

TÜRKİYE'DE FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Okan UYGUNTÜRK¹,
Serhan GÜRKAN²

¹ Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük, Türkiye
e-posta: okan-uygunturk@hotmail.com ORCID No: 0000-0002-3947-4487

² Doç. Dr., Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, Karabük, Türkiye
e-posta: serhangurkan@karabuk.edu.tr ORCID No: 0000-0002-2363-5661

Sorumlu Yazar
E-mail: serhangurkan@karabuk.edu.tr

Geliş Tarihi: 15.10.2021
Kabul Tarihi: 10.05.2022

Özet

Son yıllarda faktöring, özellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmeler açısından oldukça önemli bir finansman aracı haline gelmiştir. Ekonomik açıdan önemli bir etkiye sahip olması nedeniyle faktöring sektörünün yapısının faktöring sektöründe faaliyet gösteren işletmeler özelinde incelenmesi önemli görülebilir. Bu çalışmanın amacı faktöring sektörüne faaliyet gösteren işletmelerin; (I) sektöre girişteki temel beklentilerini, (II) kendilerinin diğer işletmelere sağladığı temel faydaları, (III) sektöre girişte karşılaşılan engelleri ve (IV) işletmelerin sektörden ayrılma nedenlerini önem derecesine göre sıralamak olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında belirlenen 15 adet kriter, çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi ile önem derecelerine göre sıralanmıştır. Araştırmada görüşmelerin yapıldığı zaman itibarıyla her biri farklı faktöring şirketinde çalışan olmak üzere 45 uzmanın değerlendirmelerinden yararlanılmıştır.

Araştırmanın temel bulguları arasında, (i) işletmelerin özellikle kar elde etmek amacıyla sektöre girdiği, (ii) yüksek sermaye ihtiyacının sektöre girişteki en önemli engel olduğu, (iii) beklenen karın elde edilememesinin ise işletmelerin sektörü terk etmedeki en önemli etmen olduğu sayılabilir. Bunlara ek olarak, faktöring şirketlerinin diğer işletmelere sağladığı en önemli katkının; alacak garantisi vermek suretiyle ticari riskleri azaltma konusunda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Faktöring, Analitik Hiyerarşi Süreci, Türkiye.

A RESEARCH ON THE STRUCTURE OF THE FACTORING SECTOR IN TURKEY

Abstract

Factoring has become a very important financing tool in recent years, especially for small and medium-sized enterprises. It can be considered essential to examine the structure of the factoring sector in terms of businesses operating in the factoring sector since it has a significant economic impact. This study aims to rank the following issues according to the degree of importance; (I) expectations of enterprises in entering the factoring sector, (II) benefits of factoring businesses to other businesses, (III) barriers to entry into the factoring industry, and (IV) reasons of companies about leaving the factoring industry. The 15 criteria determined within the scope of the research were ranked according to their importance with the Analytical Hierarchy Process method, which is one of the multi-criteria decision-making methods. In the research, the evaluations of 45 experts, each working in a different factoring company, were used.

The main findings of the research are to (I) companies enter the sector especially to make a profit, (II) high capital requirement is the most crucial barrier to entry into the sector and, (III) failure to achieve the expected profit is the most critical factor in leaving the industry. In addition, it has been concluded that the most important contribution of factoring companies to other businesses is reducing commercial risks by providing receivables guarantees.

Keywords: Factoring, Analytic Hierarchy Process, Turkey.

* Bu çalışma Doç. Dr. Serhan GÜRKAN danışmanlığında Okan UYGUNTÜRK tarafından Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1. GİRİŞ

Faktoring, işletmelerin vadeli alacaklarını faktoring şirketine devretmesi ile vadesinden önce nakde çevirdikleri finansal bir hizmettir. Faktoring sektörü, işletmelerin nakit akışlarını düzenlemelerine yardımcı olmaktadır. Finansal Kurumlar Birliği'nin (FKB) kamuya açıklanan son verilerine göre (Eylül 2020) yıllık cirosu ortalama %9 büyüme gösteren faktoring sektörü, Türkiye'de 24 Milyar USD'dan büyük işlem hacmine sahiptir. FKB'nin aynı verilerine göre Türkiye'de 70 Binden fazla müşterisi olan faktoring sektörü, hemen hemen diğer tüm sektörlerle hizmet sunmaktadır. Bu bilgi ışığında faktoring sektörüne ilişkin yapılan ayrıntılı incelemelerin hem araştırmacılara hem de uygulamacılara bilgi sağlayacağı düşünülebilir. Bu çalışmanın amacı; faktoring sektörüne girişteki temel beklentilerin, faktoringin işletmelere sağladığı temel faydaların, sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engellerin ve sektörü terk etmedeki temel sebeplerin önem derecelerinin ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Bu sayede Türkiye'de faktoring sektörünün yapısına ilişkin genel bir çerçeve çizilmesi planlanmıştır. Faktoring piyasasında bazı temel hususların ve bu hususlarda meydana gelen sorunların incelendiği çalışmaları literatürde görmek mümkündür. Bu çalışma ile, diğer çalışmalardan farklı olarak, uzmanların gözünden sektöre bakmak mümkün olacaktır.

Araştırma kapsamında öncelikle literatür taraması yapılarak faktoring sektörüne yönelik incelenen konular başlıklar halinde belirlenmiştir. Araştırmanın devamında, ana hatları itibariyle belirlenen noktalar (i) faktoring sektörüne girişteki temel beklentiler, (ii) faktoringin işletmelere sağladığı temel faydalar, (iii) sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engeller ve (iv) sektörü terk etmedeki temel sebepler şeklinde 4 ana başlık altında gruplandırılmıştır. Araştırmanın bir sonraki aşamasında ise literatür taraması neticesinde belirlenen konular, faktoring şirketlerinde çalışan uzmanlar ile görüşülerek 4 ana başlık altında toplamda 15 kriter şeklinde son haline getirilmiştir. Faktoring sektörünün Türkiye'deki durumunu uzman görüşleri doğrultusunda ortaya koymak amacıyla bu çalışmada çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi tercih edilmiştir. Görüşmelerin yapıldığı tarih itibariyle Türkiye'de 56 faktoring şirketi faaliyet göstermektedir. Bu veri doğrultusunda faaliyet gösteren 56 faktoring şirketinin tamamıyla iletişime geçilmiş olup; her birinden araştırma ile ilgili olarak bir uzmanla görüşme talebinde bulunulmuştur. Bu sayede farklı işletmelerin sektöre yönelik bakış açılarının ve değerlendirmelerinin temsil edilmesi amaçlanmıştır. Talep neticesinde 45 farklı faktoring şirketinden 45 farklı uzman ile görüşme yapılabilmıştır; bu sayı faktoring şirketi bazında %80 temsil oranına denk gelmektedir.

Araştırmanın temel problemi; (i) faktoring sektörüne girişteki temel beklentileri, (ii) faktoringin işletmelere sağladığı temel faydaları, (iii) sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engelleri ve (iv) sektörü terk etmedeki temel sebepleri, uzmanların görüşleri doğrultusunda önem derecelerine göre sıralamaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Faktoring, parayla ilgili bir tür takas sistemidir. Faktoring, bir işletmenin alacak kayıtlarının üçüncü bir kişiye indirimli olarak satıldığı ön finansman fonu olarak tanımlanabilir. Kelimenin etimolojik kökenine bakılacak olursa "başkasının yerine davranma, onun yerine tavırlar sergileme" olarak betimlenebilir. Yani bağlamsal olarak başkasının alacağını onun yerine almak denebilir. Burada alınacak olan paraya talep parayı alan üçüncü şahsa da faktör adı verilmektedir (Garzan, 2002:3).

Kavramsal olarak faktoring, vadeli satışlar yapan şirketlerin bu satışlardan meydana gelen alacaklarını faktör denen tüzel kişilere ya da kurumsal olarak faktoring şirketlerine daha ucuza satarak alacakların geri kalanının bu şirketler ya da kişiler tarafından tahsil edilmesini sağlayan ve borçlu kişi ya da kuruluşların ödemelerini nispeten kolaylaştıran bir sistemdir. Biraz daha açık bir şekilde anlatmak gerekirse alacaklı kişi alacak haklarını faktoring şirketine devrederek ön ödeme, borç takibi, alacakların tahsil edilmesi, muhasebe işlemleri gibi iş yükü barındıran hizmetlerden hizmet karşılığı komisyon, finansman faizi gibi ek masraflar karşılığında kurtulmaktadır (Sazak, 1992:2).

Faktoring işlemlerinde 1950 yılına dek kayda değer bir gelişme gözlemlenmemiştir. Bunun temel nedenlerini irdelediğimizde Büyük Buhran olarak adlandırılan 1929 Ekonomik Krizi, birinci ve ikinci dünya savaşının yarattığı ekonomik sıkıntılar gibi dünya çapında etkili olan olumsuzlukları örnek olarak verebiliriz. Hemen ikinci dünya savaşının sonrasında dünya ekonomisini ayağa kaldırmaya yönelik yeni bir ekonomik düzen oluşturma faaliyetleri yürütülmüş ve mevcut ekonomi yeniden düzenlenmeye başlanmıştır. Bu çabaların etkisinde faktoring uygulamaları da gelişim gösterebileceği bir platform kazanmıştır (Garzan, 2002:6). Bahsi geçen periyotta Amerika'da faktoring faaliyetleri hızlı bir şekilde gelişmeye başlamıştır. Böylece Amerika'nın köklü bankalarından olan

“Trust Company of Georgia” ve “First National Bank of Boston” faktöring faaliyetleri yürütmek için 1947 yılında faktöring bölümlerini bankalarından ayırmışlardır (Sarıoğlu, 1997:6). Avrupa’da faktöring şirketini kuran ilk banka da yine aynı Amerikan bankalarından birisi olan “First National Bank of Boston” olmaktadır. Söz konusu banka İngiltere’de 1961 yılında “International Factors LTD” adı altında bir faktöring şirketi kurmuştur. Avrupa’da bu süreç, aynı bankanın farklı ülkelerde yeni ortaklarla birlikte aynı isim altında birleşmesiyle kurulan şirketlerle devam etmiştir. İlerleyen zamanlarda bu şirketler “International Factors Group” adı altında toplanmışlardır. Bu oluşum uluslararası faktöring zincirinin ilk halkasını meydana getirmiştir (Garzan, 2002:7). Ortaya çıkışından itibaren başta İngiltere ve Amerika olmak üzere belirli ülkeler arasında ve satış konusunda büyük sorunlar yaşayan imalatçı şirketlerin destek aldıkları ekonomik bir destek aracı olmasına karşın, günümüze gelindiğinde Amerika ve Avrupa’nın yanı sıra Uzakdoğu ülkelerinin de sıklıkla kullandığı bir araç haline gelmiştir (DTM, 2006:1).

Faktöring 24 Ocak 1980 yılında alınan ve 24 Ocak Kararları adı ile anılan kararlar doğrultusunda Türk ekonomik sistemi içerisinde kendine yer bulmuştur. Faktöringin ekonomik çevrim içerisine girmesi zamanla Türkiye için önemli hale gelmiş ve alternatif bir finansman aracı olarak kendine yer bulmuştur (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:20). Faktöring terimi Türk bankacılık terminolojisinde ilk kez 1983 yılında yayımlanan “Ödünç Para Verme İşlemleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” vasıtasıyla yeni bir ekonomik araç olarak girmiştir. Aynı Kararname’nin devamında bu iş ile uğraşacak olan şirketlerin genel adının “ faktöring şirketleri ” olacağı da belirtilmiştir. Türkiye ekonomisi piyasasında faktöring ile alakalı çalışmalar 1988 yılından itibaren öncelikle mevcut bankalar bünyesinde başlamıştır. Ardından uluslararası emsalleri gibi öncelikle bankaların önayak olmasıyla özgül şirketler haline geldikleri kayıtlara geçmiştir (Onursal, 2001). Faktöring işlemlerinin Türk ekonomisindeki gelişimi, dünyaya kıyasla aksine bir tavır sergilemiştir. Dünya faktöring ile tanıştığında bu işlemi yerel pazarda yurtiçi faktöringi olarak kullanırken, bunun aksine Türkiye önce yurtdışı faktöringini kullanmış ardından yurtiçi faktöring uygulamasını benimsemiştir (Garzan, 2002:35). Faktöring işlemleri Türk ekonomisi için genç bir dinamik olmasına rağmen kısa sürede hem pazara giren şirket sayısı hem de pazardaki işlem hacmi bakımından hızlı bir şekilde büyümüş ve ekonomik sistem içerisinde sıkça rastlanan, dinamizmi yüksek bir paydaş olarak yerini sağlamlaştırmıştır. Fakat büyüklük açısından ivmeli bir şekilde büyüyen faktöring uygulamalarının özellik bakımından yeteri kadar gelişmediği gözlemlenmektedir.

Faktöring dünya çapında çok uzun yıllardır kullanımda olmasına rağmen Türk ekonomisi içerisinde neredeyse 40 yıldır bulunan bir finansal destek aracıdır. Buna rağmen faktöring, yerel pazarda ivmeli bir gelişme örneği sergilemiş ve özellikle son yıllarda yerel pazarda sıklıkla kullanılan iktisadi vazgeçilmezlerden olmuştur. Ülkemiz piyasalarında, alınan ürün ya da hizmet fark edilmeksizin, kısa vadeli borçların hatırı sayılır bir kısmının faktöring şirketleri tarafından alınması giderek olağan bir durum haline gelmektedir. Borçların takip ve tahsil edilmesi, ödenmeme riskinin garanti altına alınması, nakit akışının sağlanması, piyasa incelemesinin yapılması, kredi soruşturmasının yapılması, ortaya çıkabilecek ticari risklerin değerlendirilmesi, iktisadi ve idari desteğin sağlanması gibi çok geniş bir hizmet yelpazesine sahip olan faktöring işlemleri, küçük ve orta boyutlardaki işletmelerin kısa zamanda nakit çarklarını döndürebilmelerini sağlamaktadır.

Türkiye’de faktöring işlemlerinin bu denli yaygınlaşmasındaki sebebi ise öncelikle Türk yerel pazarının ekonomik ve ticari dinamiklerinin faktöring servislerinin sağlanmasına muazzam derecede elverişli olmasıdır. Yerel pazarda yapılan alışverişin kayda değer bir kısmının vadeli olması, enflasyon oranlarının yükselmesiyle birlikte kuruluşların finansman sorunlarıyla karşı karşıya gelmeleri, Türk ekonomisinin ihracata dönük bir pozisyonda bulunması, ihraç edilen ürün veya hizmetlerin önemli bir kısmının faktöring işlemlerine elverişli olması, küresel pazarda ticaretin neredeyse tamamen açık hesap şekliyle ilerlemesi ve akreditif temelli geri ödeme uygulamalarının kullanımının zamanla azalması gibi durumlar faktöring hizmetlerinden faydalanmak isteyen kişi veya kuruluşlar açısından daha cazip hale getirmiştir.

Türkiye’de faktöring servislerinden en çok faydalanan işletmeler, küçük ve orta boyutlu işletmelerdir. Küçük ve orta boyutlu işletmeler alacaklarını zamanından önce nakde çevirerek finansman ihtiyacını herhangi bir aracı olmaksızın sağlayamadıkları için faktöring şirketlerinin yardımına ihtiyaç duymaktadırlar. Hal böyle olunca, Türk ekonomik sistemi gibi baskın küçük ve orta boyutlu işletmelerin bulunan ülkelerde faktöring kuruluşları işletmelere çok büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Sağladıkları faydalardan en büyüğü ihracat akreditifi adıyla anılan ve banka ile iş

birliği yapmayı gerektiren işlemi sistemden çıkarmalarıdır. Ayrıca faktörler küçük ve orta boyutlu işletmelere normal nakit akışına ek olarak finansman desteği de sağlamaktadırlar (Akkerman 1994:3).

3. FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISAL UNSURLARI

Bu başlık altında faktöring sektörünün yapısını ortaya koyabilmek adına literatür taraması neticesinde belirlenen temel unsurlar dört ana başlık altında sınıflandırılmış ve açıklanmıştır.

3.1. Sektöre Girişte Temel Beklentiler

Faktöring şirketleri danışanlarının vadeli borçlarını satın alıp danışanlarına bu borç tutarının belirli bir kısmını nakit olarak sağlayan oluşumlardır. Faktöring şirketlerinin oluşumunun temeli bir bakıma para alıp satmak işine dayanmaktadır. Her ticaret işleminde olduğu gibi faktöring şirketleri de kâr amacı güden kuruluşlardır. Kar elde etme olgusu ticaret yapan şirketler için vazgeçilemez hedeflerden olmaktadır. Kar etmeyen ya da edemeyen şirketler kendilerini sektörlerine bağlayacak neden bulamazlar ve sektörü terk ederler. Herhangi bir sektörün canlı kalması açısından sektör bileşenlerinin dinamik olması son derece önemlidir (Özkan, 2019:550). Bununla birlikte özellikle küresel kriz sonrası süreçte KOBİ'ler finansman ile ilgili zorluklar yaşamaktadır. Bankaların işletmelere kredi verme konusunda isteksiz olması neticesinde faktöring sektörüne olan talepte artış gözlenmektedir (Turkrating, 2021:1). Söz konusu talep artışı, işletmelerin faktöring sektöründe faaliyet göstermesi için bir çekici güç olarak nitelendirilebilir. Sektörler arası kar marjları değişkenlik gösterse de her şirket girdiği sektörden maksimum kar elde etmek için çalışmalar yürütür. Faktöring gibi soğuk paranın sıcak paraya çevrildiği sektörlerde ise kar oranı oldukça değerlidir. Çünkü faktör sermayesinin yüksek bir kısmını satın aldığı borçlara bağlamıştır. Borçların ödenmemesi riski faktörün anlaşmasına göre büyük problemleri başında getirmektedir. Her ticari unsorda olduğu gibi faktöring işlemlerinde de risk söz konusudur. Ancak göreceli olarak ve yapılan işlemlerin içeriğine göre risk oranı artar ya da azalır. Faktöring işlemlerinde ana mal para olduğu için üründen kaynaklı problem çıkması neredeyse söz konusu değildir (Özkan, 2019:560). Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda işletmelerin faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerinden ilkinin; karlarını artırmak olduğu söylenebilir.

Türk finans sektörü; bankacılık, sermaye piyasaları, finansal kiralama, faktoring, finansman şirketleri, varlık yönetim şirketleri, ödeme sistemleri, sigortacılık ve bireysel emekliliği içeren birçok alt sektörü ve kurumu kapsamaktadır. Dünyada ve Türkiye'de finans sektörü genel itibariyle bankacılık üzerine inşa edilmiştir. Bankacılık sektöründeki yoğun rekabet ve yüksek sermaye gerekliliği, sektöre yeni aktörlerin girişini zorlaştırmaktadır. KOBİ'lerin finansmanı için önemli role sahip faktöring sektörü çeşitlilik olması açısından dünyada olduğu gibi Türkiye'de de teşvikler ile özendirilmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018:14). Bu nedenle faktöring sektörüne girmek isteyen farklı sektörlerdeki kuruluşların olduğu gözlenmektedir. Bu kuruluşların temel gayeleri bankacılık sistemiyle entegre olarak çalışan faktöring sistemine girip kendi şirketlerinin halihazırda buldukları sektörlerde olduğu gibi finans sektöründe de söz sahibi olması ya da kendi adlarını duyurması isteğidir. Bu bilgi doğrultusunda işletmelerin faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerinden bir diğeri; finans sektöründe etkin bir rol almak olduğu söylenebilir.

Tüm bunlara ek olarak halihazırda finans sektöründe olan bankalar ya da çeşitli finans kuruluşları da kendi kuruluşlarına ek olarak faktöring işlemlerini sürdürebilecekleri işletmeler kurmak konusunda adımlar atmışlardır. Bu sayede hem kendilerine ek sermayeler oluşturmuşlar hem de kendi iç dolaşımını sürdürmeyi hedeflemişlerdir. Aynı çatı altında hem bir banka hem de bir faktöring şirketi olsun. Bankada oluşan batık krediler ya da ödenmeyen kredi kartı borçlarını yine kendi bünyesinde bulunan faktöring şirketine satan banka bu satıştan zarar etmeyecektir. Zarar etse bile zararından daha fazla tutarı faktöring araçları sayesinde geri kazanacak ve yaptığı işlemlerin neticesinde net bir karla işlemi sonlandıracaktır. Karlılık beklentilerinin yanında hali hazırda finans sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, faktöring sektörüne girerek mevcut markalarını güçlendirmek istedikleri görülmektedir. Faktöring hizmeti açısından tutundurma kavramı, finansman hizmeti ile ilgili olarak müşterilerin ikna edilmesini ve faktöring şirketlerinin sunduğu hizmetlerinin müşteriler tarafından tercih edilmesini sağlamaya yönelik planlı ve sistematik faaliyetler bütününe kapsamaktadır (Gümüş, 2014:228). Aşçı (2020:36-37) çalışmasında finans sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin tutundurma çabalarının amaçları arasında; "marka bilinirliğini arttırmak ve marka imajı oluşturmak" olgusunu saymaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda hali hazırda finans sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin faktöring sektörüne de girmesindeki temel beklentilerinden

bir tanesinin, tutundurma isteği kapsamında marka bilinirliğini artırmak ve sektörde daha fazla söz sahibi olmak şeklinde ifade edilebilir.

3.2. Faktöring Sektörüne Yeni Aktörlerin Girmesinin Önündeki Güçlükler

Faktöring şirketinin kar elde edebilmesi için birden fazla aracını aynı anda kullanması gerekir. Farklı türlerde yapılan faktöring işlemlerinin getirisi farklı vadelerde ya da periyodik olabilir. Hem başlangıçta yeterince temlike sahip olmak hem de müşteri portföyünü genişletmek açısından şirketin ana sermayesi oldukça yüksek meblağlardan oluşmalıdır. Aksi halde kazanç elde etmek çok güç olacaktır. Ne kadar büyük sermaye kullanılırsa getiri de o denli yüksek olur (Özçelik ve Küçükçakal, 2019:250). Bu doğrultuda faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesinin önündeki güçlüklerin başında yüksek sermaye gerekliliği sayılabilir.

Atılımcıların önüne çıkan güçlüklerden bir diğeri de sektörde adını duyurmuş, marka bilinirliği yüksek, girdiği işlerden sorunsuz bir şekilde ayrılmış ve piyasada diğer şirketlerin ortakça çalışmayı arzu ettiği güçlü rakipleridir. Faktöring sektörü, reel sektördeki gelişmelerden birebir etkilenmesinin yanı sıra, bankacılık sektöründeki gelişmelerden de etkilenmektedir. Tüm Dünya’da uygulanan genişlemeci para politikalarının ülkemizde de uygulanması ve bu politikalar neticesinde bollaşan likidite ile bankaların sağladığı düşük faizli kredi imkânları faktöring sektöründe de rekabetin yoğunlaşmasına neden olmaktadır (Turkrating, 2021:4).

Şirketin personel yapısı ve planlaması oldukça özenli bir organizasyonun ürünü olmalıdır. Yapılan tüm işlemler parayla olduğu için şirket içi en önemli faktör güven olgusudur. Eğer şirket personeline güven sarsılırsa şirkete olan güven de sarsılır. Hiç kimse kendi içinde güvenlik açıkları yaşayan bir şirkete güvenip alacağını temlik ettirmek istemez. Dolayısıyla personel alımı yapılırken mutlaka uzman desteğine başvurulmalı ve işe alınacak aday hakkında tahkikat yüksek güvenlik soruşturmalarına tabii tutulmalıdır. Nihayetinde faktöring işlemleri finans işlemlerdir. Bankalar ya da diğer önemli finans kuruluşları hangi esas ve usullere göre alım yapıyorlarsa bu alımlar takip edilmeli, gerekirse aynı prosedürler birebir uygulanmalıdır.

3.3. Faktöring İşletmelerinin Sektörü Terk Etmelerindeki Temel Sebepler

Her sektörde olduğu gibi faktöring sektöründe de şirketler bazı zamanlarda kar ederken bazı zamanlarda zarar etmektedirler. Bu kar-zarar durumlarını dengeleyebilen şirketler olduğu gibi bu dengeyi sağlayamayıp sürekli kar ya da sürekli zarar eden şirketler de mevcuttur. Sürekli kar etmek her faktörün isteğidir ancak sürekli zarar eden faktörler hem sermayeleri hem de yapıları gereği bir süre sonra dayanamazlar ve sektörden çekildiklerini bildirirler. Zarar edenlerin yanı sıra beklenen kar oranlarını elde edemeyen faktörlerin de piyasadan çekildikleri görülmektedir. Sektörden çekilme düşüncesinin temelinde iflas olsa da farklı etmenler de çekilmeye neden olmaktadır. Örneğin sermaye sahibi mevcut sermayesini diğer sektörlerde daha iyi değerlendirebileceğini düşünebilir. Bu yüzden eğer istenilen kar elde edilmezse farklı sektörlerle kaymalar da kaçınılmaz olmaktadır. Sermayenin çok değerli olduğu faktöring sektöründe işlemlerin yapıldığı pazar da yüksek derecede ehemmiyet arz etmektedir. İşlemlerin gerçekleştiği pazar ne kadar dinamik ve ne kadar fırsata açıksa faktörlerin çalışma iştahı o denli artacaktır.

Faktöring hizmetlerinin sunulduğu ya da içerisinde bulunulan ülkenin ekonomisi ne kadar olgun ve oturmuş bir ekonomi ise ekonomik dalgalar o denli az olacağından faktörlerin tercihi bu yöndedir. Ekonomik yapıları olumsuz durumlara girebilecek ya da hali hazırda girmiş olan ülkeler faktörler için cazibesini yitirmiş ülkelerdir. Yüksek enflasyon oranları, yüksek faiz oranları, sürekli dalgalanan kur gibi etmenler faktöring işlemleri yapan şirketlerin oldukça dikkat ettikleri verilerdir. Eğer bu olgularda olumsuzluk görürlerse faktörler o pazarı terk etmek durumunda olurlar (Halaç ve Durak, 2013:500).

Finans sektöründe teknolojik etmenler de oldukça güçlü yer almaktadır. Güncel teknolojiye ayak uydurmak son derece önemlidir. Faktöring gibi finans araçlarını kullanmak için teknolojik gelişmeleri takip etmek şirketin global piyasaları takip edebilmesi, alacakları ile ilgili durumların risk analizlerinin yapılması, danışanlarının işlerini kolaylaştırması, diğer şirketlerle ortaklaşa çalışma durumunda eş zamanlı operasyonlarda bulunabilmesi açısından teknolojik olarak güncel kalmak gereklidir. Teknolojik olarak geride kalmış olan faktörler ise yaptıkları işlerden yeterince kar edemez yahut potansiyel karlarının altında kar marjlarına erişirler. Danışanlarının isteklerine zamanında ve yeterince yanıt veremezler. İş birliği yapmak istedikleri diğer faktörlerle sistemsel olarak uyumsuzluk

yaşarlar. İstihbarat ve bilgi dallarında diğerlerinden geri kaldıkları için artık tercih edilemez olurlar. Buna mukabil artık işlem yapamaz hale gelirler yahut çok az işlem hacmine sahip olurlar.

3.4. Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Faydalar

İşletmeler vadeli satışlar nedeniyle alacaklarını tahsil edememe konusunda çekince duymaktadır (Kırım, 1992). Borçlarının vadesi gelen ancak ticari anlamda dar boğazda olan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, alacaklarını zamanından önce nakde çevirmek suretiyle faktöring şirketleri ile iş birliği yapma yoluna gitmektedirler (Erdemol, 1992:17).

Faktöring danışmanlığı alan kişiler sadece maddi riskler ortaya çıktığı zaman faktörlere başvurmamaktadır. Bazı zamanlarda tacirler iş konusunda çok yoğun olabilmekte yahut farklı özel nedenlerden ötürü işlerine ek olarak alacaklarını takip etme hususunda zorlanmaktadır. İş yüklerini hafifletmek isteyen danışanlar hem alacak takibi hem de alacakların tahsilatı açısından faktöring şirketinden hizmet almaktadır. Bu sayede hem alacaklarını uzman bir kontrolçüye emanet etmiş olurlar hem de harcaacakları efor ve zamanı belirli bir ücret karşılığında sarf etmemiş olurlar.

Finansal olarak dar boğaza girmiş ya da gireceğini öngören danışanlar da yine hemen faktörlerin kapısını çalarlar. Faktörlere alacaklarını temlik ettirerek bu küçük çaplı kriz durumundan çıkmayı planlarlar ve aradıkları sıcak parayı ancak ilerdeki alacaklarından elde edebilirler. Ancak kimse vadesi gelmemiş borcunu ödemeye sıcak bakmaz. Böylece faktör ve danışan aralarında uzlaştıkları belirli bir komisyon tutarına karşın bu nakit akışının sürmesini sağlarlar. Faktör, danışanın henüz vadesi gelmemiş alacaklarını temlik eder ve artık borçlunun muhatabı faktör olmuş durumdadır. Danışan ise alacağının bir miktar da olsa az bir kısmından feragat ederek ihtiyacı olan nakit akışına erişmiş olur. Tüm bu faydalara ek olarak faktörler sektörlere nakit desteği sağladıkları için özellikle küçük ve orta boy işletmelerin ticari faaliyetlerini sürdürmelerinde önemli bir rol oynarlar. Bu sayede sektörlerini terk etmeyen kişi veya kuruluşlar alışverişlerine devam ederler ve pazardaki rekabet ortamının azalması engellenmiş olur. Bu fayda sadece belirli pazarlar için değil küresel pazarda da oldukça etki getirir. Nitekim ülke ekonomilerinde gelişimler ve sürdürülebilirlik gözlemlendikçe bunun yankısı küresel pazarlarda olmaktadır (Kirman, 1991:34).

4. METODOLOJİ

4.1. Araştırma Probleminin Hiyerarşik Yapısı

Sektör raporları, faaliyet raporları şeklinde yıllık rasyolar ve geleceğe yönelik ekonomik beklentiler üzerine şekillendirilmektedir. Bu çalışmada faaliyet raporlarından farklı olarak sektöre ilişkin genel bir çerçeve çizilmesi amaçlanmıştır. Belirlenen amaç doğrultusunda çalışmanın 3. Bölümünde anlatılan teorik bilgilere uygun olarak araştırmanın hiyerarşik yapısı aşağıda belirtilen 4 ana kriter üstüne inşa edilmiştir.

- (i) Sektöre Girişindeki Temel Beklentiler,
- (ii) Faktöring Sektörüne Yeni Aktörlerin Girmesinin Önündeki Güçlükler,
- (iii) Faktöring İşletmelerinin Sektörü Terk Etmelerindeki Temel Sebepler,
- (iv) Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Faydalar.

Araştırmanın hiyerarşik yapısının oluşturulması aşamasında belirlenen her bir ana kriter, çalışmanın 3. Bölümünde yer verilen teorik anlatılar ve devamında uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde alt kriterlere ayrılmıştır. Araştırmanın alt kriterleri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Araştırmada Belirlenen Kriterler

Ana Kriterler	Alt Kriterler
Sektöre Girişteki Temel Beklentiler	Maksimum kar elde etme amacı
	Finans sektöründe etkin bir rol almak amacıyla bankacılık sektörüne entegre faktöring şirketi kurmak
	Marka bilinirliği ve faktöring alanında söz sahibi olma talebi
Faktöring Sektörüne Yeni Aktörlerin Girmesinin Önündeki Güçlükler	Yüksek sermaye miktarları
	Rakiplerin piyasada güçlü olma durumları
	Güvenilirlik
	Personel yapısı
Faktöring İşletmelerinin Sektörü Terk Etmelerindeki Temel Sebepler	Beklenen kar durumunun elde edilememesi
	Ülke ekonomisinin getirdiği zorluklar
	Güncel teknolojik yapıya ayak uydurulamaması
	Farklı sektör arayışı
Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Faydalar	Alacak garantisi vererek işletmelerin ticari riskini azaltmak
	Uzman bir kuruluşun alacağı takip etmiş olması
	İhtiyaç duyulan nakde daha hızlı ulaşılmış olmak
	Müşterilerinin rekabet gücünü artırmak ve düzenli nakit akışı sağlamak

Tablo 1’de görüleceği üzere, yukarıda ifade edilen 4 ana kritere ek olarak, araştırmanın hiyerarşik yapısı; sektöre girişindeki temel beklentiler altında 3 adet alt kriter; faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesinin önündeki güçlükler altında 4 adet alt kriter; faktöring işletmelerinin sektörü terk etmelerindeki temel sebepler altında 4 adet alt kriter ve faktöring işletmelerinin sağladığı faydalar altında 4 adet alt kriter şeklinde oluşturulmuştur.

4.2. Veri Seti

Görüşmelerin yapıldığı Haziran 2021 tarihi itibarıyla Türkiye’de 56 faktöring şirketi faaliyet göstermektedir. Türkiye’de faaliyet gösteren 56 faktöring şirketinin tamamıyla iletişime geçilmiş olup; her birinden araştırma ile ilgili olarak bir uzmanla görüşme talebinde bulunulmuştur. Bu sayede farklı işletmelerin sektöre yönelik bakış açılarının ve değerlendirmelerinin temsil edilmesi amaçlanmıştır. Talep neticesinde 45 farklı faktöring şirketine 45 farklı uzman ile görüşme yapılabilmektedir; bu sayı faktöring şirketi bazında %80 temsil oranına denk gelmektedir.

4.3. Bulgular

Araştırmanın bulguları, araştırma probleminin hiyerarşik yapısına uygun olarak 4 ana kriter altında ayrı ayrı analize tabi tutulmuş ve çalışmanın devamında sunulmuştur.

4.3.1. Sektöre Girişteki Temel Beklentiler

Faktöring şirketlerinin sektöre girişteki temel beklentilerinin önem derecesini belirlemek amacıyla AHS yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 2.’de sunulmuştur.

Tablo 2: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,1			
Grup Konsensüs Oranı: %79,9 Yüksek			
Kod	Kriterler	Grup	Kategori İçi
K1	Maksimum kar elde etme amacı	% 61,4	1

K2	Finans sektöründe etkin bir rol almak	% 23,7	2
K3	Marka bilinirliği ve faktöring alanında söz sahibi olmak	% 14,9	3

Faktöring şirketlerinin sektöre girişteki temel beklentileri kapsamında belirlenen üç kriter kendi aralarında karşılaştırıldığında %61,4 ağırlık oranına sahip “maksimum kar elde etme” amacının en fazla öneme sahip faktör olduğu görülmektedir. Tablo 2.’de “Finans sektöründe etkin bir rol almak” ile “Marka bilinirliği ve faktöring alanında söz sahibi olmak” amaçları sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. “Finans sektöründe etkin bir rol almak” kriterine ilişkin ağırlık oranı %23,7; “Marka bilinirliği ve faktöring alanında söz sahibi olmak” kriterine ilişkin ağırlık oranı ise %14,9 olarak hesaplanmıştır. Grup konsensüs oranı %79,9 olarak hesaplanmıştır; buna göre araştırmaya katılan uzmanların kriterlerin önem derecesi konusunda yüksek derecede fikir birliğine sahip oldukları söylenebilir.

4.3.2. Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Temel Faydalar

Faktöring işletmelerinin sağladığı temel faydaların önem derecesini belirlemek amacıyla AHS yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,2			
Grup Konsensüs Oranı: %69,6 İlimli			
Kod	Kriterler	Grup Sonucu	Kategori İçi Sıralama
K1	Alacak garantisi vererek ticari riski azaltmak	% 47,9	1
K2	Uzman bir kuruluş aracılığıyla alacağın takip edilmiş olması	% 24,4	2
K3	İhtiyaç duyulan nakit miktarına daha hızlı ulaşmak	% 17,8	3
K4	Müşterilere düzenli nakit akışı sağlanması	%9,9	4

Faktöring işletmelerinin sağladığı temel faydalar kapsamında belirlenen dört kriter kendi aralarında karşılaştırıldığında %47,9 ağırlık oranına sahip “Alacak garantisi vererek ticari riski azaltmak” amacının en fazla öneme sahip faktör olduğu görülmektedir. Tablo 3’te “Uzman bir kuruluş aracılığıyla alacağın takip edilmiş olması” ile “İhtiyaç duyulan nakit miktarına daha hızlı ulaşmak” amaçları sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. “kuruluş aracılığıyla alacağın takip edilmiş olması” kriterine ilişkin ağırlık oranı %24,4; “İhtiyaç duyulan nakit miktarına daha hızlı ulaşmak” kriterine ilişkin ağırlık oranı ise %17,8 olarak hesaplanmıştır. Dördüncü ve son sırada ise “Müşterilere düzenli nakit akışı sağlanması” yer almaktadır ve ağırlık oranı %9,9 olarak hesaplanmıştır. Grup konsensüs oranı ise %69,6 olarak hesaplanmıştır; buna göre araştırmaya katılan uzmanların kriterlerin önem derecesi konusunda ilimli derecede fikir birliğine sahip oldukları söylenebilir.

4.3.3. Sektöre Yeni Aktörlerin Girmesindeki Engeller

Faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesindeki engellerin önem derecesini belirlemek amacıyla AHS yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,4			
Grup Konsensüs Oranı: %77,7 Yüksek			
Kod	Kriterler	Grup Sonucu	Kategori İçi Sıralama
K1	Yüksek sermaye miktarları	% 50,8	1
K2	Piyasada güçlü rakiplerin bulunması	% 26,2	2
K3	Güvenilirlik	% 13,6	3
K4	Personel bulma güçlüğü	% 9,4	4

Faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesindeki engeller kapsamında belirlenen dört kriter kendi aralarında karşılaştırıldığında %50,8 ağırlık oranına sahip “Yüksek sermaye miktarları” kriterinin en fazla öneme sahip faktör olduğu görülmektedir. Tablo 4’te “Piyasada güçlü rakiplerin bulunması” ile “Güvenilirlik” esasları sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. “Piyasada güçlü rakiplerin bulunması” kriterine ilişkin ağırlık oranı %26,2; “Güvenilirlik” kriterine ilişkin ağırlık oranı

ise %13,6 olarak hesaplanmıştır. Dördüncü ve son sırada ise “Personel bulma güçlüğü” yer almaktadır ve ağırlık oranı %9,4 olarak hesaplanmıştır. Grup konsensüs oranı ise %77,7 olarak hesaplanmıştır; buna göre araştırmaya katılan uzmanların kriterlerin önem derecesi konusunda yüksek derecede fikir birliğine sahip oldukları söylenebilir.

4.3.4. Sektörden Ayrılma Nedenleri

Faktöring sektöründen ayrılma nedenlerinin önem derecesini belirlemek amacıyla AHS yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,5

Grup Konsensüs Oranı: %77,8 Yüksek			
Kod	Kriterler	Grup Sonucu	Kategori İçi Sıralama
K1	Beklenen karın elde edilememesi	% 51,9	1
K2	Ülke ekonomisinin getirdiği zorluklar	% 23,9	2
K3	Güncel teknolojik yapıya ayak uyduramamak	% 13,5	3
K4	Farklı sektör arayışı	% 10,7	4

Faktöring sektöründen ayrılma nedenleri kapsamında belirlenen dört kriter kendi aralarında karşılaştırıldığında %51,9 ağırlık oranına sahip “Beklenen karın elde edilememesi” kriterinin en fazla öneme sahip faktör olduğu görülmektedir. Tablo 5’te “Ülke ekonomisinin getirdiği zorluklar” ile “Güncel teknolojik yapıya ayak uyduramamak” esasları sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. “Ülke ekonomisinin getirdiği zorluklar” kriterine ilişkin ağırlık oranı %23,9; “Güncel teknolojik yapıya ayak uyduramamak” kriterine ilişkin ağırlık oranı ise %13,5 olarak hesaplanmıştır. Dördüncü ve son sırada ise “Farklı sektör arayışı” yer almaktadır ve ağırlık oranı %10,7 olarak hesaplanmıştır. Grup konsensüs oranı ise %77,8 olarak hesaplanmıştır; buna göre araştırmaya katılan uzmanların kriterlerin önem derecesi konusunda yüksek derecede fikir birliğine sahip oldukları söylenebilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, (i) faktöring sektörüne girişteki temel beklentiler, (ii) faktöringün işletmelere sağladığı temel faydalar, (iii) sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engeller ve (iv) sektörü terk etmedeki temel sebepler başlıkları altında ayrı ayrı ele alınmıştır.

Faktöring sektörüne girişteki temel beklentiler incelendiğinde, kar elde etme amacının açık ara en önemli beklenti olduğu görülmektedir. Sektörün işlem hacmindeki yıllık ortalama %9 büyüme oranı, bu bulguyu açıklamak için kullanılabilir. Sektör, ekonominin ortalama büyüme hızının oldukça üstünde bir büyüme gösterdiği için kar elde etmek isteyen işletmelerin faktöring sektörüne giriş yapması doğal karşılanabilir. Ancak, rekabetin yoğun olduğu ve sermaye gerekliliğinin yüksek olduğu faktöring sektöründe sadece kar elde etme amacının sektöre girişteki amacı açıklaması mümkün görülmemektedir. Araştırmanın bulguları, kar elde etme amacına ek olarak, finans sektöründe etkin rol almanın da bir diğer önemli beklenti olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Bilindiği gibi finansman sektörü, bankacılık liderliğinde ilerlemektedir. Ancak, Türkiye ekonomisinin önemli bir bölümünü KOBİ nitelikli işletmelerin oluşturduğu ve söz konusu işletmelerin finansmana ulaşımında sıkıntılar yaşadığı görülmektedir. Bu nedenle Türkiye’de bankacılık yanında başka finansman araçlarının da birlikte kullanılması önemli görülebilir. Finansman alanında söz sahibi olmak isteyen kuruluşların, bankacılık sektörünün finansman sağlamadığı potansiyel müşterilere de bir seçenek sunması oldukça önemli görülmektedir. Bankacılık sektöründe faaliyet gösteren hemen hemen tüm kuruluşların aynı zamanda faktöring şirketleri de kurması ve faaliyet göstermesi araştırmanın bu bulgusunu desteklemektedir. Faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerden bir diğeri olan marka bilinirliğini artırmak ise finans sektöründe etkin rol almak ile benzer niteliğe sahiptir. Bir işletmeye farklı finansman seçenekleri ile hizmet etmek, üstteki markanın bilinirliğini ve marka imajını olumlu etkileyecektir. Pazarlama fonksiyonu açısından düşünüldüğünde kuruluşların nispeten diğer seçeneklere göre önemsiz olsa da marka bilinirliğini artırmak adına da sektöre girdiği sonucuna ulaşmıştır.

Faktöring işlemlerinin müşterilerine sağladığı temel faydalar incelendiğinde; alacak garantisi vererek ticari riski azaltmak işlevinin en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yukarıda da

bahsedildiği üzere Türkiye’de işletmelerin çok büyük bir bölümü KOBİ niteliktedir ve finansman kaynaklarına ulaşmakta sıkıntılar yaşamaktadır. Sermayelerinin yetersiz olması, karlılıklarının düşük olması, nakit döngüsünün düzensiz olması gibi nedenler finansmana ulaşmalarındaki güçlüklerin başında gelmektedir. Bu noktada faktöring şirketleri, işletmelerin alacaklarını teminat olarak kabul ederek kendilerine nakit girdisi sağlamaktadır. Bu şekilde işletmelerin nakit döngülerini düzenlemesi kolaylaşmaktadır. Bankacılık sektörünün işletmelerin alacaklarını teminat olarak kabul etmekte isteksiz davranması ve özellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin bilançolarında alacakların önemli birer kalem olması gerçeği göz önünde bulundurulduğunda elde edilen bu bulgunun, Türkiye ekonomisi için tutarlı olduğu söylenebilir. Özellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin karşılaştığı en önemli finansal sıkıntılardan bir tanesi alacaklarını takip ve tahsil etmektir. Faktöring şirketleri uzmanlıkları gereği işletmelerin alacaklarını takip etmek ve tahsil etmek konusunda rol üstlenmektedir. Faktöring şirketlerinin işletmelere sunduğu faydalardan bir tanesi olan “uzman bir kuruluş aracılığıyla takip edilmiş olmak”, bu nedenle ikinci en önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Faktöring şirketlerinin işletmelere sağladığı ve nispeten benzer öneme sahip bir diğer fayda ise nakde hızlı ulaşmayı sağlamasıdır. Yetersiz çalışma sermayesi, çoğu durumda işletmelerin alacaklarını vadelerinden önce bozdurmalarına neden olmaktadır. Faktöring şirketleri bu noktada işletmelere finansman sağlamaktadır. İşletmelere düzenli nakit akışı sağlamak fonksiyonu da bu çerçevede düşünülebilir. Ancak, yapılan görüşmeler işletmelerin faktöringi sürekli olarak nakit akışı sağlamak için kullanmalarının sakıncalı olduğunu ve işletmelerin karlılıklarına olumsuz etkileri olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle düzenli nakit akışı sağlamak fonksiyonu, nispeten diğer fonksiyonlara göre daha önemsiz olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın bulguları göstermektedir ki; sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki en temel faktör yüksek sermaye ihtiyacıdır. Özellikle yeni düzenlemeler ile Türkiye’de faktöring şirketlerinin sahip olması gereken sermaye miktarı yükseltilmiştir. Yasal düzenlemelere ek olarak, sürekli bir nakit döngü gerektiren faktöring sektöründe sermayenin önemli bir kısmının nakit olarak bulunması gerektiği de açıktır. Faktöring sektörüne yeni girecek aktörlerin önündeki bir diğer önemli etken ise piyasada özellikle bankaların yan kuruluşu niteliğindeki güçlü rakiplerin bulunmasıdır. Türkiye’de faktöring hacminin büyük bir bölümü bankaların sahibi olan kuruluşlara ait faktöring şirketlerine aittir. Türkiye’deki faktöring sektörünün yapısı incelendiğinde araştırmadan elde edilen bu bulgu tutarlı görülmektedir. Alacakların tahsilindeki güvenilirlik ve yeterli seviyede bilgili personel bulmanın güç olması ise uzmanlarca sektöre yeni aktörlerin girmesi önündeki diğer etmenler olarak değerlendirilmiştir.

Son olarak aktörlerin sektörden çıkma nedenleri incelendiğinde, sektöre girişteki beklentiler ile ilgili elde edilen bulgulara paralel sonuçlar elde edilmiştir. Çalışmada, yeterli karın elde edilememesinin aktörlerin sektörü terk etmesinde en önemli etken olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde anlatıldığı üzere Türkiye’de ve dünyada faktöring işlem hacmi giderek artsa da karlılık aynı oranda artmamakta hatta bazı dönemlerde gerilemektedir. Özellikle Covid 19 pandemi sürecinde karlılıkların önemli ölçüde azaldığı görülmektedir. Yüksek sermaye ihtiyacının olduğu ve riskin yüksek olduğu faktöring sektörü için karlılıkların beklenen seviyede olmaması, sermaye sahiplerinin başka sektörler yöneltmesi sonucunu doğurmaktadır. Çalışmanın bulgusu, sektöre ilişkin karlılık verileri ile tutarlı bir tabloyu ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarında teknolojik değişim ve faktöring şirketlerinin bu yapıya ayak uydurmak zorunda olması ise nispeten daha önemsiz etken olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde anlatıldığı üzere faktöring sektörünün teknoloji yoğun bir sektör olmaması bu sonuç ile tutarlıdır.

Çalışmada ortaya konulan bulguların özellikle faktöring sektörü üzerine araştırma yapan kişilere sektörü bütünsel olarak algılamaları noktasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Buna ek olarak, çalışmanın faktöring sektörüne girmeyi düşünen işletmelerin yöneticilerine öncelikli olarak odaklanmaları gereken konular hususunda yol göstereceği kanaatindeyiz. Ancak, Türkiye faktöring sektörüne ilişkin mevcut durumu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmanın bulguları ve yapılan değerlendirmeler Türkiye özelinde ele alınmalıdır. Buna ek olarak farklı şirketlerden 45 uzmanın görüşlerine dayanarak yapılan araştırma, Türkiye’deki tüm sektörü temsil etmemektedir. Farklı uzmanlar ile yapılacak bir çalışmanın sonuçlarının bu çalışmanın bulgularından farklı olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. İleriki tarihlerde yapılacak benzer çalışmaların, sektörün gelişim sürecini gözlemlemek noktasında literatüre ve uygulamacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkerman, C. (1994). *Türkiye’de ve Dünyada Factoring Uygulamaları ve Değerlendirilmesi*, T.C. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Aşçı, Y. (2020). *Bankacılık Sektöründe Tutundurma Faaliyetleri ve Tutundurma Harcamalarının Mali Tablolara Yansıtılması: Vakıfbank Örneği*, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, Yüksek Lisans Tezi.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı (2006). Faktöring, *Dış Ticaret Dergisi*, Sayı 10.
- Erdemol, H. (1992). *Factoring ve Forfaiting*, İstanbul Akbank Ekonomi Yayınları.
- Garzan, M.G. (2002). *Faktöring ve Türkiye’deki Uygulaması*, T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.
- Gümüş, S. (2014). *Bankacılıkta Pazarlama*, Hiperlink Yayınları, İstanbul.
- Halaç, U. ve Durak, M.G. (2013). İMKB’de İşlem Gören İşletmeler için Para Politikası ve Sermaye Yapısı İlişkisi, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, s.497-504.
- İktisadi Araştırmalar Vakfı (1996). *Türkiye’de Faktöring: Esaslar ve Uygulama III: Seminer Açılış ve Tebliğler*, İktisadi Araştırmalar Vakfı, İstanbul.
- İktisadi Araştırmalar Vakfı. *Türkiye’de Faktöring Semineri* (1999). İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Kalkınma Bakanlığı (2018), *Finansal Hizmetlerin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*.
- Kırım, A.(1992). *Faktöring-Forfaiting Semineri*, İstanbul.
- Kirman, A. (1991). Faktöringde Vergi Resim ve Harç İstisnası, *Bankacılar Dergisi*, Türkiye Bankalar Birliği Yayını.
- Onursal, E. (2001). Dış Ticaretin Finansmanında Faktöring ve Faktöringin Hukuki Çerçevesi, *Dış Ticaret Dergisi*, Sayı 22.
- Özçelik, H. ve Küçükçakal, Z. (2019). BIST’de İşlem Gören Finansal Kiralama ve Faktöring Şirketlerinin Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi ile Analizi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.249-270.
- Özkan, T. (2019). Faktöring ile Forfaiting’in Dünya’da ve Türkiye’de Geldiği Nokta ve Gelişim Potansiyeli, *2nd International Congress On New Horizons In Education And Social Sciences (ICES - 2019) Proceedings*, s.549-562.
- Sarioğlu, E.(1997). *Faktöring Uygulamaları ve Muhasebeleştirilmesi*, T.C. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.
- Sazak, D. (1992). *Türkiye’de Turizm Sektörünün İşletme Dönemi Finansmanında Yeni bir Model: Faktöring*, T.C. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.
- Turkrating, (2021) *Haziran 2021 Faktöring Sektör Raporu*, Erişim adresi <https://turkrating.com/files/uploads/factoring-sektor-raporu-haziran-2021-6351.pdf>.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose and Significance

Factoring is a financial service in which businesses turn their receivables into cash before their due date by transferring them to the factoring company. The factoring industry helps companies to regulate their cash flows. Factoring has been one of the fastest-growing financing methods in recent years. In Turkey, especially small and medium-sized enterprises, frequently use the factoring method. Therefore, factoring affects the entire economy regardless of the sector. In the light of this information, it can be said that research on businesses operating in the factoring sector is important. A few studies in the literature examine some basic issues in the factoring market and the problems that occur in these issues. However, we couldn't find any study that examines the structure of the factoring sector holistically. In this direction, the main problem of this study has been determined as revealing the structure of the factoring sector in Turkey holistically. This study aims to rank the following issues according to the degree of importance; (I) expectations of enterprises in entering the factoring sector, (II) benefits of factoring businesses to other businesses, (III) barriers to entry into the factoring industry, and (IV) reasons of companies about leaving the factoring industry.

Method

Within the scope of the research, first of all, the literature was searched, and the topics examined for the factoring sector were determined under the headings. In the continuation of the

research, the main points determined are grouped under four main headings as (I) expectations of enterprises in entering the factoring sector, (II) benefits of factoring businesses to other businesses, (III) barriers to entry into the factoring industry, and (IV) reasons of companies about leaving the factoring industry. In the next stage of the research, the subjects determined as a result of the literature review were discussed with the experts working in factoring companies and finalized as 15 criteria under four main headings. The main titles and criteria are discussed from the frequently encountered questions in the relevant literature search. The questions created were directed to the experts in the online environment due to Covid-19.

In this study, the Analytical Hierarchy Process (AHP) method, one of the multi-criteria decision-making techniques, was preferred to reveal the situation of the factoring sector in Turkey in line with expert opinions. As of the date of the interviews, 56 factoring companies are operating in Turkey. All of the 56 factoring companies operating were contacted; each was asked to meet with an expert regarding the research. The evaluations of 45 experts, each working in a different factoring company, were used in the research. The number of 45 corresponds to an 80% representation rate based on factoring company.

Findings

When the three criteria determined within the scope of the basic expectations of factoring companies in entering the sector are compared among themselves, it is seen that the aim of "making maximum profit" with a weight ratio of 61.4% is the most important factor. The objectives of "taking an active role in the financial sector" and "having a say in brand awareness and factoring" are respectively second and third. When the four criteria determined within the scope of the primary benefits provided by factoring enterprises are compared among themselves, it is seen that the aim of "Reducing commercial risk by giving a guarantee of receivables" with a weight ratio of 47.9% is the most critical factor. "Being followed through a specialist organization" and "Reaching the required cash more quickly" is in the second and third places, respectively. The fourth and last place is "Providing regular cash flow to customers." When the four criteria determined within the scope of the barriers to entry of new actors into the factoring sector are compared among themselves, it is seen that the aim of "High capital amounts" with a weight ratio of 50.8% is the most important factor. The principles of "Existence of strong competitors in the market" and "Reliability" are in the second and third places, respectively. In the fourth and last place, there is the difficulty of finding personnel. When the four criteria determined within the scope of reasons for leaving the factoring sector are compared among themselves, it is seen that the most important factor is the situation of "not obtaining the expected profit" with a weight ratio of 51.9%. The principles of "Challenges brought by the country's economy" and "Not keeping up with the current technological structure" are in the second and third places, respectively. "Searching for a different sector" is in the fourth and last place.

Discussion and Conclusions

Since the factoring sector is growing well above the economy's average growth rate, it may be natural for businesses that want to make a profit to enter the factoring sector. However, in the factoring sector, where competition is intense, and capital requirement is high, it is impossible to explain the purpose of entering the sector to make a profit. The research findings reveal that in addition to making a profit, taking an active role in the finance sector is another important expectation. As it is known, the finance sector is progressing under the leadership of banking. However, it is seen that a significant part of the Turkish economy consists of SME-qualified enterprises and that these enterprises have difficulties in accessing finance. For this reason, it may be considered important to use other financial instruments together with banking in Turkey. It is considered very important for organizations that want to have a say in financing to offer potential customers that the banking sector does not provide funding. The fact that almost all institutions operating in the banking sector also establish and operate factoring companies supports this research finding. Increasing brand awareness, another of the basic expectations of entering the factoring sector, is similar to taking an active role in the finance sector. When the main benefits of factoring transactions to its customers are examined, the most important factor is the function of reducing commercial risk by guaranteeing receivables. Considering the fact that the banking sector is reluctant to accept the receivables of enterprises as collateral and the fact that receivables are an important item in the balance sheets of medium and small enterprises, it can be said that this finding is consistent for the Turkish economy.

Finally, when the reasons for the actors to leave the sector are examined, results in parallel with the findings of the expectations in entering the sector have been obtained. Although the factoring transaction volume is increasing in Turkey and in the world, profitability does not increase at the same rate and even regresses in some periods. It is seen that profitability has decreased significantly, especially during the Covid 19 pandemic process. The fact that the profitability is not at the expected level for the factoring sector, where there is a high capital need and high risk, causes the capital owners to turn to other sectors.