

Tüketici finansman şirketleri'nin Türkiye'deki etkinliği

Ali İhsan ÖZEROĞLU¹

Özet

Tüketim, ekonomik büyümenin en önemli dinamiklerinden birisi olarak görülmektedir. Tüketicilere ödeme kolaylığı sağlayarak ekonomik büyümeye katkı sağlamayı hedefleyen tüketici finansman şirketleri, finansal piyasaların önemli kurumlarından birisidir. 1990'lı yıllarla birlikte de gerekli yasal düzenlemeler yapılarak sektörün ve şirket kuruluşunun alt yapısı hazırlanmıştır. 1990'lı yılların ikinci yarısında da ilk şirketler kurulmaya başlanmıştır. Yaşanan gelişmeler yabancı sermayenin de dikkatini çekmiş ve bu sektöre önemli miktarda yatırım yapmışlardır. Ancak gerek alt yapı gerek ekonomik krizler bu finans kurumlarının ülkemizde yeteri kadar gelişmesi önünde engeller oluşturmuştur. Makalemizde tüketici finansman şirketlerinin ekonomik büyümeyi etkileme sürecine de değineceğiz.

Anahtar Kelimeler: Tüketici finansmanı, Tüketici Finansman Şirketleri,

The effectiveness of consumer finance companies in Turkey

Abstract

Consumption is one of the most important dynamics in economic growth. Consumer financing companies are also important enterprisises of financial markets since they contribute to economic growth by providing relatively easy payment conditions.

In 1990's, the necessary legal regulations was realised and infrastructure of the sector was made ready for company establishment. In the first half of 1990, the pioneering companies were seen. The growth in the sector also draw the attention of foreign capital. As a result of this, foreign capital has made investments in the sector. However, both economic crisis and insufficient infrastructure constituted barriers for these financial enterprisises to advance.

In this article, we will study on how consumer financing companies effect economic growth.

Key Words: consumer finance, Consumer finance company

Giriş

Türkiye'de 1980'li yıllar ekonomik ve sosyal alanda yapısal değişmelerin başladığı yıllardır. Bu dönemde başlayan finansal liberalleşme ile birlikte ekonomide yeni finansal kurum ve

¹ Yrd.Doç.Dr.Ali İhsan Özeroğlu, İ.A.U. İİBF.Öğretim Üyesi, alihsanozeroglu@aydin.edu.tr

Tüketici finansman şirketleri'nin Türkiye'deki etkinliği

araçlar da ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu kurumlardan biri de tüketici finansman şirketleridir. Sahiplerine ekonomik kar sağlayan finansman şirketlerinin, ülke ekonomilerine ekonomik büyümenin finansmanı, mali piyasaların derinleşmesi ve ortaya çıkan finansal krizlerin etkilerinin azaltılması gibi konularda etkilerinin olduğu düşünülmektedir.

Mali sistemde faaliyet gösteren ve temel fonksiyonu aracılık olan finansman kurumları ekonomik büyüme açısından çok önemlidir. Gelişmiş ülkelerin finansal sistemleri incelendiğinde çok farklı yapıda ve çok fazla sayıda finansman sunan kurumlar olduğu gözlenmektedir. Bir ülkedeki finansman kurumlarının tür ve sayı anlamında fazlalığı gelişmiş ve derin bir finansal sistem için öncelikli şartlardan biridir. Finansal sistemin derinliği ve gelişmişliği ekonomideki atıl fonların üretime etkin bir şekilde kazandırılmasında ve finansman maliyetinin baskı altına alınmasında önemli role sahiptir. Üretime kanalize edilen bu kaynaklar yatırımları uyaracak, yatırımlarda ekonomik büyümeyi etkileyecektir. Dolayısıyla bir ülkede mali sistemin gelişmişliği, ekonomideki atıl fonları üretime etkin bir şekilde kazandırmak suretiyle büyüme üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olmaktadır.

Türkiye'de finansman sağlayan kurum dendiğinde akla ilk gelen bankalardır. Kuruluş amaçları: "finansal piyasalarda güven ve istikrarın sağlanmasına, kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışmasına, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir(BDDK,2006) şeklinde belirtilmiştir. Bankalar temelde ekonomideki atıl fonları mevduat şeklinde toplar. Bilâncolarında yükümlülük kaydettikleri bu mevduatları bireysel ve kurumsal müşterilerine kredi şeklinde kullanırlar suretiyle aktifleştirirler. Kullanılan kredi ise ekonomik anlamda yatırım ya da tüketime dönüşmektedir. Türk mali sisteminde, finansman sunan kurumlar arasında özellikle 1980 sonrasında bankaların yanında başka kurumlarda yer almaya başlamıştır. Tüketici finansman şirketleri de bu kurumlardan biridir.(Uludağ,2001)

Tüketici Finansman Şirketleri'nin Gelişimi

Son yıllarda dünyanın en gelişmiş ülkelerinde dahi bankacılık sektörü yalnız kendi içinde değil, banka dışı kurumlardan gelen çok ciddi bir rekabet ortamı ile karşı karşıya kalmıştır. Finansal süper marketler, aracı kurumlar, sigorta şirketleri, emekli sandıkları, süpermarket mağaza zincirleri, büyük otomobil ve diğer dayanıklı tüketim malları üreticileri, önceden yalnızca ticari bankalarca geniş tüketici kitlelerine sunulan hizmet sahalarına el atarak, mali hizmetler sektöründe bankalarla amansız bir rekabete girmişlerdir. Türkiye'de de, bugün benzer bir gelişme gözlenmektedir. Özellikle dayanıklı tüketim malları üreten ve pazarlayan bu büyük kuruluşlar, kurdukları finans şirketleri kanalıyla, tüketici kredilerinde, bankalara önemli bir rakip olabilecekleri sinyali vermişlerdir.(web1,2011)

Mali sistem içerisinde fon fazlası veren kesimden fon ihtiyacı olan kesime fon aktaran kurumlardan biri de tüketici finansman şirketleridir. Tüketici finansman şirketleri söz konusu aktarım işinde aracılık fonksiyonunu yerine getiren kuruluşlardır.

Tüketici Finansman şirketleri bireysel ve kurumsal tüketicilere otomobilden, iş ekipmanlarına, tıbbi malzemelerden ev araç ve gereçlerine kadar çok geniş bir yelpazede kredi kullandıran kurumlardır. Kimi kurumlar sadece tüketici ve ticari kredide uzmanlaşmış iken, kimi kurumlar çok daha geniş bir faaliyet alanında 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 ederek gerçek veya tüzel kişilere plase etmektedirler. Batıda uzun bir geçmişe

sahip olan bu şirketler, binlerce küçük kredi ofisi ile tüketicilere doğrudan ulaşarak kredi kullandırmaktadırlar.(David.1981)

1929 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) başlayıp dünyayı saran büyük ekonomik buhran sonrasında alım gücü düşen kitlelere alım gücü oluşturmak ve mal satış hacmini artırmak için talep oluşturmak amacıyla 1930'lu yıllarda ABD'de kurulan finansman şirketleri, Avrupa'da da aynı problemlere çözüm amacıyla ortaya çıkmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde mali sistem içerisinde pek çok finansman şirketi bulunmaktadır. Değişik ülkelerde farklı isim ve türlerde mevcut olan finansman şirketlerine, Amerika'da finansman şirketi (finance company), İngiltere'de ise finans evi (finance house) ya da ikincil banka (secondary banks) denilmektedir. Yasal açıdan banka olmayan finansman şirketleri farklı isim ve türlerde de olsa hepsinin amacı aynıdır.(Taş,1998)

Türkiye'de 1990'lı yıllarda önemli bir gelişme gösteren mali sektörün bir parçası olarak finansman şirketleri kavramı ortaya çıkmıştır. Gerekli yasal düzenlemelerle hem tüketici finansman şirketleri sektörünün hem de şirketlerin kurumsallaşmasına yönelik alt yapı hazırlanmıştır. 1990'lı yılların ikinci yarısında da, ilk şirketler kurulmaya başlanmıştır. Yaşanan gelişmeler yabancıların da sektöre dikkatini çekerek önemli derecede yatırım yapmalarına neden olmuştur.

Türkiye'de 1994 yılında, önce para piyasalarında başlayan kriz daha sonra üretim sektörüne sıçramıştır. O dönemin hükümeti tarafından 5 Nisan 1994 tarihinde alınan kararlardan sonra bankalar tüketici kredilerini sınırlandırmış ve reel sektör ürünlerini satamaz hale gelmiştir. Ekonomide yaşanan bu krizin aşılmasına yönelik olarak finansman şirketlerinin kurulması için gerekli yasal alt yapı hazırlanmıştır.(web2.2007)

Yasal düzenlemeler

26.07.1994 tarih ve 22002 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 545 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile 30.09.1983 tarih, 90 sayılı Ödünç Para Verme Hakkında KHK'nin bazı maddelerinde yapılan değişiklik ile Türkiye'de ilk defa finansman şirketlerinin kuruluşu ve çalışmasına ilişkin yasal düzenlemeler oluşturulmuştur.

Söz konusu şirketlere ilişkin hukuki çerçeve, 90 sayılı KHK'nin bazı maddelerini değiştiren 545 sayılı KHK ile çizilmiştir. 27.07.1994 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren ve 20.3.1998 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan yönetmelikle değiştirilen "Finansman Şirketlerinin Kuruluş ve Çalışma Esasları Hakkında Yönetmelik" ile de kuruluş ve faaliyetlerine ilişkin ayrıntılı düzenleme yapılmıştır.

Söz konusu şirketler kurulurken öncelikle Hazine Müsteşarlığından ön izin almak zorundaydı. Ancak diğer finansman kurumları gibi tüketici finansman şirketlerinin tüm kuruluş ve düzenleme yetkisi 1 Kasım 2005 tarihli Resmi Gazete yayımlanarak yürürlüğe konulan 5411 Sayılı Bankalar Kanunu ile Hazine Müsteşarlığından BDDK'ya geçmiştir.

En son 24.02.2011 tarih ve 27856 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Esasları Hakkında Yönetmelikte değişiklik yapılarak kuruluş sermayeleri üzerine ayrıntılı düzenleme yapılmıştır.(İbicioğlu.2006)

Tüketici Finansman Şirketleri'nin İşleyişi

Tüketici finansman şirketleri, kredi verecekleri mal ve hizmetleri temin eden satıcılar ile önceden bir genel sözleşme yapmak zorundadır. Tüketici mal satın almak için satıcıya gittiğinde malı kredili almak istediğini satıcıya bildirdiğinde satıcı kredi için gerekli belgeleri tüketici adına

Tüketici finansman şirketleri'nin Türkiye'deki etkinliği

doldurmakta ve kredi için finansman şirketine göndermektedir. Finansman şirketi tüketiciye ait bilgileri inceledikten sonra kredi verilmesine karar verir ve 1-2 gün içerisinde satıcıya bildirmektedir. Kredi, tüketici adına satıcıya ödenir ve tüketici malı satın aldıktan sonra finansman şirketi tarafından bildirilen ödeme planı çerçevesinde tüketici finansman şirketine ödemeleri yapar.

Finansman şirketleri tarafından açılan krediler, genel sözleşmedeki esaslara göre tüketicinin nam ve hesabına olmak üzere mal ve hizmetin teslim ve temini ile birlikte, doğrudan satıcı veya üreticiye ödenmektedir. Ancak kredi geri ödemeleri, adına kredi açılanlar tarafından finansman şirketine ödenmektedir. Tüketici finansman şirketlerinin işleyişi Şekil 1'de anlatılmaktadır.(web2.2001)

Şekil.1.Tüketici Finansman Şirketlerinin İşleyişi



Kaynak:Mevzuat dergisi, sayı;113,2007

Türkiye'de Tüketici Finansman Şirketleri

Tüketici finansmanı şirketleri, 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 karşımıza çıkmaya başladılar. Ancak bu şirketler geçtiğimiz seneler boyunca yaşanan ekonomik krizler ve sektörün genişlemesine imkan verecek kanuni altyapı

çalışmalarının devamının gelmemesi nedeniyle tüketici finansmanı alanında faaliyet gösteren kurumlar, bankaların gelişiminin çok gerisinde kaldılar. Özellikle 2000'li yılların başında Türk bankalarının kredi kartlarına taksit özelliğini kazandırmasının ardından tüketici finansmanı şirketleri, dayanıklı tüketim ürünleri satışında hiç hesaplamadıkları bir rakiple karşı karşıya kaldılar ve bu özellik nedeniyle ciddi bir darbe aldılar. Dayanıklı tüketim sektöründe kredi kartları tarafından sunulan 12 aya varan taksit imkanıyla rekabet edemeyip pazar payını büyük ölçüde kaybettiler.(web3.2011)

Tüketici Finansman Şirketleri'nin mevduat toplama yetkisi olmadığı için fonlama imkanları banka kaynakları ve menkul kıymet ihracı ile sınırlıdır. Tüketici finansman şirketlerinin menkul kıymet üzerinden repo yapma yetkilerinin de olmaması nedeniyle daha çok yurtdışı piyasalardan fon bulma arayışına gitmektedirler.

Tüketici finansman şirketlerinin kuruluş ve çalışma esaslarını belirleyen yönetmelikte finansman şirketleri, her türlü tüketim malı ve hizmet alımını kredilendirmek üzere, tüketiciye finansman sağlayan şirketler olarak tanımlanır. Türkiye'de tüketici finansman şirketleri pek çok ürün grubunda, tüketicilere satış noktasında finansman sağlamaktadır. Özellikle taşıt sektöründe sunmuş olduğu kredinin payı oldukça fazladır. Taşıt grubu içerisinde çoğunlukla otomobil satışlarına kredi sunulmakla beraber, kamyon, tır gibi ağır taşıtlar ile traktör satışına da kredi sunmaktadırlar. Otomobil ve diğer taşıtlar yanında, dayanıklı tüketim ürünleri, beyaz eşya, cep telefonu, mobilya, dekorasyon, bilgisayar v.b Türkiye'de finansman sağlanan diğer ürünlerdir.(İbicioğlu.2006)

Ülkemizde finansman şirketi kurulmasına dönük olarak başlatılan ve çalışmaların sonucunda Koç grubu tarafından 30.03.1995 tarihinde Hazine Müsteşarlığından "Faaliyet İzin Belgesi" olarak faaliyete geçen Türkiye'nin ilk tüketici finansman şirketi olan Koç Tüketici Finansmanı Anonim Şirketi (AŞ) kurulmuştur.(web4.2001)

Türkiye'de tüketici finansman şirketlerinin geçmişi incelendiğinde 1999 krizine kadar tüketici finansmanı ve kart hizmetlerinin sayısı oldukça fazla olduğu görülmektedir. Ancak krizle beraber bir çok finansman şirketi de faaliyetine son vermiştir. 2005 yılında 7 tane olan finansman şirketi sayısı 2005 yıl sonunda 2 şirkete daha faaliyet yetki belgesinin verilmesiyle birlikte bu sayı 9'a yükselmiştir.(web5.2007) BDDK'nın 04/09/2008 tarih ve 2782 sayılı kararı ile Uzel Tüketici Finansmanı Şirketi'nin faaliyet izninin iptali ile birlikte tüketici finansmanı şirketi sayısı aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere 8'e düşmüştür.(web6.2001)

Türkiye'de tüketici finansman şirketleri tarafından finanse edilen mallar temel olarak şunlardır(web7.2001)

- 1.Taşıt ve Otomobiller:Wolswagen,Audi,Mercedes, Chrysler, Hundai, Man, Scania, Fiat,
- 2.Beyaz Eşya: Arçelik, Beko,
- 3.Cep Telefonu
- 4.Mobilya
- 5.Dayanıklı Tüketim Malları
- 6.Hipermarket Harcamaları

Finanse edilen malların toplam krediler içerisindeki büyük bir bölümünü taşıt ve otomobiller oluşturmaktadır.

Tüketici finansman şirketleri'nin Türkiye'deki etkinliği

Tablo1. Türkiye'de Faaliyet Gösteren Tüketici Finansman Şirketleri

•	KOÇ TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş
•	KOÇ FIAT KREDİ TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş.
•	TEB TÜKETİCİ FİNANSMAN A.Ş.
•	MERCEDES-BENZ FİNANSMAN TÜRK A.Ş.
•	VOLKSWAGEN DOĞUŞ TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş.
•	MAN Financial Services Tüketici Finansmanı A.S.
•	SCANIA TÜKETİCİ FİNANSMANI A.Ş.
•	DD KONUT FİNANSMAN A.Ş.

Kaynak: www.tufider.org.(web7a)

Tablo2. Tüketici Finansman Şirketleri Kredileri TUTAR (Bin TL)

Yıl	Otomotiv	Kart	Konut	Diğer	Toplam
2000	371.422	352.543		150.913	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			141.453	1.512.318
2005	2.329.138			195.416	2.524.554
2006	2.434.432			249.033	2.683.465
2007	2.731.470			234.958	2.966.428
2008	2.668.226		26.271	208.732	2.903.229
2009	2.523.259		101.362	50.294	2.674.916
2010	3.304.926		152.472	45.346	3.502.745
2011 - I.Çeyrek	1.181.861		39.574	7.938	1.229.374

Kaynak: <http://www.tufider.org/Istatislik.aspx> (web7b)

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 asli 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.
- VDMK fonları ile finansman sağlanması nedeniyle, alacak portföyünün menkul kıymetleştirilmesi sağlanarak, krediler yine tüketicilerin fonları ile finanse edilecek, talep , artışı yoluyla fiyatlar genel seviyesi etkilenmeyecektir.(web8.2011)

Türkiye’de Tüketici Finansman Şirketlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkinliği

Ekonomik büyüme milli gelirdeki artışın yüzde ifadesi şeklinde tanımlanabilir. Bir başka ifadeyle, bir ekonomide bir yılda üretilen mal ve hizmetlerin parasal değerinin bir önceki yıla göre yüzde artışı da diyebiliriz.

Gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH), bir ekonomide belli bir dönemde (üç ay ya da bir yıl) üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin değeridir. Diğer bir ifadeyle, bir yıl süresince sadece ülke sınırları içerisinde üretilen ve sunulan mal ve hizmetlerin o ülkenin para birimine göre değerlendirilmesi ile oluşan büyüklük GSYİH rakamını verir.(Parasız,2000)

Ekonomideki toplam çıktının değerini, çıktının üretildiği dönemde geçerli olan fiyatlar ile ölçülmesine nominal GSYİH denir. Herhangi bir dönemde üretilen toplam çıktıyı baz alınan temel bir yılın fiyatları ile ölçülmesiyle elde edilen değer ise reel GSYİH’yi vermektedir. Ekonominin büyüme oranı reel GSYİH’nın artış oranıdır. Ne zaman niteleyici bir sözcük kullanılmaksızın büyümeden ya da büyüme oranından bahsedilirse bu reel GSYİH’nın büyüme oranı anlamına gelmektedir. Reel GSYİH’deki değişmelerin ilk nedeni, ekonomide var olan kaynak miktarının değişmesidir. Kaynaklar emek, sermaye ve toprak şeklinde ayrılabilir. Reel GSYİH’deki artışın ikinci nedeni ise üretim faktörlerinin kullanımındaki etkinliğin değişmesidir. Bu tür etkinlik gelişmesi verimlilik artışı diye adlandırılır. Aynı üretim faktörleri, zamanla daha çok çıktı üretebilmektedirler. Üretim etkinliğindeki bu artışlar, yaparak öğrenme de dahil, bilgi düzeyindeki değişmelerin bir sonucudur. Reel GSYİH’deki değişmenin üçüncü kaynağı ise üretim için el altında hazır bulunan veri kaynaklarının kullanımındaki değişmedir. Çünkü ekonomide var olan sermaye ve emeğin tümü her zaman fiilen kullanılmamaktadır.(Demir.2000)

Açık ekonomilerde milli gelir denkliği şu şekilde ifade edilmektedir.

$$Y = C + I + G + (X-M)$$

Y: Milli gelir (Üretim)

C: Tüketim

G: Kamu Harcamaları

Tüketici finansman şirketleri'nin Türkiye'deki etkinliği

X: İhracat

M: İthalat

Tüketimin dolayısıyla da üretimin az olduğu durumlarda, ekonomiyi canlandırmak için vergi ve faiz oranlarında indirim yapılarak tüketim artırılmak istenmektedir. Bir ülkedeki ekonomi çok canlı olduğunda ve fiyatlar üzerinde enflasyonist baskı yaptığı durumlarda, politika belirleyen otoritenin tercihinine göre ekonomiyi soğutmak için faizler ve/veya vergi oranlarında yukarı doğru bir hareket başlatılır. Faiz oranlarındaki bu harekete bağlı olarak tüketici finansman şirketleri gibi, finansman kurumlarının vereceği tepki ise faizleri artırmak olacaktır. Bu da bu kurumlar tarafından kullanılan kredi hacmini daraltacaktır.(Parasız,2010)

Durum böyle olmakla beraber, karını maksimize etmek isteyen kredi kurumları geri dönmeme riski en az olan kesimlere mümkün olduğu kadar çok para satmak istemektedirler. Bu durum söz konusu kurumlar arasında bir rekabete yol açar. Rekabet ise ürünün kalitesini artırırken malın yani paranın fiyatında (faiz) aşağı yönlü bir baskıya yol açar. Bir ekonomide mali sistemin gelişip derinleşmesi beraberinde rekabeti artıracak bu da tüketimi dolayısıyla üretim ve istihdamı yani büyümeyi olumlu yönde etkileyecektir. Bundan dolayı bu tür finansman kurumlarının mali sistemdeki yaygınlığı ülke ekonomileri açısından oldukça önemlidir.

Tüketicilere sağlanan krediler, kredi kullananların cari satın alma gücünü artırmaktadır. Tüketiciler sağlamış oldukları kredi sayesinde harcamalarını ertelemekten vazgeçip cari dönemde satın alırlar. Bu da ekonomide toplam tüketimi artıran bir unsur olmaktadır. Dolayısıyla bu durum üretim ve istihdamı uyarıcı etki yapmaktadır.

Bununla birlikte, arzı sürekli olan mallara verilen krediler ekonomik büyümeyi etkileyecektir. Aksi durumda, yani talebin arzı geçmesi durumunda piyasaya çıkan kredi parasal büyümeye neden olacak, bu da enflasyonist baskıya yol açacaktır.

Tüketici finansman şirketleri gibi finansman sağlayan kurumlar tarafından ekonomide kullanılan tüketici kredisi milli gelir (Y) denkliğinde tüketimi (C) doğrudan etkileyecektir. Tüketimdeki artış ise milli geliri artıracaktır. Yani tüketici kredileri tüketimi artırmak yoluyla milli geliri doğrudan etkileyecektir. Öte yandan tüketim (C) talebindeki artış, yatırım (I) talebini uyacaktır. Yatırımlardaki uyarılma ise istihdam ve/veya kapasite kullanım oranını etkileyecektir.

Tüketici finansman şirketlerinin varlığı rekabet ortamı oluşturmasından ötürü de önemlidir. Kredi kurumlarındaki çeşitliliğin fazlalığı faizler üzerinde aşağı yönlü bir baskıya yol açacaktır. Bu durum faiz ile yatırım arasındaki ters yönlü ilişkiden dolayı milli geliri dolaylı bir şekilde etkileyecektir. Faizler aşağı yönlü hareket ettikçe yatırım talebi uyarılacak ve üretim artacaktır. Sonuç olarak tüketici kredisi tüketim yoluyla milli gelir (Y) ya da milli gelirdeki artışın yüzde ifadesi olan büyüme üzerinde direk etki gösterirken, yatırım ve faizler yoluyla da dolaylı şekilde etkileyecektir.(Demir,2000)

Teorik çerçevesi bu şekilde özetlenebilecek büyüme ile tüketici finansman şirketleri arasındaki ilişki Türkiye özelinde incelendiğinde tüketimi finanse edilen malların özelliğinden dolayı biraz farklı bir görünüm sergilemektedir. Çünkü Türkiye'de faaliyet gösteren tüketici finansman şirketleri büyük oranda ithal malları (taşıtlar) finanse etmesi ithalat (M) talebini artırmaktadır. İthalattaki artış milli gelir denkliğinde de açıkça görüleceği üzere milli geliri negatif etkilemektedir.

Finanse edilen malların toplam krediler içerisindeki büyük bir bölümünü taşıt ve otomobiller oluşturmaktadır. Tüketici finansman şirketleri tarafından taşıt ve otomobiller için kullanılan kredinin oranı 2006 yılsonu itibarıyla %97 civarındadır. Zaten bu malların satışını

finanse eden kurumlar ise daha çok yabancı sermaye ile kurulan tüketici finansman şirketleri olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu malların üretimi de yurtdışında yapılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu kurumlar tarafından kullanılan kredi yurtiçi talebi etkilese de bu talebin hepsi yurtiçi üretimi dolayısıyla yatırımı (I) etkilememektedir. Çünkü talebin bileşenleri içinde büyük pay ithal talebinden oluşmaktadır. (web9.2011)

Ülkelerin farklı büyüme oranlarına sahip olmaları iktisatçıları meşgul eden bir uğraş alanı olmuştur. Büyüme literatüründe yapılan ampirik çalışmalar bu farklılığa yönelik çok sayıda açıklama ortaya koymuştur. Kaynak donanımı (resource endowments), makro ekonomik istikrar derecesi, eğitim düzeyi, kurumsal gelişim,yasal sistemin etkinliği, uluslar arası ticaret ve etnik ve dini çeşitlilik bu açıklamalardan bazılarıdır.(Khan.2000)

Sonuç

Tüketici Finansman Şirketleri bir yönü ile bankalara alternatif görünse de aslında bankaların plasman işlemlerinde köprü rolü oynayan önemli finansal kurumlardır.

Tüketicilerin temel tercih sebebi, bankaların “kara liste” uygulamalarının bu kurumlar için henüz geçerli olmaması ve esnek finansman şartlarının geliştirilebilmesidir.

Fon hareketliliğinde önemli bir finansal mekanizmayı oluşturmaktadırlar. Tüketime dayalı kalkınma modelini benimsemiş ülkeler için ideal kurumlardır.

Tüketici Finansman Şirketleri, küreselleşme ile hız kazanan, iletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan yeniliklerle birlikte ekonomik gelişmenin bir parçası olmuşlardır.

Piyasalar arasında sınırların ortadan kalktığı finans sektöründe, gerektiği gibi rekabet edebilmek ve sağlıklı piyasa yapısı oluşturabilmek için, mali sektörün tamamını kapsayacak yeni düzenlemeler kaçınılmaz gözükmektedir.

KAYNAKÇA

1. **Bankacılık Kanunu**, BDDK,Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Temmuz,2006
2. Prof.Dr.ULUDAĞ,İlhan.Yrd.Doç.Dr.ARICAN,Erişah. **Finansal Hizmetler Ekonomisi**. İstanbul,2001,2. baskı,Beta Basım Yayım Dağıtım
3. David,S.,Kidwell,Richard.,L.Peterson.,David,W.Blackwell,**Financial Institutions, Markets, And Money**, Fifth Edition,The Dryden Press, 1981, sy;39
4. TAŞ, Cumhur. **Dünya ve Türkiye’de Tüketici Finansman Şirketleri ve Uygulama Örnekleri**, Marmara Üniversitesi,Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü,Yüksek Lisans Tezi,İstanbul,1998
5. İBİCİOĞLU,Mustafa,**Tüketici Finansman Şirketlerinin Finansal Sistem İçindeki Yeri ve Türkiye’de Kredi kullandıran diğer kurumlar ile karşılaştırmalı incelenmesi**, Gazi Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi,Ankara,2006
6. PARASIZ İlker. **Para Banka ve Finansal Piyasalar**, Bursa, 2000. 7. Baskı,Ezgi Kitapevi
7. Doç.Dr.DEMİR,Gülten.**MakroEkonomiyeGiriş**,İstanbul,2000,2.Baskı,Yayımlar Yayıncılık.

Tüketici finansman şirketleri'nin Türkiye'deki etkinliği

8. Parasız İlker, İktisadın ABC'si, İstanbul, 2010. Ezgi Kitabevi.
9. Khan, M.S., Senhadji, A. S., 2000. "Financial Developments and Economic Growth: An overview" IMF Working Paper, WP/00/209

Web Siteleri

10. WEB1: <http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/oguzbanka.doc> (erişim:06/05/2011)
11. WEB2: <http://www.mevzuatdergisi.com/2007/05a/03.htm> (erişim:05/05/2011)
12. WEB3: <http://www.tuketicifinansman.net/2008/06/turkiye-tuketici-finansmani-sirketleri.html> (erişim:10/05/2011)
13. WEB4: <http://www.hizlikredi.com/contentviewpage.aspx?PageId=77&FlashVars=1> (erişim:05/05/2011)
14. WEB5: <http://www.mevzuatdergisi.com/2007/05a/03.htm> (erişim:05/05/2011)
15. WEB6: http://www.bddk.org.tr/websitesi/turkce/Duyurular/BDDK_Kurul_Kararlari/53612782.pdf (erişim:08/05/2011)
16. WEB7: <http://www.bddk.org.tr/turkce/linkler/tuketicifinansman.html> (erişim:08/05/2011)
17. WEB7 a: <http://www.tufider.org> (ERİŞİM:08/05/2011)
18. WEB7 b: <http://www.tufider.org> (ERİŞİM:08/05/2011)
19. <http://www.erpakademi.com/tuketici-kredileri.html> (erişim: 08/05/2011)