

FİNANSAL GİRİŞİMCİLİK AÇISINDAN ELEKTRONİK FİNANSAL ARAMA MOTORLARININ ÖNEMİ VE TÜRKİYE’DEKİ UYGULAMALAR



Mehmet ÇAVUŞOĞLU*

ÖZET

Küreselleşme ile artan rekabet ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, yeni ekonomik sistemlerin ve yeni girişimlerin ortaya çıkması ve dünyada yaygınlaşmasını sağlamıştır. Elektronik finansal arama motorları, yeni ekonomik sistemin temelini oluşturan, “her sektörde teknoloji kullanımı desteklenmeli” fikriyle geliştirilmiş yeni bir finansal sistemdir. Bu sistemler tüketicilere, bankacılık ve finans sektöründeki bilgileri, tarafsız, doğru ve güncel olarak sunmakta, tüketicileri uzun ve külfetli araştırmalardan kurtarmakta ve finansal bilgilere bilgisayarın birkaç tuşunu tıklayarak kolay ulaşım imkanı sağlamaktadır.

Bu çalışmanın ilk bölümünde şebeke organizasyon ve girişimcilik kavramları açıklanmıştır. İkinci bölümde elektronik finansal arama motoru kavramı ve çalışma sistemine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde Türkiye’de ilk olarak faaliyete geçen elektronik finansal arama motorlarından www.finzoon.com, www.kredix.net, www.kredipazari.com ve www.hangikredi.com sitelerinin çalışma sistemleri açıklanmıştır. Son bölümde ise elektronik finansal arama motorları sitelerinin Türkiye’de yaygınlaşması ve gelişmesi için yapılması gerekenler özetlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Şebeke Organizasyon, Finansal Arama Motoru, Kredix, Finzoon, Kredipazari, Hangikredi

IMPORTANCE OF ELECTRONIC FINANCIAL SEARCH ENGINES FOR FINANCIAL ENTREPRENEURSHIP AND THE APPLICATIONS OF TURKEY

ABSTRACT

Global competition and progress of science and technology induced new economic systems and new entrepreneurships which diffused globally. Electronic financial search engine is a financial system which lays the foundation of the new economic system associated with the notion that technology must dominate every business sector. These systems make it possible for the consumers to have access to the current and fair data of banking and financial concerns in a bipartisan fashion, whereby the consumers save time of cumbersome examinations; instead they just touch the computer buttons and reach all these information.

In the first section¹ of this study, the concept of network organization and entrepreneurship are expounded. In the second section, the concept of elektronik financial search engine and its applications are analyzed. In the third section, the early electronic financial search

* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Meslek Yüksekokulu, Öğretim Üyesi

engines of Turkey, the comparative WEB sites of www.finzoom.com, www.kredix.net, www.kredipazari.com and www.hangikredi.com and their operational basics are dissected. In the final section, recommendation for dispersal of electronic financial search engines are summarized.

Key Words: Network Organization, Financial Search Engine, Kredix, Finzoom, Kredipazari, Hangikredi

GİRİŞ

Bilişim teknolojileri destekli gelişen yeni ekonomik sistemi yakından takip eden finansal girişimciler, sistemden daha çok pay almak, küresel rekabet ortamında güçlü olmak, bankacılık faaliyetlerinde zaman ve paradan tasarruf sağlamak için, bilgi temelli şebeke organizasyonları geliştirdiler. Bu organizasyonlar, bankacılık ve finans sektöründen hizmet satın almak isteyen potansiyel müşterileri, doğru ve güncel verilerle bilgilendiren, aranan finansal bilgiyi tüketiciye karşılaştırmalı bir tablo halinde sunan ve “*Elektronik Finansal Arama Motoru*” (*Bank Rate Engines*) olarak adlandırılan sistemleridir. Dünyada yaygın kullanıma sahip bu sistemler, bireysel borçlanmanın büyük bir hızla arttığı Türkiye’de de son yıllarda uygulanmaya başlamıştır.

Bu çalışmada öncelikle, finansal girişimcilerin yarattığı bir şebeke organizasyon yapılanması olan “elektronik finansal arama motorlarının” organizasyon yapısı, çalışma şekli, finans sektörüne ve tüketicilere sağladığı avantaj ve dezavantajlar açıklanmış, daha sonra da Türkiye’de faaliyet gösteren “elektronik finansal arama motorlarının” tanıtımı yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise “Elektronik Finansal Arama Motoru” sistemlerinin Türkiye’de de gelişmesi ve yaygınlaşması için yapılması gerekenler özetlenmiştir.

1. ŞEBEKE ORGANİZASYONLAR VE GİRİŞİMCİLİK

Bilişim teknolojileri tabanlı iş yapma modelleri, ortak amaç birliği olan birbirinden bağımsız işletmelerin, hiyerarşi ve bürokrasiden uzak, esnek bir örgüt yapısıyla, anlık gelişmelere hızlı adapte olabilen bir organizasyon yapılanmasına sahiptirler. Global çapta işbirliklerini de destekleyen bu yeni organizasyon modelleri, büyük çaplı işletmelerin yanında küçük çaplı bölgesel işletmelerin de küresel bir oyuncu olmalarına büyük destek sağlamaktadır.

1.1. Şebeke Organizasyon Kavramı

Bilgi, iletişim ve internet teknolojilerinin günümüzde yaygın olarak kullanılması, işletmelerin sınırlarının büyümesini sağlayarak, şebeke modeli örgütlerin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bilgisayarlarla birbirlerine bağlı

işletmelerden oluşmuş şebeke örgüt yapıları, geleneksel örgüt yapıların yerine ikame edilmektedir. Bürokrasi ve hiyerarşiden uzak bir organizasyon yapılanmasına sahip bu çağdaş yapılar, aynı zamanda post bürokratik yapılanma olarak da ifade edilebilmektedirler. Şebeke organizasyonlar genellikle, alanlarında uzmanlaşmış ve birbirine sıkı bir bilgi ve iletişim ağı ile bağılı, uzun vadeli işbirliği düşüncesi olan, en az iki veya daha fazla organizasyonun katılımıyla oluşmuş post-modern örgütsel bir model olarak tanımlanmaktadır (Genç, 2004:168-169).

Şebeke organizasyonlar, bünyesinde bulunan işletmelere, ortak girişim (joint venture), dış kaynaklardan yararlanma, (outsourcing), çekirdek yetenek (corecompetance), stratejik işbirliği (stratejik alliances), öğrenen organizasyon (learning organization) ve yalın yönetim gibi birçok modern uygulamayla, esneklik, verimlilik, daha çok kazanç ve global rekabet gücü gibi avantajlar sağlayan organizasyon modelleridir.

Şebeke organizasyon modelinin, organizasyona üye işletmelere sağladığı avantaj ve dezavantajları aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz (Ertürk, 2002: 228):

Şebeke Organizasyonların İşletmelere Sağladığı Avantajları:

- İşletmelere global rekabet avantajı sağlar.
- İşgücü esnekliği ve mücadele ruhu kazandırır.
- Bilginin paylaşımı kolaylaştırır.
- Sabit işletme masraflarını azaltır.
- Sektörel bazda sinerji yaratır.
- Şebeke üyelerine en iyi bildikleri işi yapma fırsatı verir.
- Piyasadaki gelişmelere anında cevap verme imkanı ve gücü sağlar.

Şebeke Organizasyonların Dezavantajları:

- Koordinatör firmaya bağımlılık yaratır.
- Faaliyetlerin farklı yerlerden yürütülmesi bazen koordinasyonu güçleştirir.
- İşletme dışına fazla iş yaptırılması, işletmenin uzun dönemde içini boşaltır, gelişmesini önler.
- Organizasyondan sürekli ayrılmalar ve ilaveler sık sık uyumsuzluk yaratır.
- Kültürel farklılıklara bağılı sorunlar yaşanır.

Globalleşmenin etkisi ile artan rekabet koşulları, girişimci işletmelerin şebeke organizasyon yapılanmasıyla örgütlenerek, stratejik işbirlikleri oluşturmasını desteklemektedir. İnsan ihtiyaçlarını üretme ve

bunları pazarlama amaçlı kurulan işletmelerin oluşumunda etkin bir faktör alan girişimcilik, günümüzde yaygın kullanıma sahip şebeke organizasyonların oluşmasında da önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2. Girişimcilik Kavramı

Ekonomik ve sosyal hayatta yaşanan değişimlere ayak uydurmak, değişen insan ihtiyaç ve isteklerini önceden görmek, bunlara zamanında cevap verebilmek için, üretim faktörlerini bir araya getirme ve ekonomik fayda sağlama amaçlı örgüt oluşturma çabalarını girişimcilik olarak tanımlayabiliriz.

Ekonomik mal ve hizmet üretmeyi tasarlama, buna ilişkin bir fiziki örgüt oluşturma, bunun sonucunda elde edilen parasal faydayla yaşamı sürdürme olayını da girişimcilik olarak tanımlayabiliriz (Akdemir, 2008:23). Girişimcilikte başlangıç noktası yeni bir fikirdir. Daha sonra bu yeni fikrin fırsat olup olmadığına bakılır. Eğer yeni fikir fırsat olarak görülürse, bu fırsatların başarılı iş girişimlerine dönüşmesi için bir iş yapısı yaratılır. Bu süreçte yeni fikir değiştirilir, şekillendirilir, üzerinde düzenlemeler yapılır, hatta daha iyi olanlarıyla değiştirilebilir. Eğer yeni fikir ticari değere sahipse girişimci tatmin olur. Girişimciler büyük oynarlar, riski dikkatli bir şekilde hesaplarlar ve genellikle büyük ödül beklerler (Akdoğan ve Cingöz, 2006:1).

Öncelikle yaşadığı toplum, daha sonra da tüm dünyada yeni işler yapmak isteyen girişimciler, internet teknolojilerinin sunduğu geniş imkanları kullanarak finans sektöründe de yeni girişimler yapmıştır. Bu yeni girişimler, finansal bir ürün almak isteyen tüketicilere yol haritası olacak birçok hizmeti tek bir çatı altında toplayan ve şebeke örgüt modelinde çalışan “elektronik finansal arama motor” sistemi olarak adlandırılmaktadır.

1. ELEKTRONİK FİNANSAL ARAMA MOTORLARI

Uluslararası bankacılık ve finans sisteminde yaşanan gelişmeler, bu sektörde faaliyet gösteren girişimcileri, hızlı değişen koşullara ayak uyduracak yeni iş yapma modelleri geliştirmeye motive etmektedir. Bankacılık ve finans sektöründe faaliyet gösteren girişimciler, internet teknolojilerinin sağladığı çok uluslu ve çok ortaklı iş yapma imkanları sayesinde, ulusal ve uluslararası boyutta da faaliyet gösterebilecek stratejik işbirliği modeli, elektronik finansal arama motorlarını geliştirdiler. Çalışmanın bu bölümünde, “Elektronik Finansal Arama Motor” kavramı ve bu sistemin çalışma biçimi hakkında bilgiler yer almaktadır.

2.1. Elektronik Finansal Arama Motoru Kavramı

Bilişim ve internet teknolojileri temelli iş yapma modeli olan ve günümüz ekonomik sisteminde oldukça yaygın kullanıma sahip elektronik ticaret, ekonomik sistemde binlerce çeşit yeni iş modeli ve bu işlerle bağlantılı gelişmiş binlerce çeşit ürünün ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ortaya çıkan ürün çeşitliliği, potansiyel müşterilerin alışverişlerinde seçenek çokluğu nedeniyle pozitif bir etki yaratmakla birlikte zaman zaman çok fazla ürün çeşidi arasında seçim yapma güçlüğü de yaratmaktadır.

Klasik sistemde faaliyet gösteren bankacılık ve finans işletmelerinden herhangi bir ürün (tüketici kredisi, tutsat emlak kredisi veya mevduat faizi gibi hizmetler) almak isteyen bir tüketici, alacağı hizmet hakkında banka banka gezerek kendisine uygun faiz oranlarını öğrenmeye çalışmaktadır. Tüketiciler açısından zaman ve para kayıplarına neden olan bu durumu gözlemleyen finansal girişimcilerin çalışmaları ile, oluşturdukları web sitesine kaydettikleri üye (banka veya kredi kuruluşları gibi işletmeler) işletmeler arasında karşılaştırmalı arama yaptıran, aranan ürünün müşteriye ne şartlarda ve nasıl verildiğini listeleyen “*Elektronik Finansal Arama Motoru*” sistemi geliştirilmiştir.

Elektronik finansal arama motorları, sanal ortamda yapılan bankacılık ve finans faaliyetlerinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve dünyada yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Üye işletmelerden aldığı komisyon karşılığı faaliyet gösteren elektronik finansal arama motorları, bankacılık ve finans sektörü içerisinde kendisine yer bularak, sektöre faydalı olacak birçok yeniliğe imza atmıştır. Elektronik finansal arama motorları, on-line bankacılık ve finans sitelerinden farklı bir çalışma anlayışı ile iş yapan web siteleridir. Bu siteler, sistemlerine üye bankacılık ve finans web sitelerinden sağladığı güncel bilgileri, karşılaştırmalı bir tablo halinde tüketicilere sunan web siteleridir.

Klasik sistemde iş yapan bir bankacılık ve finans kuruluşundan ürün almak isteyen bir tüketici, öncelikle bulunduğu bölgeye yakın bir bankacılık ve finans kuruluşunun telefon numarasını bulur ve işletmeyle temasa geçer. Bu görüşmeden sonra almak istediği ürünü alıp almamaya karar verir. Bu karar olumlu ise görüştüğü işletmeye giderek başlattığı finansal faaliyeti sonuçlandırır. Aldığı karar olumsuz ise başka bir işletmenin telefonunu tekrar arayarak önceki işlemleri tekrarlar. Tüketiciler tüm bu zaman alıcı ve maddi külfet getirici işlemlerden kurtulmak için elektronik finansal arama motorlarını kullanmak yeterli olmaktadır. Elektronik finansal arama motorları, kullanımı kolay ve istenilen işlemleri bilgisayarın birkaç tuşuna dokunarak defalarca tekrarlayabilen sistemlerdir. Bu yeni model finansal

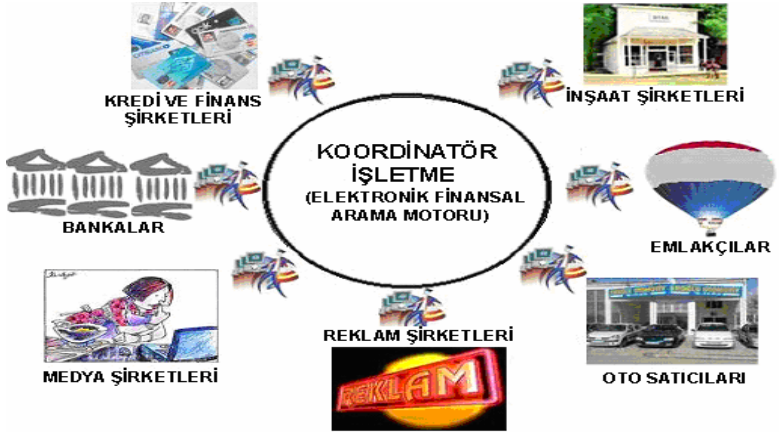
enstrüman, bankacılık ve finans hizmeti alacak potansiyel müşterilere zamandan çok büyük tasarruf sağlamaktadır.

Şebeke organizasyon yapılanmasına sahip elektronik finansal arama motorları, bankacılık ve finans şirketleri yanında, organizasyona üye emlak şirketi, oto satıcısı şirketler, medya ve reklam kuruluşları ve inşaat şirketleri ile de işbirliği halinde çalışmalarını yürütmektedir.

2.2. Elektronik Finansal Arama Motorlarının Çalışma Şekli

Şebeke organizasyon yapılanması şeklinde örgütlenmiş elektronik finansal arama motorları, bünyesinde bankacılık ve finans kuruluşları, medya ve reklam şirketleri, inşaat şirketleri, emlakçılar ve oto satıcıları gibi değişik sektörlerde faaliyet gösteren işletmeyi barındırmaktadır. Şebeke üyeleri birbirlerine son derece sıkı bir iletişim ağı ile bağlıdırlar. Elektronik finansal arama motorları ile organizasyona üye diğer işletmeler, hiyerarşik kademeleşmeden uzak, yatay bir organizasyon yapısıyla birbirleri ile işbirliği yapmaktadırlar. Elektronik finansal arama motorlarının organizasyon şeması Şekil 1’de yer almaktadır.

Şekil 1: Elektronik Finansal Arama Motoru Organizasyon Şeması



2. TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN ELEKTRONİK FİNANSAL ARAMA MOTORLARI

Türkiye’de faaliyet gösteren ilk elektronik finansal arama motoru, tüketici kredileri, tutsat (mortgage) emlak kredileri, araç kredileri ve kredi kartları gibi bireysel borçlanmanın çok arttığı dönem olan 2000’li yılların

ortalarında faaliyete girmiştir. Elektronik finansal arama motorları, potansiyel müşterilere birebir danışmanlık hizmeti sunmak için, iki tarafı ortak bir zeminde buluşturmayı hedeflemektedir. Elektronik finansal arama motorları verdiği sınırsız danışmanlık hizmeti ile bilinçli tüketici yaratma misyonu yanında, sektörde meydana gelen değişim ve gelişmeleri de anlık olarak tüketicilere duyurmaktadır.

Elektronik finansal arama motorları portföylerinde, Türkiye’de faaliyet gösteren birçok bankacılık ve finans şirketi, emlak danışmanlık şirketi, inşaat şirketi, medya şirketi, reklam şirketi ve oto satıcısını bulundurmaktadırlar. Elektronik finansal arama motoru web sitesini ziyaret edecek bir potansiyel müşteri, aradığı konu hakkında detaylı bilgiye, birkaç saniye içinde ulaşma imkanı elde edebilmektedir. Elektronik finansal arama tüketiciler tarafından çok iyi bilinmeyen ve aradıkları hizmeti satın alacakları anda haberdar oldukları, hatta bazen hiç farkında olmadan ödedikleri, kredi kartı yıllık ücreti, alman banka kredisinden kesilen dosya masrafı, kredi kartı nakit çekim faizleri, mevduat faizlerinden kesilen vergiler, alınacak bir emlak için ödenecek tapu masrafı, emlakçı komisyonu, yıllık taşıt vergisi gibi birçok bilgiyi de tam olarak tüketicilere gösterebilmektedir. Bu tip sistemler, bilinci tüketici, dolayısıyla da hakkını arayan toplum yapısı oluşturmaya da büyük destek sağlamaktadır. Türkiye’de faaliyet gösteren elektronik finansal arama motorları hakkında bilgiler aşağıda yer almaktadır.

3.1. www.finzoom.com.tr

Bireysel borçlanmanın inanılmaz bir hızla arttığı son yıllarda, tüketici kredilerindeki artış trendi yeni bir iş alanı yaratmıştır. Yurtdışında “*Bank Rate Engines*” olarak adlandırılan elektronik finansal arama motor siteleri benzeri siteler Türkiye’de de faaliyete geçmiştir. ABD sermayesiyle kurulan Finzoom Türkiye’de, tüketicilere bankaların kredi faizlerini karşılaştırma ve on-line başvuru imkanı sağlamaktadır (www.dunyagazetesi.com.tr, 2006:1).

Tüketicileri bilgilendirme ve finansal ürün araştırmalarını kolaylaştırma amacıyla hizmete giren www.finzoom.com.tr bir tüketici finansmanı portalıdır. www.finzoom.com.tr tüm bankalardan kredi oranları ile ilgili tam bilgileri toplamakta ve bu bilgileri uygun tablo formatlarında karşılaştırmaktadır. Değişen verileri tam ve tarafsız olarak tablolarına yansıtan www.finzoom.com.tr, bankalardan elde ettiği verileri düzenli olarak güncellemektedir. Site içinde ele alınan ve iletilen her bilgi uzman kadro tarafından analiz edilmektedir. Bilgiye ulaşmadaki hızın öneminin bilincinde olan Finzoom ekibinin amacı tüketiciye kendisi için doğru krediyi seçmesinde tarafsız olarak yol göstermektir. şu an için sadece tüketici kredilerini, konut kredilerini ve taşıt kredilerini karşılaştırmakta olan

Finzoom, ileride hizmet çerçevesini genişletip, piyasadaki tüm kredi kartları, vadeli hesaplar, KOBİ kredileri, sigorta ve yatırım kredileri gibi bireysel bankacılık ürünlerini bir araya toplayarak karşılaştırmayı hedeflemektedir. Site içinde üye bankaların kredi oranlarının yanında tüketicilerin doğrudan başvuru yapmasını sağlayan butonları da bulunmaktadır. Sisteme üye olmayan bankalara doğrudan başvuru yapılamamasına rağmen, bu bankaların kredi oranları ile ilgili tarafsız karşılaştırmalar, diğer bankalarla aynı tablo üzerinden tüketici bilgisine sunulmaktadır (www.finzoom.com.tr, 2007:1).

Finzoom.com.tr'ye bankalardan gelen faiz oranı bilgileri günde iki defa güncellenerek tüketicilerin bilgisine sunulmaktadır (www.dunyagazetesi.com.tr, 2006:1). Tüketiciler www.finzoom.com.tr sitesinden ücretsiz yararlanmaktadırlar.

Finzoom.com'un en önemli hedefleri; bankacılık ve finans sektöründe verimlilik, şeffaflık ve karlılığı artırmak, tüketicinin tüm kredi seçeneklerini edinme sürecinde ve sonunda ödemekle yükümlü olacağı toplam maliyeti “yıllık maliyet oranı hesaplayıcısı” seçeneği ile potansiyel müşteriye sunmak, kredi başvurusu yapmak isteyen tüketicilere ücretsiz danışmanlık hizmeti vermek ve müşterilerden on-line başvuru alıp bunları bankalara ileterek bankalar ile potansiyel müşteri arasında bir köprü görevi yapmaktır. www.finzoom.com amaçlarından biri de çeşitli medya ortaklıkları oluşturarak, ortaklarına karşılaştırma tablolarını, periyodik tüketici finansmanı makalelerini ve analizlerini dağıtmaktır (www.habervitrini.com, 2007:1). Bireysel borçlanmanın hızla arttığı Türkiye’de tüketicilerin kredi taleplerine rehberlik edecek en önemli web sitelerinden biri olan www.finzoom.com.tr, tüketicilerin banka banka gezerek kredi koşullarını öğrenme ve bu sayede en uygun krediyi bulma dönemine son vermiştir.

www.finzoom.com.tr sitesi “Yıllık Maliyet Oranı” hesaplayıcısı sayesinde tüm bireysel krediler için tüm masrafları ve diğer maliyetler dahil gerçek oranları görerek hangi krediyi nereden alacağına karar verecekleri bilgileri ayrıntılı bir tablo içinde görebilecekleri bir elektronik finansal arama motor sitesidir (www.imedia.com, 2007:1).

3.2. www.kredix.net

Kredi kullanım alışkanlıklarına yeni bir boyut getiren www.kredix.net, bankaya gitmeye gerek kalmadan internet üzerinden kredi koşullarını karşılaştırma ve kredi başvurusu yapma imkanı sunan bir organizasyondur. Sistem üzerinden konut, taşıt, bireysel ve eğitim kredisinin yanı sıra kredi kartı başvurusu da yapılabilmektedir. Tamamen ücretsiz kullanımı olan www.kredix.net sayesinde tüketiciler, faiz oranlarını, aylık ödeme planlarını, teminat koşullarını ve kredilere başvururken ne tür belgeler

istendiğini bankaya gitmeden inceleyip, internet üzerinde kendilerine en uygun bankaya başvuru yapabilmektedirler. Başvurular seçilen bankaya göre bir yada iki gün içerisinde değerlendirilmekte ve tüketiciye e-mail aracılığıyla kredi talebinin kabul edilip edilmediği bilgisi ulaştırılmaktadır. Daha sonra tüketici gerekli belgelerle birlikte bankaya giderek kredisini kullanabilmektedir.

Kredi almak isteyenleri başvuru öncesi çok sayıda belge hazırlama ve defalarca bankaya gitme zahmetinden kurtaran www.kredix.net sistemi, bankalar içinde önemli ölçüde maliyet ve iş gücü tasarrufu sağlamaktadır. www.kredix.net mağazalarda alışveriş yaparken kredi kullanımı konusunda da tüketicilere yardımcı olmaktadır. Tüketiciler taşıt, mobilya, beyaz eşya, elektronik ve bilgisayar gibi yüksek meblağlı alışverişlerinde, alışveriş yaptıkları mağaza üzerinden tüketici kredisi başvurusunda bulunabilmektedirler (www.kredix.net, 2005:1).

Amerika'da banka müşterileri için yıllardır uygulanan "kredi notu" sistemi www.kredix.net şirketi ile Türkiye'de uygulamaya girmiştir. Amerika'da yaygın olan bu uygulama, bir kaç kredi bilgisi şirketi tarafından yapılmaktadır. Bankalar kredi notu bilgilerini bu şirketlerden satın alarak tüketiciler hakkında bilgi toplamaktadırlar tüm bu bilgiler bütün ayrıntılarıyla tüketicilerin kullanıma açıktır. Çok düşük bir bedel karşılığında tüketiciler kendi haklarında kredi raporu da elde edebilmektedirler. Tüketicilerin kendi hakkında elde ettiği raporda, herhangi bir yanlışlık veya haksızlık olduğuna inandığı bilgi ve değerlendirmeler varsa, itiraz ve düzeltme hakkını kullanarak bu bilgileri düzeltme şansı da elde etmektedirler (Bilgin, 2007:1).

Kredix.net şirketi şu an için altı bankayla anlaşarak tüketicilere “zayıf, orta, iyi, pekiyi” gibi notlar vermeye başlamıştır. Bu notlar, kredi talebinde bulunan kişinin geçmişte aldığı krediler, ödeme performansı, gelir durumu, yaş, meslek gibi kriterlere göre farklılık göstermektedir. Bu sistemde notu yüksek olan tüketicilere, bankalar daha kolay ve daha fazla kredi açmakta ve daha düşük faiz ve daha uygun taksit imkânları sağlamaktadır. Her banka müşteriye verilen kredi notuna göre tüketicinin talep ettiği krediye bir teklifte bulunmaktadır. Mesela A bankası konut kredisini 1.50 faizle veriyorsa, 1.40 teklif ediyor. B bankası 1.45 faizle veriyorsa 1.39 ile teklif veriyor. En sonunda kredi almak isteyen kişi gelen tekliflere göre seçimini yapabilmektedir. Türkiye'de şuan için bazı bankalar kendi içlerinde kredi notu üretmekte fakat bu bilgileri birbirleriyle paylaşmamaktadırlar. www.kredix.net şirketi Türkiye'de ilk defa tüketicilerle paylaşmak üzere kredi notu da üretmektedir (www.turob.org, 2007:1).

Türkiye'de bir ilk olan elektronik finansal arama motoru sistemleri; ABD'de yaklaşık olarak on yıldır kullanılmaktadır. 11 trilyon dolarlık ABD

tüketici kredi pazarının 8 trilyon dolarını konut kredisi oluşturmaktadır. Bunun 3 trilyon doları her yıl yenilenmektedir. 2002'de ABD'de konut kredilerinin yüzde 1'i bu sistem üzerinden verilmiştir. 2005'te bu oranın yüzde 5'e, 2007'de ise yüzde 8'e ulaşması beklenmektedir. ABD'de konut pazarının yüzde 5'i, 150 milyar dolar konut kredisi kredi 5-6 elektronik finansal arama motoru şirketleri tarafından verilmiştir. www.kredix.net şirketi yetkilileri Türkiye'de 2006'da 200 bin adet kredinin Kredix.net'le verileceğini tahmin etmektedirler (Akşit, 2005:1).

3.3. www.kredipazari.com

Türkiye'de konut kredisi almak ve banka karşılaştırmak hala daha tüketiciler için çok zor bir olay olarak görülmektedir. Normalde tüketici her banka için ayrı form doldurmak zorunda kalmaktadır. Bazı bankalar şubeye ziyaret olmadan başvuru kabul etmemektedirler. Birçok banka kendilerin harcaması gereken bazı gizli masraflarını dosya parası ve kredi kullandırma ücreti gibi kalemlerde saklayarak müşteriden haksız birtakım kazançlar elde etmek yoluna gitmektedirler. Bazı bankalar ise de bu masrafları ancak vatandaşa en son aşamada açıklamakta ve en düşük faiz oranını seçtiğini düşünen vatandaş maalesef kredi şoku yaşıyor ve genellikle bu masrafı ödeme yoluna gitmektedirler. www.kredipazari.com internetten tek noktadan başvuru yapma kolaylığı sunarak bu problemleri minimum seviyeye çekmeye gayret göstermektedir. www.kredipazari.com'dan başvuru yapan tüketici hem zaman hem de para kazanmaktadır. www.kredipazari.com sitesi, konut kredisi almayı düşünen tüketiciye objektif bilgi sunmayı ve tüketicinin bankaların kredi faiz oranlarını kolayca ve tarafsız şekilde karşılaştırmasını sağlayan *hesaplayıcılar* hizmetini de faaliyete geçirecek potansiyel kredi müşterisine gerekli kolaylığı sağlamaktadır (Sahici, 2007:1).

www.kredipazari.com sitesi, müşteriden istediği konut, arsa yada işyeri bilgilerini alıp anlaşmalı olduğu 10 bankaya göndermekte, daha sonra bankalar müşteriye arayarak kredi anlaşmasını müşteri ile yapmaktadır. www.kredipazari.com sitesi bankalardan aldığı komisyon karşılığında iş yaptığı için, tüketicilerden herhangi bir ücret talep etmemektedir. (www.radikal.com.tr , 2007:1).

www.kredipazari.com sitesinin açılışından sonraki ilk iki haftası içerisinde 20 milyon YTL tutarındaki 225 geçerli kredi başvurusunu bankalara kanalize edildiğini belirten şirket yetkilileri, bu sayının 9 Mart 2007 itibarıyla 100 milyon YTL'yi ve bin 800 geçerli başvuruyu aştığını ve kaydettiler. Açılışından bu yana yüzde 500 oranındaki bir büyüme kaydeden www.kredipazari.com şirketi bu büyümenin ana sebebinin, iyi hizmet alan müşterilerin www.kredipazari.com'u arkadaşlarına ve tanıdıklarına tavsiye etmesinden kaynaklandığını düşünmektedir. www.kredipazari.com sitesi

aracılığı ile kullanılan kredilerin yüzde 77'si ev, yüzde 15'i iş ve yüzde 8'i ise arsa kredisidir. www.kredipazari.com bugüne kadar yaklaşık 1 milyar YTL değerinde kredi talebini sonuçlandırarak, gayrimenkul alımının gerçekleştirilmesini sağlamıştır (Sahici, 2007:1).

Bankalar arasındaki rekabeti artırma, daha efektif ve verimli banka-müşteri ilişkileri yaratma ve müşteriye zaman kazandırma amacı güden elektronik finansal arama motoru sitelerinde, tüketiciler öncelikle sitede yöneltilen soruları cevaplandırıyor, site tüketiciyi en hesaplı krediyi verecek bankalarla eşleştiriyor, aranan krediye ilişkin bankaların şartlarını karşılaştıran raporumuzu bankaya yolluyor. Daha sonra bankalar tüketiciyi arayarak detaylı bilgi veriyor ve tüketici bu bankalar arasından en uygun olduğunu düşündüğünü seçip başvuruyu tamamlıyor. Türkiye bankacılık ve finans sektöründe beklenen gelişmelerin olumlu olması halinde, kredipazari.com şirketi, *Refinans Kredileri* (kredi finansı yapılmış taşınmazın başka bir banka tarafından daha cazip şartlarla tekrar finanse edilmesi) ve *Ters Mortgage Kredileri* (halihazırda peşinen alınmış taşınmaza dair ipotek bazında alınan nakit krediler) gibi Türkiye 'de yeni koşullarda verilecek ürünleri de piyasaya sunmayı hedeflemektedir (www.tumgazeteler.com, 2007:1).

3.4. www.hangikredi.com

Elektronik finansal arama motorları, kredi veren kuruluşlarla tüketicileri (kredi kullanıcılarını) internet ortamında buluşturmak ve internet teknolojileri ve servisleri üzerinden kredi konusunda finans sektörüne kaliteli hizmetler sunmak için geliştirilmiş bir finansal bilgi platformdur (www.hangikredi.com, 2007:1).

www.hangikredi.com sitesi Türkiye'de faaliyet gösteren tüm banka ve finans kurumlarının bireysel, taşıt ve tutsat (mortgage) emlak kredisi koşullarını, faiz oranlarını, kredi detaylarını karşılaştırmalı olarak sunan ve anlaşmalı bankalara on-line başvuru imkanı sağlayan bağımsız bir platformdur. Hangikredi.com tüketicilere tek noktadan kredilerle ilgili detaylarını karşılaştırmalı bir tablo halinde sunmaktadır. Böylece tüketiciler zaman kaybetmeden çok kısa bir süre içerisinde araştırdıkları krediye ait tüm banka ve finans kurumlarının kredi bilgilerine erişebilmektedirler. Bu sistemi kullanan tüketiciler araştırmasını yaptıkları banka veya finans kurumuna ait kredi ödeme planını detaylı ve tamamıyla ücretsiz bir şekilde görebilmektedirler. Hangikredi.com sitesi aynı zamanda tüketicilerin finansal terimler konusunda ihtiyaçlarını karşılamak çok detaylı bir *Finansal Sözlük* hazırlamış ve sitede tüketicilerin hizmetine sunmuştur. Ayrıca tüketicilerin kolay bütçe hesaplarını yapabilmeleri için elektronik bütçe hesaplama aracı

geliştirmiş, bu aracı da sitede hizmete sunmuştur (www.btdunyasi.net, 2007:1).

www.hangikredi.com sitesinde finansal bilgi araştırması yapan tüketicilere, kredi bilgi sayfalarından, krediye ait tüm detayları grafiklerle desteklenmiş bir biçimde sunmaktadır. Portal ayrıca kullanıcıya kredi ve bütçe hesaplamalarında kullanabileceği yardımcı hizmetler de vermektedir. Bu araçlar vasıtası ile kredi taksitleri ve gelir gider oranları hesaplanabilmekte istenirse ödeme planı tabloları oluşturulabilmektedir. Site üzerinde güvenlik ön planda tutulmakta, kullanıcıya ve krediye ait bilgilerin görüntülediği sayfalarda internet güvenlik sistemi olan *SSL* (Secure Socket Layer) kullanılmaktadır. Site sayfaları, içeriğin ve verilerin ortalama bir kullanıcı tarafından rahatça anlaşılabilir şekilde geliştirilmiştir. Sitenin aynı zamanda gelişmiş bir üyelik sistemi, raporlama sistemi, banner yönetim modülü de mevcuttur (www.bilemek.com, 2007:1).

SONUÇ

Bilişim teknolojileri ve internetle gelişen yeni ekonomik sistem, girişimciler açısından önemli birçok fırsatı ortaya çıkarmıştır. Yenilikçi ve yaratıcı girişimciler, çok düşük maliyetlerle oluşturacakları web siteleri ile, internet ortamında çok düşük sermayeli girişimler yapabilmektedirler. Son on yılda dünya milyarderler listesine giren birçok başarılı işadammın, internette yaptıkları çok düşük maliyetli web siteleri sayesinde bu başarıları elde ettikleri düşünüldüğünde, günümüzde başarı sırnının internetle kesiştiği göz ardı edilemeyecek bir gerçek olarak görülmektedir.

Bireysel borçlanmanın hızlı bir şekilde arttığı günümüzde, tüketicilerin zaman ve para kayıplarını önlemek amacıyla oluşturduğu elektronik finansal arama motor sistemleri, ülkemizde de hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Finansal girişimcilerin oluşturduğu bu sistemler, tüketicilerin banka banka gezerek kredi koşullarını öğrenme ve bu sayede uygun koşulları bulma dönemine son vermiştir. Bu sistemleri kullanan tüketiciler, bilgisayarlarının birkaç tuşuna basarak teminat koşulları, kredi başvuru şartları ve kredi alındıktan sonra ödenecek komisyonlar gibi birçok bilgiyi de kolaylıkla öğrenebilmektedirler. Elektronik finansal arama motorları, verdiği sınırsız danışmanlık hizmeti ile bilinçli tüketici yaratma misyonu yanında, bankalar arası rekabeti artırarak daha efektif ve verimli banka müşteri ilişkisi yaratmıştır.

Çalışmamızın bu bölümünde, bankacılık ve finans sektöründe faaliyet gösteren girişimcilere bir yol haritası olacak, onlara değişik bir iş imkanı sağlayacak “Elektronik Finansal Arama Motoru” sistemlerinin

Türkiye'de de gelişmesi ve yaygınlaşması için yapılması gerekenleri kısaca şu şekilde özetleyebiliriz:

- Elektronik finansal arama motorlarının, çalışma sistemi ve sağladığı avantajlar, tüketicilere yazılı ve görsel basın aracılığı ile tanıtılmalıdır.
- Elektronik finansal arama motorları sitelerde, tutsat (mortgage) emlak kredisi, araba kredisi ve tüketici kredisi gibi bilgiler yanında, mevduat ve kredi kartı faiz oranları gibi bilgilere de yer verilmelidir.
- Elektronik ortamda yapılan bankacılık ve finans sektörünün yaygınlaştırılması ve herkes tarafından kolaylıkla kullanılabilmesi için “elektronik güvenlik sistemleri” geliştirilmelidir.
- Elektronik finansal arama motor sistemleri, tüketici bilgi havuzları oluşturarak bu bilgileri bankacılık ve finans sektörü ile paylaşmalıdır.
- Tüketici bilgi sistemi oluşturularak, tüketicilere kredi karnesi verilmeli, kredi notu yüksek müşterilerin bankalardan yeni kredi talep etmeleri durumunda bunlara daha düşük faiz oranları uygulanmalıdır.
- Tüketicilere kredi ile mal satan, beyaz eşya, mobilya, cep telefonu, bilgisayar satıcıları ve özellikle online perakendeciler, (Örneğin: www.idefixe.com, www.hepsiburda.com gibi) web sitelerinde elektronik finansal arama motoru ile kredi bilgisi karşılaştırmayı teşvik etmelidir.
- Elektronik finansal arama motorları konusunda Türkiye'de yatırım yapacak girişimciler devlet tarafından da teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

- AKDEMİR, Ali; (2008), **İşletmeciliğin Temel Bilgileri**, Ankara, Orion Kitapevi
- AKDOĞAN, Asuman, Ayşe Cingöz; (2006), “İç Girişimciliğe Verilen Önem Düzeyi ve İç Girişimciliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Kayseri İlinde Bir Araştırma”, http://www.manas.kg/pdf/GirisimcilikKongresi_25-27.05.06.pdf
- AKŞİT, Feray; (2005), “İnternete Gir, Tüketici Kredisini 1 Günde Al”, <http://www.vatanim.com.tr/root.vatan?exec=haberdetay&tarikh=14.11.2005&Newsid=64350&Categoryid=2>
- BİLGİN, Aydın; (2006), “Notunuza Bakalım”, <http://www.haberekspres.com.tr/2006/06/09/yazi.php?id=58>
- BİLEMEK (2007), “Hangi Kredi?”, <http://www.bilemek.com/projeler.html>
- BTDUNYASI; (2007), “Bankalara Kredi Kapısı”, http://www.btdunyasi.net/index.php?module=news&news_id=3663&cat_id=31
- DÜNYAGAZETESİ; (2006), “Tüketici Kredi Kullanıcısına Karşılaştırmalı Sanal Rehber”, http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display.asp?upsale_id=286664
- ERTÜRK, Mümin; (2002), **İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon**, İstanbul, Beta Yayıncılık
- FİNZOOM; (2007), “Finzoom Kimdir?”, <http://www.finzoom.com.tr/About/Default.asp>

- GENÇ; (2004), **Yönetim ve Organizasyon, Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar**, Ankara, Seçkin Yayıncılık
- HANGİKREDİ; (2007), “*Hangi Kredi Hakkında*”,
<http://www.hangikredi.com/hangikredi/hakkimizda.aspx>
- HABERVİTRİNİ; (2007), “*Finzoom Türkiye’de*”,
<http://www.habervitrini.com/haber.asp?id=246584>
- İMEDYA; (2007), “*Bankaları Biraraya Getiren, İlk Ve Tek Kredi Karşılaştırma Sitesi Artık Türkiye’de*”, <http://www.imedya.com/mobile/mobiledetay.asp?a=193160&z=17>
- KREDİX; (2005), ABD Ve Avrupa'nın Kredi Kullanım Sistemi Türkiye’de,
<http://www.kredix.net/Kredix/Files/press/press.htm?/kredix/files/press/27102005teknon.et.gif>
- RADİKAL; (2007), “*Bütün Konut Kredileri Tek İnternet Sitesinde*”,
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=216022>
- SAHİCİ, Esra; (2007), “*Konut Kredisi Kullanmak İnternette 3 Dakikaya İndi*”, http://www.hurriyetemlak.com/real_estate/news/detail.php?newsId=993&catId=30
- TUROB; (2007), “*Kişiyeye Özel Kredi Notu*”,
<http://www.turob.org/NewsDetail.aspx?newsId=4360>
- TUMGAZETELER; (2007), “*Kredipazari, 50 Milyonluk Konut Kredisine Aracılık Etti*”,
<http://www.tumgazeteler.com/?a=1983977>