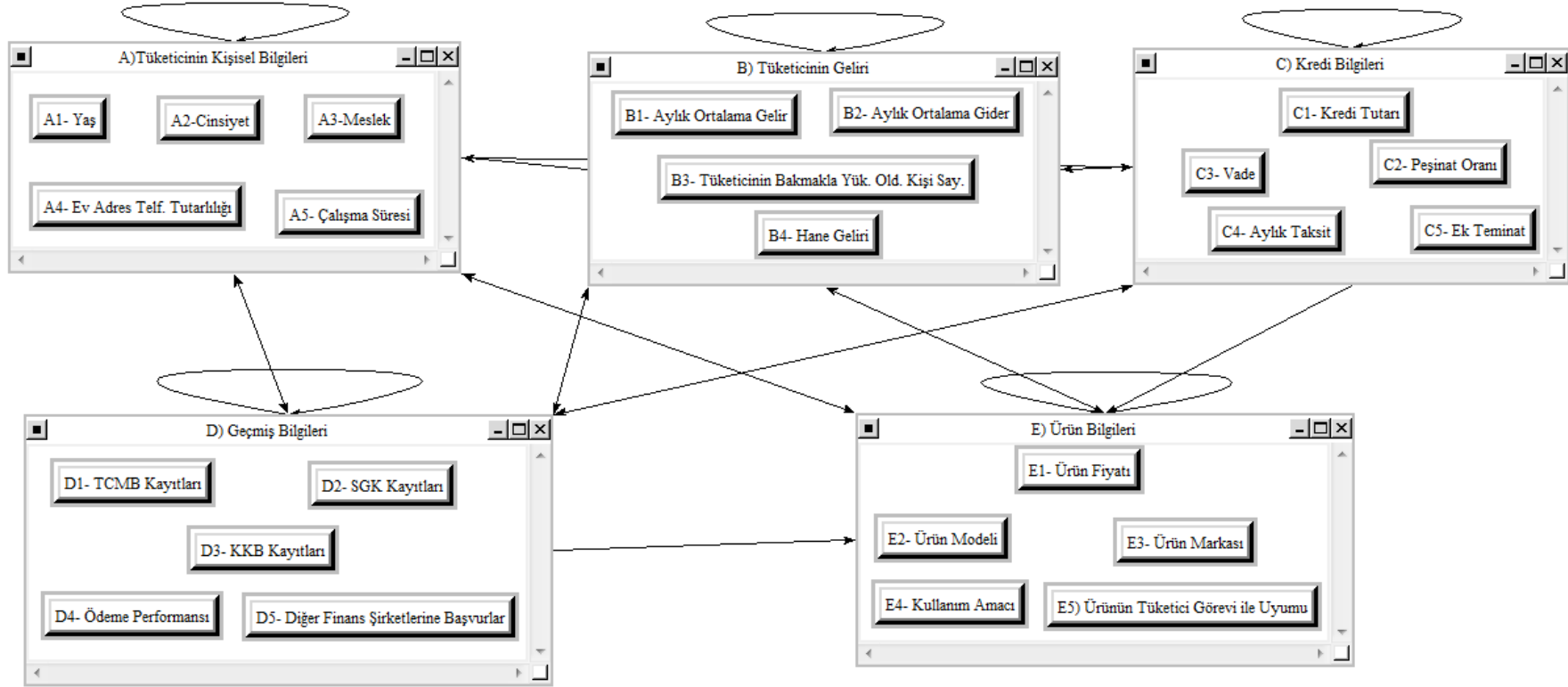
Bu gruplandırma sonrasında hangi kriterlerin birbirini etkilediği belirlenmiştir. Çünkü listelerde yer alan bazı grupların birbiri üzerine etkisi vardır. Bu aşamada da uzman görüşlerine başvurulmuştur. Elde edilen sonuçlar değerlendirilerek Şekil 1 ve Şekil 2’ de gösterilen modeller oluşturulmuştur. Hangi faktörlerin birbiri üzerine etkili olduğunu gösteren İlişkiler Matrisi iki kredi çeşidi için de uzmanlar tarafından doldurularak belirlenmiştir. Uzman sayısının tek sayıda olmasına dikkat edilmiştir. Sonuç olarak Tablo 9 ve Tablo 10’da gösterilen matris elde edilmiştir.

Tablo 9

Gerçek Kişi Kredileri İçin Oluşturulan İlişkiler Matrisi

	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D4	D5	D6	E1	E2	E3	E4	E5
A1																					x	x		
A2																					x	x		
A3	x	x																						
A4			x																x					
A5	x																							
B1	x		x					x	x															
B2	x		x			x		x	x	x		x	x					x		x				
B3	x	x				x																		
B4	x	x	x		x	x	x			x														
C1			x		x	x	x	x	x		x	x	x	x				x		x				x
C2			x		x	x	x			x								x		x				x
C3	x		x		x	x	x		x	x	x		x		x	x	x	x	x	x				
C4			x			x	x		x	x	x	x			x	x	x	x		x				
C5			x			x	x						x		x		x			x				
D1	x			x		x	x		x									x	x					
D2	x		x		x																			
D4	x			x		x	x		x									x	x					
D5	x		x		x	x	x		x	x											x	x		
D6				x												x	x	x						
E1	x	x	x			x	x		x												x	x		
E2	x	x	x			x	x		x														x	
E3	x	x				x																		
E4	x	x	x																					x
E5		x	x																		x		x	

A1 üzerinde A2 etkili midir?” şeklinde sorularla hangi faktörlerin birbiri üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Daha sonra birbiri üzerinde etkili olan faktörler için ikili karşılaştırma sorularından oluşan bir anket hazırlanarak konu ile ilgili uzman kişilere doldurtulmuştur. Oluşturulan anket Ek.1’de görülmektedir.



Şekil 1: Gerçek Kişi Kredileri için Kurulan ANP Modeli

Tablo 10

Kurumsal Krediler İçin Oluşturulan İlişkiler Matrisi

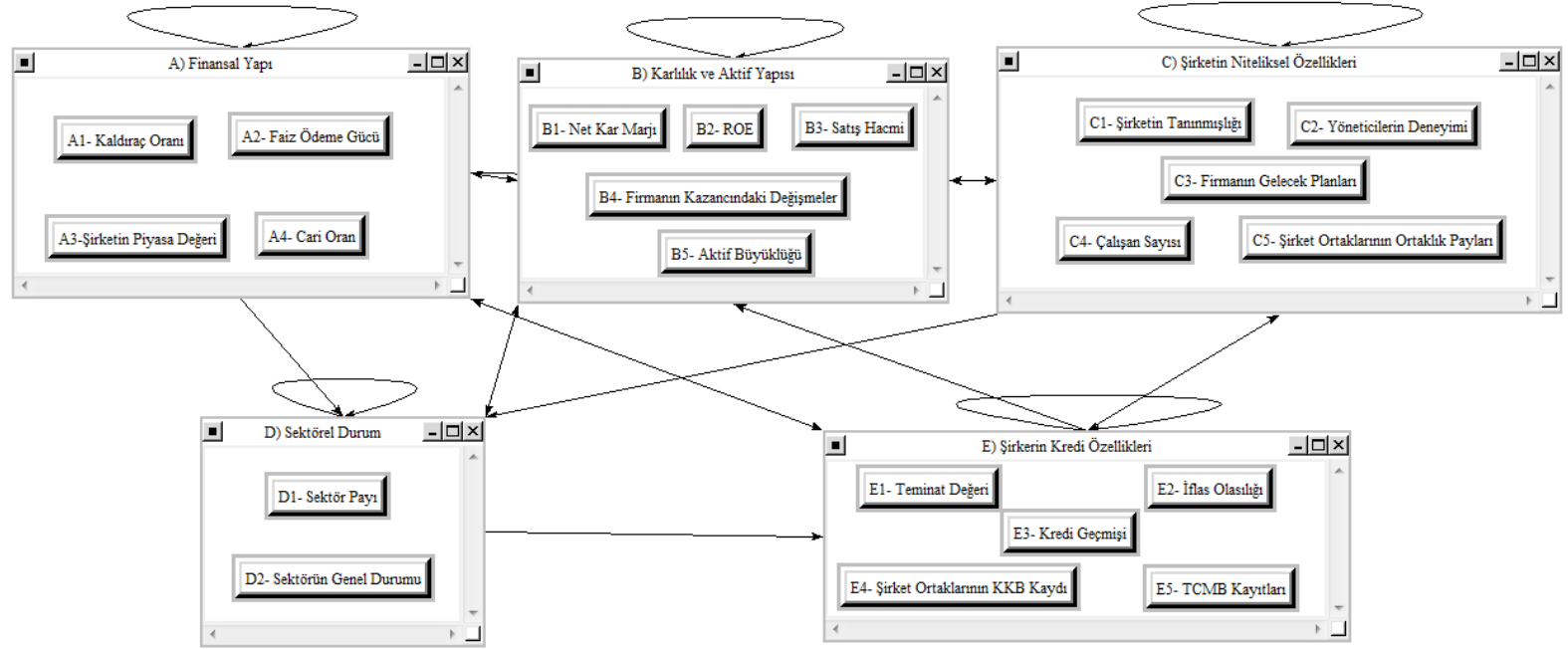
	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	E1	E2	E3	E4	E5
A1				x		x			x												
A2	x		x		x	x															
A3	x					x	x		x			x		x	x		x		x		
A4	x				x	x															
B1	x			x		x	x	x													
B2		x	x		x			x													
B3	x		x		x	x				x					x	x					
B4	x			x		x									x	x					
B5	x			x	x		x														
C1											x		x		x						
C2										x											
C3										x	x		x		x	x		x	x	X	X
C4												x			x						
C5									x												
D1					x		x								x		x	x			
D2							x														
E1	x								x												
E2	x	x	x							x		x					x		x	X	X
E3		x						x	x	x	x										
E4	x							x	x										x		
E5								x											x	X	

A1 üzerinde A2 etkili midir?’’ şeklinde sorularla hangi faktörlerin birbiri üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Daha sonra birbiri üzerinde etkili olan faktörler için ikili karşılaştırma sorularından oluşan bir anket hazırlanarak konu ile ilgili uzman kişilere doldurtulmuştur. Oluşturulan anket Ek.2’de görülmektedir.

4.2.3. Metot

İkili karşılaştırma soruları kullanılarak oluşturulan anket katılımcılar tarafından yanıtlanmıştır. 1-9 skalası kullanılarak değerlendirme yapmaları istenmiştir. Verilen cevaplara göre hangi faktörlerin etkisinin daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Bu anketin uygulanması için finans ve kredi değerlendirme konusunda bilgili olmaları dikkate alınarak bir katılımcı grubu belirlenmiştir. Anket öncesinde cevaplama şekli ile ilgili gereken açıklamalar yapılarak yanlışlıkların önüne geçilmeye çalışılmıştır.



Şekil 2: Kurumsal Müşteriler için Oluşturulan ANP Modeli

4.2.4. Değerlendirme

Anketlere verilen cevaplar doğrultusunda, her bir faktör için katılımcıların verdiği cevapların geometrik ortalaması alınarak bu değerler Super Decisions adı verilen ANP yazılımına aktarılmıştır.

Bu değerler programa girilip Ağırlıklandırılmış Süper Matrisler hesaplanır. Daha sonra limit matrisler hesaplanır ve normalize edilir. Normalize edilmiş limit matrisler gerçek kişi kredi başvuruları için Tablo 12 ve Tablo 14'te; tüzel kişi kredi başvuruları içinse Tablo 16 ve 18'de gösterilmektedir.

Limit matris değerleri kullanılarak hesaplanan global değerler ve buna bağlı olarak kriterlerin yüzdeleri de Tablo 19 ve Tablo 20'de gösterildiği gibidir.

Gerçek kişi kredileri için kurulan ANP Modelinde “Yaş” ve “Cinsiyet” kriterleri kişiye özgü değerlerdir ve normal şartlarda diğer kriterlerden etkilenmemektedir. Ancak bu şekilde bir değerlendirme yapıldığında sonuç tutarsız çıkmaktadır. Bu nedenle şirketlerin yaptığı kampanyalara bağlı olarak kredi başvurusu yapan tüketicilerin “Ürün Modeli” ve “Ürün Markası” ndan dolayı etkilenerek değişkenlik gösterebileceği varsayılmıştır.

Tablo 11

Bankalar- Gerçek Kişi Kredi Başvuruları için Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D4	D5	D6	E1	E2	E3	E4	E5
A.1) Yaş	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911	0.03911
A.2) Cinsiyet	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427	0.08427
A.3) Meslek	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177	0.07177
A.4) Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017	0.00017
A.5) Çalışma Süresi	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951	0.00951
B.1) Aylık ortalama gelir	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239	0.25239
B.2) Aylık ortalama gider	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905	0.03905
B.3) Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550	0.05550
B.4) Hane Geliri	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318	0.19318
C.1) Kredi Tutarı	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421	0.05421
C.2) Peşinat Oranı	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372	0.00372
C.3) Vade	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194	0.00194
C.4) Aylık Taksit	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393	0.00393
C.5) Ek Teminat	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184	0.00184
D.1) TCMB Kayıtları	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131	0.00131
D.2) SGK Kayıtları	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012	0.00012
D.3) KKB Kayıtları	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059	0.00059
D.4) Ödeme performansı	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624	0.02624
D.5) Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028	0.00028
E.1) Ürün Fiyatı	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397	0.00397
E.2) Ürün Modeli	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671	0.06671
E.3) Ürün Markası	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338	0.06338
E.4) Kullanım Amacı (Binek/Ticari)	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135	0.02135
E.5) Ürünün tüketici ve görevi ile(ticari araçlar için) uyumu	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544	0.00544

Tablo 12

Bankalar- Gerçek Kişi Kredi Başvuruları için Normalize Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D4	D5	D6	E1	E2	E3	E4	E5
A.1) Yaş	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909	0.1909
A.2) Cinsiyet	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114	0.4114
A.3) Meslek	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504	0.3504
A.4) Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008
A.5) Çalışma Süresi	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464	0.0464
B.1) Aylık ortalama gelir	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673	0.4673
B.2) Aylık ortalama gider	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723
B.3) Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028	0.1028
B.4) Hane Geliri	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577	0.3577
C.1) Kredi Tutarı	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259	0.8259
C.2) Peşinat Oranı	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567	0.0567
C.3) Vade	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296	0.0296
C.4) Aylık Taksit	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599	0.0599
C.5) Ek Teminat	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280	0.0280
D.1) TCMB Kayıtları	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459	0.0459
D.2) SGK Kayıtları	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042	0.0042
D.3) KKB Kayıtları	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207	0.0207
D.4) Ödeme performansı	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194	0.9194
D.5) Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098
E.1) Ürün Fiyatı	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247	0.0247
E.2) Ürün Modeli	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147	0.4147
E.3) Ürün Markası	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940	0.3940
E.4) Kullanım Amacı (Binek/Ticari)	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327	0.1327
E.5) Ürünün tüketici ve görevi ile (ticari araçlar için) uyumu	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338	0.0338

Tablo 13

Tüketici Finansman Şirketleri - Gerçek Kişi Kredi Başvuruları Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D4	D5	D6	E1	E2	E3	E4	E5
A.1) Yaş	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419	0.0419
A.2) Cinsiyet	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816	0.0816
A.3) Meslek	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723	0.0723
A.4) Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002
A.5) Çalışma Süresi	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
B.1) Aylık ortalama gelir	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426	0.2426
B.2) Aylık ortalama gider	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044
B.3) Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501	0.0501
B.4) Hane Geliri	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197	0.197
C.1) Kredi Tutarı	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559	0.0559
C.2) Peşinat Oranı	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038	0.0038
C.3) Vade	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027	0.0027
C.4) Aylık Taksit	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044	0.0044
C.5) Ek Teminat	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012	0.0012
D.1) TCMB Kayıtları	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014	0.0014
D.2) SGK Kayıtları	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002
D.3) KKB Kayıtları	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005	0.0005
D.4) Ödeme performansı	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282	0.0282
D.5) Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003	0.0003
E.1) Ürün Fiyatı	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029	0.0029
E.2) Ürün Modeli	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668	0.0668
E.3) Ürün Markası	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629	0.0629
E.4) Kullanım Amacı (Binek/Ticari)	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232	0.0232
E.5) Ürünün tüketici ve görevi ile (ticari araçlar için) uyumu	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059	0.0059

Tablo 14

Tüketici Finansman Şirketleri - Gerçek Kişi Kredi Başvuruları Normalize Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D4	D5	D6	E1	E2	E3	E4	E5
A.1) Yaş	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139	0.2139
A.2) Cinsiyet	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164	0.4164
A.3) Meslek	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689	0.3689
A.4) Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008	0.0008
A.5) Çalışma Süresi	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511	0.0511
B.1) Aylık ortalama gelir	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995	0.6995
B.2) Aylık ortalama gider	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127	0.127
B.3) Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446	0.1446
B.4) Hane Geliri	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568	0.568
C.1) Kredi Tutarı	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212	0.212
C.2) Peşinat Oranı	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146	0.0146
C.3) Vade	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102	0.0102
C.4) Aylık Taksit	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167	0.0167
C.5) Ek Teminat	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046	0.0046
D.1) TCMB Kayıtları	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045
D.2) SGK Kayıtları	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076
D.3) KKB Kayıtları	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143	0.0143
D.4) Ödeme performansı	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944	0.8944
D.5) Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101	0.0101
E.1) Ürün Fiyatı	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185	0.0185
E.2) Ürün Modeli	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281	0.4281
E.3) Ürün Markası	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027	0.4027
E.4) Kullanım Amacı (Binek/Ticari)	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486	0.1486
E.5) Ürünün tüketici ve görevi ile (ticari araçlar için) uyumu	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379	0.0379

Tablo 15

Bankalar- Tüzel Kişi Kredi Başvuruları için Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	E1	E2	E3	E4	E5
A.1)Kaldıraç Oranı	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199	0,1199
A.2) Faiz Ödeme Gücü	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302	0,0302
A.3)Şirketin Piyasa Değeri	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052	0,052
A.4) Cari Oran	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237	0,1237
B.1)Net Kar Marjı	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201	0,1201
B.2)ROE	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978
B.3) Satış Hacmi	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024	0,1024
B.4)Firmanın Kazancı Değişim	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407	0,0407
B.5) Aktif büyüklüğü	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312	0,0312
C.1)Şirketin Tanınmışlığı	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642	0,0642
C.2)Yöneticilerinin Deneyimi	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345	0,0345
C.3)Firmanın Gelecek Planları	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151	0,0151
C.4) Çalışan Sayısı	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083	0,0083
C.5) Şirket ortaklarının ortaklık payları	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021	0,0021
D.1) Sektör Payı	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714	0,0714
D.2) Sektörün Genel Durumu	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433	0,0433
E.1)Teminat Değeri	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044	0,0044
E.2) İflas Olasılığı	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099	0,0099
E.3)Kredi Geçmişi	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273	0,0273
E.4) Şirket ortaklarının KKB kaydı	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006
E.5) TCMB Kayıtları	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012	0,0012

Tablo 16

Bankalar- Tüzel Kişi Kredi Başvuruları için Normalize Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	E1	E2	E3	E4	E5
A.1) Kaldıraç Oranı	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368	0,368
A.2) Faiz Ödeme Gücü	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926	0,0926
A.3) Şirketin Piyasa Değeri	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596	0,1596
A.4) Cari Oran	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797	0,3797
B.1) Net Kar Marjı	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063	0,3063
B.2) ROE	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493	0,2493
B.3) Satış Hacmi	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612	0,2612
B.4) Firmanın Kazancı Değişim	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038	0,1038
B.5) Aktif büyüklüğü	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794	0,0794
C.1) Şirketin Tanınmışlığı	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166	0,5166
C.2) Yöneticilerinin Deneyimi	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777	0,2777
C.3) Firmanın Gelecek Planları	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219	0,1219
C.4) Çalışan Sayısı	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067
C.5) Şirket ortaklarının ortaklık payları	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167	0,0167
D.1) Sektör Payı	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225	0,6225
D.2) Sektörün Genel Durumu	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775	0,3775
E.1) Teminat Değeri	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007	0,1007
E.2) İflas Olasılığı	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288	0,2288
E.3) Kredi Geçmişi	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303	0,6303
E.4) Şirket ortaklarının KKB kaydı	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127	0,0127
E.5) TCMB Kayıtları	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275	0,0275

Tablo 17

Tüketici Finansman Şirketleri - Tüzel Kişi Kredi Başvuruları Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	E1	E2	E3	E4	E5
A.1)Kaldıraç Oranı	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332	0,1332
A.2) Faiz Ödeme Gücü	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417	0,0417
A.3)Şirketin Piyasa Değeri	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442	0,0442
A.4) Cari Oran	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343	0,1343
B.1)Net Kar Marjı	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329	0,1329
B.2)ROE	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171	0,1171
B.3) Satış Hacmi	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087	0,087
B.4)Firmanın Kazancı Değişim	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391	0,0391
B.5) Aktif büyüklüğü	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359	0,0359
C.1)Şirketin Tanınmışlığı	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526	0,0526
C.2)Yöneticilerinin Deneyimi	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261	0,0261
C.3)Firmanın Gelecek Planları	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117	0,0117
C.4) Çalışan Sayısı	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078	0,0078
C.5) Şirket ortaklarının ortaklık payları	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003
D.1) Sektör Payı	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605	0,0605
D.2) Sektörün Genel Durumu	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374	0,0374
E.1)Teminat Değeri	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035	0,0035
E.2) İflas Olasılığı	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068	0,0068
E.3)Kredi Geçmişi	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242	0,0242
E.4) Şirket ortaklarının KKB kaydı	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005
E.5) TCMB Kayıtları	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007	0,0007

Tablo 18

Tüketici Finansman Şirketleri - Tüzel Kişi Kredi Başvuruları Normalize Limit Matris

	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	E1	E2	E3	E4	E5
A.1) Kaldıraç Oranı	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377	0,377
A.2) Faiz Ödeme Gücü	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179	0,1179
A.3) Şirketin Piyasa Değeri	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251	0,1251
A.4) Cari Oran	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38
B.1) Net Kar Marjı	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226	0,3226
B.2) ROE	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842	0,2842
B.3) Satış Hacmi	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112	0,2112
B.4) Firmanın Kazancı Değişim	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949	0,0949
B.5) Aktif büyüklüğü	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871	0,0871
C.1) Şirketin Tanınmışlığı	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202	0,5202
C.2) Yöneticilerinin Deneyimi	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579	0,2579
C.3) Firmanın Gelecek Planları	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152	0,1152
C.4) Çalışan Sayısı	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774	0,0774
C.5) Şirket ortaklarının ortaklık payları	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292	0,0292
D.1) Sektör Payı	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618	0,618
D.2) Sektörün Genel Durumu	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382	0,382
E.1) Teminat Değeri	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978	0,0978
E.2) iflas Olasılığı	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915	0,1915
E.3) Kredi Geçmişi	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779	0,6779
E.4) Şirket ortaklarının KKB kaydı	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129	0,0129
E.5) TCMB Kayıtları	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199	0,0199

4.2.4.1 Gerçek Kişi Kredileri İçin Bankalar ve Tüketici Finansman Şirketleri Sonuçlarının Karşılaştırılması

Aşağıdaki tabloda değerlendirme sonuçları ve oranları ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Bankalar ve tüketici finansman şirketleri için kurulan modellerde değerlendirmeler ayrı ayrı yapılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde hem bankalar hem de tüketici finansman şirketleri için önem kazanan kriterlerin ortak olduğu görülmektedir.

Sonuçlar ayrıntılı incelendiğinde; yapılan değerlendirmeler sonucunda araştırmaya katılan uzmanlar, gerçek kişiler tarafından yapılan başvuruların değerlendirme sürecinde, Bankaların ve Tüketici Finansman Şirketleri'nin kişilerin kredi geçmişlerine daha çok dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.

Ana gruplar kendi aralarında değerlendirildiğinde ise “Tüketicinin Kişisel Bilgileri” ile ilgili faktörler arasında “Cinsiyet” ve “Meslek” birbirine yakın değerler olarak öne çıkmaktadır. Tüketicinin işyerindeki çalışma süresi Banka ve TFS’lerinde beklenenin çok altında bir değer olarak değerlendirme yapılırken çok önemsenmediği görülmüştür.

“Tüketicinin Geliri”ni ortaya koyan önemli göstergeler olarak “Aylık Ortalama Gelir” ve “Hane Geliri” kabul edilebilir. Tüketicinin kullanacağı “Kredi Bilgileri”nin bulunduğu kümede ise “Kredi Tutarı” en önemli faktör olmuştur. Uzmanların kredi değerlendirme sürecinde en çok göz önünde bulundurdıkları “Geçmiş Bilgileri” ile ilgili “Ödeme Performansı” büyük farkla önem kazanmaktadır.

Tüketicinin kredi kullanarak alacağı ürünle ilgili kriterler arasında ise “Ürün Modeli” ve “Ürün Markası” yakın oranlar olarak önem kazanmaktadır.

Sonuç olarak gerçek kişiler tarafından yapılan kredi başvuruları için değerlendirme yapılırken önem kazanan kriterlerin modele dahil edilmesi gerekmektedir. Böylece öznel değerlendirmelerde yapılan hatalardan uzaklaşarak kredi riskinin azaltılması sağlanacaktır.

Tablo 19

Gerçek Kişi Kredileri İçin ANP Sonuçları

	BANKALAR	TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİ
A)TÜKETİCİNİN KİŞİSEL BİLGİLERİ		
A.1) Yaş	0,1909	0,2035
A.2) Cinsiyet	0,4114	0,3961
A.3)Meslek	0,3504	0,3509
A.4) Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı	0,0008	0,0008
A.5) Çalışma Süresi	0,0464	0,0487
B) TÜKETİCİNİN GELİRİ		
B.1) Aylık ortalama gelir	0,4673	0,4545
B.2) Aylık ortalama gider	0,0723	0,0825
B.3) Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	0,1028	0,0939
B.4) Hane Geliri	0,3577	0,3691
C) KREDİ BİLGİLERİ		
C.1) Kredi Tutarı	0,8259	0,8213
C.2) Peşinat Oranı	0,0567	0,0564
C.3) Vade	0,0296	0,0396
C.4) Aylık Taksit	0,0599	0,0648
C.5) Ek Teminat	0,0280	0,0179
D) GEÇMİŞ BİLGİLERİ		
D.1) TCMB Kayıtları	0,0459	0,0463
D.2) SGK Kayıtları	0,0042	0,0078
D.3) KKB Kayıtları	0,0207	0,0147
D.4) Ödeme performansı	0,9194	0,9207
D.5)Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular	0,0098	0,0104
E) ÜRÜN BİLGİLERİ		
E.1) Ürün Fiyatı	0,0247	0,0179
E.2) Ürün Modeli	0,4147	0,4133
E.3) Ürün Markası	0,3940	0,3888
E.4) Kullanım Amacı (Binek/Ticari)	0,1327	0,1435
E.5) Ürünün tüketici ve görevi ile(ticari araçlar için) uyumu	0,0338	0,0366

4.2.4.2 Kurumsal Krediler İçin Bankalar ve Tüketici Finansman Şirketleri Sonuçlarının Karşılaştırılması

Aşağıdaki tabloda kurumsal krediler için değerlendirme sonuçları ve oranları ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Bankalar ve tüketici finansman şirketleri için kurulan modellerde değerlendirmeler ayrı ayrı yapılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde hem bankalar hem de tüketici finansman şirketleri için önem kazanan kriterlerin gerçek kişi kredileri için olan sonuçlarda olduğu gibi ortak olduğu görülmektedir.

Sonuçlar ayrıntılı incelendiğinde; yapılan değerlendirmeler sonucunda araştırmaya katılan uzmanlar, kurumsal kredi değerlendirme sürecinde gerçek kişilerde olduğu gibi şirketlerin kredi geçmişlerine daha çok dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.

Ana gruplar kendi aralarında değerlendirildiğinde ise finansal yapıyı ortaya koyan oranlar arasında “Cari Oran” ve “Kaldıraç Oranı” birbirine yakın değerler olarak öne çıkmaktadır.

Karlılık ve aktif yapısını ortaya koyan en önemli gösterge olarak “Net Kar Marjı” kabul edilebilir. “Aktif Büyüklük” ve “Firmanın Kazanç Değişimi” gerekenin çok altında önemsenmiştir.

Şirketin durumu ile ilgili yorum yapmaya yardımcı olan şirketin niteliksel özellikleri arasında ise “Şirketin Tanınmışlığı” faktörü önemli olmuştur. “Firmanın Gelecek Planlarının” kredibilitesine çok düşük oranda etki ettiği görülmektedir.

Sektörel durum göstergeleri arasında şirketin “Sektör Payı” önemli görülürken, “Sektörün Genel Durumu” nun beklenenin çok altında önemsendiği görülmüştür.

Şirketin kredi özellikleri arasında büyük farkla “Kredi Geçmişi” önem kazanırken Şirket Ortaklarının KKB Kaydı ve TCMB kayıtlarının değerlendirmede yine beklenenin altında puan almıştır.

Sonuç olarak tüzel kişiler tarafından yapılan kredi başvuruları için değerlendirme yapılırken önem kazanan kriterlerin modele dâhil edilmesi gerekmektedir. Böylece öznel değerlendirmelerde yapılan hatalardan uzaklaşarak kredi riskinin azaltılması sağlanacaktır.

Tablo 20

Kurumsal Krediler İçin ANP Sonucu

	BANKALAR	TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİ
A) FİNANSAL YAPI		
A.1)Kaldıraç Oranı	0,3680	0,3770
A.2) Faiz Ödeme Gücü	0,0926	0,1179
A.3)Şirketin Piyasa Değeri	0,1596	0,1251
A.4) Cari Oran	0,3797	0,3800
B) KARLILIK ve AKTİF YAPISI		
B.1)Net Kar Marjı	0,3063	0,3226
B.2)ROE	0,2493	0,2842
B.3) Satış Hacmi	0,2612	0,2112
B.4)Firmanın Kazancı Değişim	0,1038	0,0949
B.5) Aktif büyüklüğü	0,0794	0,0871
C) ŞİRKETİN NİTELİKSEL ÖZELLİKLERİ		
C.1)Şirketin Tanınmışlığı	0,5166	0,5202
C.2)Yöneticilerinin Deneyimi	0,2777	0,2579
C.3)Firmanın Gelecek Planları	0,1219	0,1152
C.4) Çalışan Sayısı	0,0670	0,0774
C.5) Şirket ortaklarının ortaklık payları	0,0167	0,0292
D) SEKTÖREL DURUM		
D.1) Sektör Payı	0,6225	0,6180
D.2) Sektörün Genel Durumu	0,3775	0,3820
E) ŞİRKETİN KREDİ ÖZELLİKLERİ		
E.1)Teminat Değeri	0,1007	0,0978
E.2) İflas Olasılığı	0,2288	0,1915
E.3)Kredi Geçmişi	0,6303	0,6779
E.4) Şirket ortaklarının KKB kaydı	0,0127	0,0129
E.5) TCMB Kayıtları	0,0275	0,0199

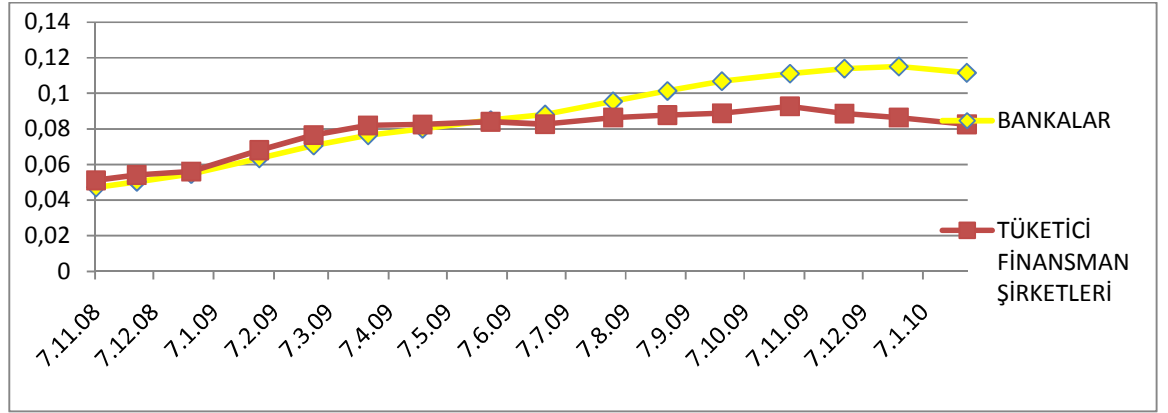
Gerçek kişi ve tüzel kişilerin kredi başvurularının değerlendirilme kriterleri için tespit edilen önem dereceleri Tüketici Finansman Şirketleri ve Bankalar için paralellik göstermektedir. Tablo 21 ve Grafik 9’da özetlenen NPL (Non Performing Loan) oranları da aynı paralelliği teyit etmektedir.

Tablo 21

Otomotiv Kredileri Banka-Tüketici Finansman Şirketleri NPL Oranları

KURUM	BANKALAR	TÜKETİCİ FİNANSMAN ŞİRKETLERİ
	Takipteki Krediler/Krediler	Takipteki Krediler/Krediler
7.11.08	4.71%	5.12%
28.11.08	5.03%	5.42%
26.12.08	5.47%	5.61%
30.1.09	6.35%	6.81%
27.2.09	7.06%	7.66%
27.3.09	7.65%	8.20%
24.4.09	8.01%	8.25%
29.5.09	8.50%	8.41%
26.6.09	8.81%	8.28%
31.7.09	9.55%	8.64%
28.8.09	10.14%	8.78%
25.9.09	10.69%	8.89%
30.10.09	11.11%	9.27%
27.11.09	11.39%	8.87%
25.12.09	11.51%	8.64%
29.1.10	11.16%	8.26%

Kaynak: Koçfinans, TCMB 2003-2009 Raporu verilerinden derlenmiştir.



Grafik 9: Otomotiv Kredileri Banka-Tüketici Finansman Şirketleri NPL Oranları

Kaynak: Koçfinans, TCMB 2003-2009 Raporu verilerinden derlenmiştir.

5. SONUÇ

Gelişmiş ülkelerde sermaye piyasası araç ve kurumlarının zenginliği, Dünya’da görülen küreselleşme eğilimi ve ülkeler ekonomilerinin dış ekonomilerle olan ilişki ve entegrasyonunda sermaye piyasası araç ve kurumlarının önemli bir görev üstlendiği günümüz ekonomi düzeninde ülkemizde bu konularda yapılan girişimlere gereken teşviklerin verilmesinin önemi gün geçtikçe ortaya çıkmaktadır.

Ekonomik krizler ile daralan piyasalarda mali sektörün önemli bir görev üstlendiği, bu konuda bankaların yetersiz kaldığı tüm dünya ülkelerinde görülmüş ve öncelikle Amerika’da gelişmeye başlayan tüketici finansman şirketleri ülke ekonomilerinde önemli bir pay sahibi haline gelmiştir.

1994 yılında ülkemizde yaşanan krizin ardından mali sektörümüzün dünya ile bütünleşme sürecinde sektörde bütünlük sağlanması, mali kesimimizin yeni kurumlarla çeşitlendirilmesi gereği, finansman ihtiyacı olanlara kredi sağlayan finansman şirketlerinin yasal çerçeveye oturtulması işlemleri tamamlanarak 1995 yılında tüketici finansman şirketi kurulmuş ve ardından günümüze kadar bir çok finansman şirketi faaliyete başlamıştır.

Ülkemizde faaliyete geçen finansman şirketleri incelendiğinde üretim sektörünün bu tip bir yapılanmaya ne kadar ihtiyacı olduğu tekrar ortaya çıkmaktadır. Kurulan finansman şirketlerinin büyük bir çoğunluğu üretim sektöründe faaliyet gösteren şirketler olup alım gücünün olmaması sebebi ile talep hususunda sıkıntı çekmekteydiler.

Faaliyete geçen üreticiye ait tüketici finansman şirketleri ile tüketicilere farklı tüketim imkânları sunarak vadeli satışlarını finansman şirketleri yolu ile gerçekleştirerek üretmiş oldukları ürünleri satma imkânına kavuşmuşlardır.

Böylelikle üretici firmalar asıl faaliyet alanlarında faaliyet göstererek gerçek karlılık seviyelerini saptayarak daha fizibil çalışma imkânına kavuşmuş ve önemli bir ciro artışı sağlamışlardır. Tüketici kredisi, talebi artırmak suretiyle yatırım ve istihdamı geliştirerek ekonomiye farklı alanlarda da katkı sağlamaktadır.

Tüketici finansman şirketlerinin piyasalarda gerçek hacim ve yerini alması ile birlikte; üretici, dağıtım, pazarlama şirketleri seviyesinde taksitli satış ve kampanyalı satış adı altında gerçekleştirilen finansmanı bu konuda ihtisası olan finansman şirketlerine aktarılmış olmaktadır.

Finansman şirketleri özel ve tüzel tüketicilere otomobilden, iş ekipmanlarına, tıbbi malzemelerden, ev araç-gereçlerine kadar çok geniş bir yelpazede kredi kullandıran kurumlardır. Ayrıca yurtdışında örnekleri çok fazla olan captive finans kurumlarının artmasıyla üreticilerin bankalara olan bağımlılığı azalmış, kriz dönemlerinde bankalar tarafından kredilerin durdurulmasından kaynaklanan durgunluk tüketici finansman şirketleri aracılığıyla giderilmeye çalışılmaktadır.

Türkiye'de tüketici finansman şirketlerinin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gerekli olan kaynak temini ile ilgili alternatiflerin sınırlı olması, rakip durumunda olan bankalardan kullanılan krediler karşılığında kredi açabilmeleri, finansman şirketlerini bankalara bağımlı hale getirmeye başlamıştır.

Yurt dışı finansman şirketleri fon kaynaklarının büyük bir bölümünü finansman bonoları ya da VDMK ihracı ile karşılamakta iken ülkemizde mevzuatların yeterli olmaması nedeni ile finansman şirketleri bu yolla kaynak sağlamakta güçlük çekmektedir.

Ülkemizde 2001 yılında yaşanan ekonomik krizin ardından devalüasyon ile döviz borçlanıp TL kredi veren finansman şirketleri büyük miktarda zararlara katlanmak zorunda kalmışlardır.

Tüketici finansman şirketleri ekonomik kriz ortamlarında bankalarda olduğu gibi kredi işlemlerine sınırlama getirememekte, kredi vermeye devam etmek zorunda kalmakta bu da kredi risklerinin artmasına sebep olmaktadır.

Bu sebeple tüketici finansman şirketlerinin risk yönetimine en az diğer finans kurumları kadar önem vermesi gerekmektedir.

Doğru bir risk yönetimi iş hayatında beklenmeyen şekilde ani olarak meydana gelen kayıplarla ilgili riskleri bertaraf etmeye yöneliktir. Bazen risklerin yönetimi çok düşük maliyetlerle de söz konusu olabilir. Eğer bu riskler zamanında önemsenmezse daha sonra seçilen risk yönetimi en iyi sonucu vermeyebilir.

Ekonomide meydana gelen krizler ve finans sektöründeki problemlerin, finans kurumlarını risk yönetimi ve iç denetim sistemlerini kurmalarını gündeme getirmiş bulunmaktadır.

Finans sektörünü etkileyen, sektör dışından kaynaklanan sorunların varlığı söz konusudur. Bunlar siyasi istikarsızlık, yüksek reel faiz, kronik enflasyon ve hareketliliği, yüksek yabancı sermaye, doğal afetler olarak tanımlanabilir.

Finansal kuruluşlar uzun vadede mali durumlarını sağlıklı kurabilmeleri için risk yönetimi ve risk ölçümü yapmak zorundadırlar. Risk yönetimi anlayışının bir felsefe olarak tüm kuruma yayılması gerekmekte olup, en alt kademede çalışanların bile risk yönetimi konusunda bilinçli olmalarının sağlanması gerekmektedir.

Tüketici finansman şirketlerinin taşımış oldukları riskler döviz kuru riski, faiz riski ve kredi riski olarak özetlenebilir.

Faiz riski yönteminde bilanço önemlidir. Vadelerde aktif ve pasif miktarların eşit olması yani açık olmaması hem likidite hem de faiz riskinden finansman şirketini koruyacaktır. Vadesi gelen bir borcu yeniden fonlarken faizlerin yükselmiş olması veya kaynak fazlası plase ederken faizlerin düşük olması kar ve zarar rakamlarını doğrudan etkileyecektir.

Tüketici finansman şirketleri kredi faiz oranlarının bankalar ile rekabet edecek seviyede tutabilmek için uzun vadeli döviz borçlanarak bilançoların pasif tarafında oluşan döviz mevcutları (borçları) kur riskini doğurur. Bilançodaki döviz aktifleri ve pasifleri devalüasyon ve revalüasyon neticesinde devamlı değer değişikliğine uğrayarak, kuruluşlar için kar veya zarar ortaya çıkacaktır. Bu nedenle farklı borçlanma yöntemlerindeki mevzuat

problemleri çözülerek fon kaynak çeşitliliği artırılmalı, son dönemlerde Koçfinans'ı önderlik ederek başlattığı finansman bonusu ihracına daha fazla ağırlık verilmelidir.

Türkiye'de döviz kuru riski döviz kurunun stabilize edilmesi sonucu azaltılmıştır.

Gelişmiş ülkelerde finansman şirketlerinin en önemli riski kredi riskidir. Ülkemizde de finansman sektörünün gelişmesiyle kredi riski önem kazanmıştır.

Kredi kullandıran finansman şirketleri açısından verdikleri kredilerin geri dönüş ve batık oranlarını yönetebildikleri modelleri ortaya koyan kredi riski yönetimi önem kazanmaktadır.

Kredi riski yönetiminin amacı uygun parametreler içinde finansman şirketinin maruz kalabileceği riskleri yöneterek, risk ayarlı getirisini maksimize etmektir.

Finansman şirketleri için kredi vermek hem risk almayı hem de kar sağlamayı gerektirir. Finansman şirketleri her bir kredi için risk/getiri ilişkisini değerlendirmenin yanı sıra karlılık hesabını da yapmalıdır. Krediler, içerilen tüm maliyetler dikkate alınarak ve finansman şirketinin üstlendiği riskleri karşılayacak şekilde fiyatlandırılmalıdır. Kredinin verilmesi ve hangi vadede verileceği değerlendirilirken tüketici finansman şirketleri bekledikleri getirinin karşılığında alınacak riskleri değerlendirmeli, bunu yaparken mümkün olduğu ölçüde fiyatlandırılan ve fiyatlandırılmayan unsurları (alınan teminatlar, sözleşmeye konulan kısıtlamalar gibi) ayrı ayrı dikkate almalıdırlar. Risklerin değerlendirilmesinde finansal kurumlar kötümser senaryoları ve bunun kredi alan üzerindeki etkilerini de değerlendirmelidir.

Günümüzde küreselleşen finansal çevrelerde artan belirsizliklerle birlikte risk unsuru da karmaşılaşmaktadır. Finans sektörünün en önemli kuruluşları olan tüketici finansman şirketleri risk konusundaki belirsizlik nedeniyle tehlike altındadır.

Bu çalışma kapsamında önemi artan risk unsuru ve bu tehlikenin yönetilmesi ile ilgili araştırmalar yapılmıştır.

Literatür araştırması bölümünde tüketici finansman şirketleri ile ilgili genel tanımlar ve günümüzdeki durum ele alınmıştır. Uygulama bölümünde tüketici finansman şirketleri için kredi riskinin azaltılmasında kullanılacak kriterler belirleneceği için risk kavramı ve tüketici finansman şirketlerinin karşılaşılabileceği risk türleri ile ilgili kavramlar açıklanmıştır.

Uygulama kısmını oluşturan ANP Modeli ise tüketici finansman şirketleri ve bankalarda yaygın olarak kullanılan Ekspertiz Modeli'ne alternatif olarak geliştirilmiştir. Ekspertiz Modeli'nde kullanılan değişkenler arasındaki ilişki göz ardı edilmektedir. Ancak ANP yönteminin kullanılmasıyla değişkenler arasındaki ilişkiler de dikkate alınmıştır. Değişkenler arası ilişkiler belirlenirken farklı kredi uzmanları ile görüşülmüştür. Yapılan değerlendirmeler sonucunda ise tüketici finansman şirketlerinin ve bankaların gerçek ve kurumsal müşterilerine kredi kullandırırken dikkate aldıkları faktörler belirlenmiştir. Belirlenen faktörlerin literatürde üstünde durulan faktörlerle uyum gösterdiği görülmektedir.

Belirlenen kriterler için kurulan modellerde farklılıkları belirlemek amacıyla tüketici finansman şirketleri ve bankalar için ayrı değerlendirmeler yapılmıştır. Ancak sonuçların değerlendirmesinden sonra her iki grup için de önem kazanan kriterlerin ortak olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece tüketicilere kredi kullandıran her iki grup tarafından aynı sonuçların ortaya konması oranların doğruluğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın bir amacı da gittikçe daha fazla araştırmaya konu olan kredi riski kavramı hakkında gelecekte yapılacak çalışmalara kaynak oluşturmaktır. Bu çalışma kapsamında belirlenen faktörler kullanılarak ve günün değişen şartlarına göre eklemeler yapılarak yeni modeller ortaya konulabilir.

EKLER

EK 1

Aşağıdaki soru formu, “**Gerçek Kişilerin Otomotiv Kredisi Başvuruları**”ni konu alan bir çalışmaya veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmanın güvenilirliği açısından **tüm soruları eksiksiz** olarak cevaplandırmanız önemlidir. Çalışmaya gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

SORULAR

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Yaş**” üzerindeki etkisi daha fazladır? (Kampanyalarda hedef alınan tüketicilerin yaş ortalaması olarak düşünebilirsiniz.)

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Ürün Modeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ürün Markası
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Cinsiyet**” üzerindeki etkisi daha fazladır? (Kampanyalarda hedef alınan tüketicilerin cinsiyeti olarak düşünebilirsiniz.)

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Ürün Modeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ürün Markası
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Meslek**” üzerindeki etkisi daha fazladır? (Kampanyalarda hedef alınan tüketicilerin cinsiyeti olarak düşünebilirsiniz.)

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Aylık ortalama gelir**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------

Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Aylık ortalama gider**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Aylık ortalama geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı
Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama geliri

Kredi Tutarı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Vade
Vade	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık Taksit
Aylık Taksit	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Tutarı

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Hane Geliri**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Aylık ortalama geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gideri
Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
Cinsiyet	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışma Süresi
Çalışma Süresi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Kredi Tutarı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışma Süresi
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------------

Aylık ortalama geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı
Tüketicinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir

Peşinat Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Vade
Vade	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık Taksit
Aylık Taksit	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ek Teminat
Ek Teminat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peşinat Oranı

Ürün Fiyatı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kullanım Amacı (Binek/Ticari)
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Peşinat Oranı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışma Süresi
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------------

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

Ürün Fiyatı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kullanım Amacı (Binek/Ticari)
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Vade**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışma Süresi
Çalışma Süresi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir

Kredi Tutarı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peşinat Oranı
Peşinat Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık Taksit
Aylık Taksit	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Tutarı

TCMB Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	SGK Kayıtları
SGK Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	KKB Kayıtları
KKB Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ödeme performansı
Ödeme performansı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TCMB Kayıtları

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Aylık Taksit**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir

Kredi Tutarı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peşinat Oranı
Peşinat Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Vade
Vade	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Tutarı

TCMB Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	SGK Kayıtları
SGK Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	KKB Kayıtları
KKB Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ödeme performansı
Ödeme performansı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TCMB Kayıtları

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Ek Teminat**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
TCMB Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	KKB Kayıtları

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**TCMB Kayıtları**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı
Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir
Ödeme performansı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**SGK Kayıtları**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışma Süresi
Çalışma Süresi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**KKB Kayıtları**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ev adres ve varsa telefon kayıtlarının tutarlılığı
Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir
Ödeme performansı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Ödeme performansı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışma Süresi
Çalışma Süresi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir

Ürün Modeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ürün Markası
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Diğer banka ve finans firmalarına olan başvurular**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

SGK Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	KKB Kayıtları
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Ürün Fiyatı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
Cinsiyet	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir

Ürün Modeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ürün Markası
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Ürün Modeli**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
Cinsiyet	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aylık ortalama gelir	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gider
Aylık ortalama gider	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Hane Geliri
Hane Geliri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aylık ortalama gelir

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Ürün Markası**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Kullanım Amacı (Binek/Ticari)**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yaş	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cinsiyet
Cinsiyet	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
Meslek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Yaş

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Ürünün tüketici ve görevi ile(ticari araçlar için) uyumu**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Cinsiyet	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Meslek
----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------

Ürün Modeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kullanım Amacı (Binek/Ticari)
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------------

EK 2

Aşağıdaki soru formu, “**Kurumsal Tüketicilerin Kredi Başvuruları**”ni konu alan bir çalışmaya veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmanın güvenilirliği açısından **tüm soruları eksiksiz** olarak cevaplandırmanız önemlidir. Çalışmaya gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

SORULAR

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Kaldıraç Oranı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

ROE	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aktif Büyüklüğü
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Faiz Ödeme Gücü**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Kaldıraç Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirketin Piyasa Değeri
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

Net Kar Marjı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ROE
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Şirketin Piyasa Değeri**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

ROE	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Satış Hacmi
Satış Hacmi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aktif Büyüklüğü
Aktif Büyüklüğü	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ROE

Firmanın Gelecek Planları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirket ortaklarının ortaklık payları
---------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------------------------------

Teminat Değeri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Geçmişi
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Cari Oran**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Net Kar Marjı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ROE
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Net Kar Marjı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Kaldıraç Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cari Oran
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------

ROE	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Satış Hacmi
Satış Hacmi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Firmanın Kazancındaki Değişim
Firmanın Kazancındaki Değişim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ROE

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**ROE**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Net Kar Marjı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Firmanın Kazancındaki Değişim
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------------

Faiz Ödeme Gücü	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirketin Piyasa Değeri
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Satış Hacmi**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Kaldıraç Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirketin Piyasa Değeri
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

Net Kar Marjı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ROE
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----

Sektör Payı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sektörün Genel Durumu
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Firmanın Kazancındaki Değişmeler**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Sektör Payı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sektörün Genel Durumu
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------

Kaldıraç Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cari Oran
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Aktif Büyüklüğü**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Net Kar Marjı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Satış Hacmi
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------

Kaldıraç Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Cari Oran
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Şirketin Tanınmışlığı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Yöneticilerinin Deneyimi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışan Sayısı
--------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Firmanın Geleceğe Yönelik Planları**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Şirketin Tanınmışlığı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirket Yöneticilerinin Deneyimi
Şirket Yöneticilerinin Deneyimi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Çalışan Sayısı
Se Çalışan Sayısı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirketin Tanınmışlığı

Sektör Payı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sektörün Durumu
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

İflas Olasılığı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Geçmişi
Kredi Geçmişi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirket ortaklarının KKB kaydı
Şirket ortaklarının KKB kaydı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TCMB Kayıtları
TCMB Kayıtları	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İflas Olasılığı

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Sektör Payı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Net Kar Marjı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Satış Hacmi
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------

İflas Olasılığı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Geçmişi
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**İflas Olasılığı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Kaldıraç Oranı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Faiz Ödeme Gücü
Faiz Ödeme Gücü	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirketin Piyasa Değeri
Şirketin Piyasa Değeri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kaldıraç Oranı

Şirketin Tanınmışlığı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Firmanın Geleceğe Yönelik Planları
-----------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------------------------

Teminat Değeri	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kredi Geçmişi
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Kredi Geçmişi**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Şirketin Tanınmışlığı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirket Yöneticilerinin Deneyimi
Firmanın Kazancındaki Değişim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aktif Büyüklüğü

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Şirket ortaklarının KKB kaydı**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Firmanın Kazancı Değişim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Aktif büyüklüğü
--------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**TCMB Kayıtları**” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1=Eşit 3=Biraz daha fazla 5=Fazla 7=Çok fazla 9=Aşırı derecede fazla

Kredi Geçmişi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Şirket ortaklarının KKB kaydı
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------------

KAYNAKÇA

- ABD'de Tüketici Kredileri Yedi Aydır Düşüyor, <http://www.finanstrend.com/haber/38289/>; (15.10.2009), s.1.
- Akçay, B. ve Bolgün, E., **Risk Yönetimi**, Scala Yayıncılık, İstanbul, 975853528-5, 2005.
- ALTMAN, E., 2000, *Predicting Financial Distress of Companies: Revisiting the Z-score and Zeta Models* [online],. Stern School of Business, New York University, <http://pages.stern.nyu.edu/~ealtman/Zscores.pdf> [Ziyaret Tarihi: 6 Mayıs 2008].
- Alp Ülgener, **Kişisel Görüşme, Koçfinans Finansman Müdürü** , 10.01.2010
- Alpergin Pelin, “**Bireysel Bankacılık**”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara, 1990, s.77
- Atindeâhou, B. ve Gueyie, J., **Canadian Chartered Banks' Stock Returns and Exchange Rate Risk**, *Management Decision*, 39 (4), 285-295, 2001.
- Bahakaran , Mehmet, **Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi**, Aralık 1994
- Bakan, Ahmet, **Consumer Finance Companies in Turkey and Kocfinans - "Finance Instruments for Consumer Finance Companies"**, Boğaziçi Üniversitesi, 2009.
- Basel Committee On Banking Supervision, **Sound Practices for the Management and Supervision of Operational Risk**, Basel, 2001.
- Bayraktar, D. ve Gözlü, S.,. **Tekstil İmalat Firmalarında Teknoloji Seçimi İçin Analitik Hiyerarşi Yaklaşımı**. İ.T.Ü. İşletme Fakültesi, Maçka-İstanbul, 1997.
- Beresford, S. ve Thompson, J., **Managing credit risk with info-gap uncertainty**, *The Journal of Risk Finance*, 8 (1), 24-34, 2007.
- Cole, Robert Hartzell, **Consumer And Business Credit Management**”, Boston, Mass. : Irwin/McGraw-Hill, c1998; s:30
- Dağdeviren, M., Eraslan, E. VE Kurt, M, **Çalışanların Toplam İş Yükü Seviyelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model Ve Uygulaması**, Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak, 2005

- Davis, Steven I., **Mükemmel Bankacılık**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın No: 330, Çeviren: Azer Önel, Ankara, 1994, s. 149.
- Deloitte & Touch, 2002. **Risk Yönetimi Haber Bülteni**, 7, 4
- Demiray, Bediz. **Türkiyede Tüketici Kredileri Uygulamalarına İlişkin Tespit ve Değerlendirmeler**, n.d, n.p.
- Demirhan, Dilek, “Kısa Süreli Finansman Kaynakları”, [www.sci.ege.edu.tr/~istatistik/personal/ finansal/ finansalyon.ppt](http://www.sci.ege.edu.tr/~istatistik/personal/finansal/finansalyon.ppt) (20.11.2009), s.20.
- Eli M.Remolona ve Kurt C.Wulfekuhler, **Finance Companies, Bank Competition and Niche Markets in the Financial Institutions and Market Reader**. Robert W.Kolb Kold Publishing Co.Florida, 1993, S.394
- Ersan, **Finansal Türevler**, Literatür Yayınları, Yayın No:18, 2.Basım, S:71
- Evren ,R. ve Ülengin, F., **Yönetimde Karar Verme**, İstanbul Teknik Üniversitesi,1478,1992.
- “Faiz Riskinin Yönetimine İlişkin Prensipler”, www.tbb.org.tr/turkce/calismalar.htm (10.12.2009) , s.2-3
- “Finansman Bonoları”, [http://www.ekodialog.com/Konular/ finansman_bonolari_forfaiting.html](http://www.ekodialog.com/Konular/finansman_bonolari_forfaiting.html) (10 Aralık 2009)
- “Hisse Senetleri ve Finansman Bonoları”, www.baskent.edu.tr/~gurayk/islefinhissebonospktanimlari.doc (12 Aralık 2009)
- İngiltere’de Mortgage Kredilerinde Artış Sevindirdi-Konut Kredisi, [http://www.emlak-konut.com /2009/03/31/ingiltere-de-mortgage-kredilerinde-artis-sevindirdi-konut-kredisi/](http://www.emlak-konut.com/2009/03/31/ingiltere-de-mortgage-kredilerinde-artis-sevindirdi-konut-kredisi/) (10.11.2009), s.1.
- Kırım A.,**Mali Risk ve Yönetimi**, D.C.Garder, 1992, S.1
- Koçfinans, Tanıtım Sunumu,”**Americredit**”,n.d.
- Koçfiat Hakkında, www.kocfiatkredi.com.tr (10.01.2010), s.1.
- Kurum Profili, https://assofin.it/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=15&lang=it (02.11.2009), s.1.
- Küresel Finans Krizi ve Türkiye’ye Etkileri, <http://www.ismed.org.tr/ismedinsesi/2009/ocak-say-1/49-kueresel-finans-krizi-ve-tuerkiyeye-etkileri.html> (02.12.2009), s:4.

LC Thomas, RW Oliver and DJ Hand, **A Survey Of The Issues In Consumer Credit Modelling Research**. Journal of the Operational Research Society (2005) 56, 1006–1015;s:1006

Mercedes-Benz Finansal Hizmetler Hakkında, www.mercedes-benz-finansalhizmetler.com, (10.01.2010), s.2.

Meyer Paul E., **Monetary Economics and Financial Markets**, 1983, USA, S:196

Nihat Karadağ, **Tüketici Finansman Şirketlerinin Varlığa Dayalı Menkul Kıymet İhracı**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Temmuz 1996, S.32

P. Jorion, **Value At Risk**, Mc-Graw Hill, New York, 2001.

Risk Yönetimi, 2004, *Kredi Riski*, [online], <http://www.riskyonetimi.com/krediriski.asp> [Ziyaret Tarihi: 17 Nisan 2008].

Rose Peter, **Money and Capital Markets**, Third Edition, 1983, USA, s:451

Saaty, T.L., **Decision Making with Dependenceand Feedback: The Analytic Network Process**, *RWS Publications*, Pittsburgh, A.B.D.,1996

Sarıkamış,Cevat. **Taksitli Satışlar Finansman Ortaklıkları ve Tüketici Kredileri**. İTO Yayını, İstanbul, 1988, s:31

Scott Bugie. **How Risk Management Impacts Financial Institution Credit Ratings**, Managing Director – Financial Institutions Group, Standard and Poor’s, İstanbul, 2001.

Siegel Daniel R., Siegel Diane F., **The Futures Markets Arbitraj, Risk Management and Portfolio Strategies**, Probus Publishing Company, Chicago Illinois, 1990, S:187

Şirket Profili, <http://www.asf-france.fr/asfanglais/indexoui/engsonstatut.htm>, (21.10.2009), s.2.

Şirket Profili, <http://www.ikanogroup.com/the-group.html> (02.11.2010), s.1.

Şirket Profili, <http://www.fordcredit.com/> (02.11.2010), s.1.

Şule Bilir, **Menkul Kıymetleştirme**, Bankacılar Dergisi, Sayı:3 Ekim 1990, S.51

- Taş Cumhuri, **Tüketici Kredileri ve Finansman Şirketleri**, Yüksek Lisans Tezi, 1998, Marmara Üniversitesi, S:47
- Trienchan G.**Risk and Insurance**, 1981, S.31
- Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar, İTO, Yayın No:1992-3, İstanbul, 1993, s:4
- Tüketici Kredileri, <http://www.1bilgi.com/iktisat/4983/tuketici-kredileri.html> (02.01.2010), s.5.
- Tüketici Kredileri, parafinans.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id (09.10.2009), s.3.
- Tüketici Kredileri, <http://www.1bilgi.com/iktisat/4983/tuketici-kredileri.html> (05.11.2009), s.7.
- Türkiye'deki Tüketici Finansmanı Şirketleri, <http://www.tuketicifinansman.net/2008/06/turkiye-tuketici-finansmani-sirketleri.html> (03.11.2009), s.1.
- Usta,M. **Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi**. Pamukbank Eğitim Yayınları, İstanbul,1997
- VDF Hakkında, www.vdf.com.tr/vdf_hakkinda/vdf_taniyin.asp (10.01.2010), s.1.
- Williams Jr. C.A.-Heins R.M., **Risk Management and Insurance**, 1985, S.4
- www.ntvmsnbc.com/news (20.01.2010), s.2.
- Yetim, Sedat. **Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri**, Sermaye Piyasası Kurulu, Ankara, Nisan 1997, s:59