



**TÜRKİYE'DE FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN
YAPISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**2021
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME**

Okan UYGUNTÜRK

**Danışman
Doç. Dr. Serhan GÜRKAN**

TÜRKİYE'DE FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Okan UYGUNTÜRK

Doç. Dr. Serhan GÜRKAN

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Ekim - 2021

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
TEZ ONAY SAYFASI	iv
DOĞRULUK BEYANI	v
ÖNSÖZ	vi
ÖZ	vii
ABSTRACT	viii
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ	ix
ARCHIVE RECORD INFORMATION	x
ARAŞTIRMANIN KONUSU	xi
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	xi
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	xii
ARAŞTIRMA PROBLEMİ	xii
EVREN VE ÖRNEKLEM	xii
BİRİNCİ BÖLÜM: FAKTÖRİNG	1
1.1. FAKTÖRİNG KAVRAMI	1
1.2. FAKTÖRİNG TARİHÇESİ	5
1.3. DÜNYADA FAKTÖRİNG	9
1.4. ULUSLARARASI FAKTÖRİNG PİYASASI	12
1.4.1. Amerika Birleşik Devletleri'nde Faktöring	13
1.4.2. Almanya'da Faktöring	13
1.4.3. Birleşik Krallık 'ta (UK) Faktöring	14
1.4.4. İtalya'da Faktöring	16
1.4.5. Hollanda'da Faktöring	17
1.4.6. Japonya'da Faktöring	18
1.5. ULUSLARARASI FAKTÖRİNG KURULUŞLARI	19
1.5.1. Factors Chain International (FCI)	19
1.5.2. International Factors Group (IFG)	21
1.5.3. Heller International Group (HIG)	21
1.6. FAKTÖRİNG TÜRLERİ	22

1.6.1.	Geri Dönülemez Tam Servis Faktöring	22
1.6.2.	Geri Dönülebilir Tam Servis Faktöring	24
1.6.3.	Vade Esasına Göre Faktöring.....	25
1.6.4.	Toplu Iskonto Esasına Göre Faktöring	26
1.6.5.	Fatura Iskontosu Faktöringi	27
1.6.6.	Temsilci Faktöringi	28
1.6.7.	Açık (Bildirimli) Faktöring.....	29
1.6.8.	Gizli (Bildirimsiz) Faktöring.....	29
1.6.9.	Yurtiçi (Yerel) Faktöring	30
1.6.10.	Uluslararası (Küresel) Faktöring.....	30
İKİNCİ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG		37
2.1.	TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG PİYASASININ GELİŞİMİ VE BUGÜNÜ.....	37
2.2.	TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG’İN YERİ.....	41
2.3.	TÜRKİYE’DE RAKAMLARLA FAKTÖRİNG	44
2.3.	FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISI.....	51
2.3.1.	Sektöre Girişte Temel Beklentiler	51
2.3.2.	Faktöring Sektörüne Yeni Aktörlerin Girmesinin Önündeki Güçlükler	53
2.3.3.	Faktöring İşletmelerinin Sektörü Terk Etmelerindeki Temel Sebepler.....	55
2.3.4.	Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Faydalar.....	57
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISINA YÖNELİK BİR		
ARAŞTIRMA		59
3.1.	Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) Teknikleri ve AHS Yöntemi	59
3.2.	Araştırma Probleminin Hiyerarşik Yapısı	61
3.3.	Araştırmanın Veri Seti.....	63
3.4.	Araştırmanın Bulguları.....	63
3.4.1.	Sektöre Girişteki Temel Beklentiler	63
3.4.2.	Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Temel Faydalar	66
3.4.3.	Sektöre Yeni Aktörlerin Girmesindeki Engeller	68
3.4.4.	Sektörden Ayrılma Nedenleri	71
SONUÇ VE ÖNERİLER		74
KAYNAKÇA.....		79

EKLER.....	84
TABLolar LİSTESİ.....	86
ŞEKİLLER LİSTESİ	87
ÖZGEÇMİŞ	88

TEZ ONAY SAYFASI

Okan UYGUNTÜRK tarafından hazırlanan “TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Serhan GÜRKAN

Danışman, Girişimcilik A.B.D.

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 08/10/2021

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ (KBÜ)

Üye : Doç. Dr. Serhan GÜRKAN (KBÜ)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Volkan BEKTAŞ (ZBEUN)

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Programı Seçin derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans/Doktora tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Okan UYGUNTÜRK

İmza :

ÖNSÖZ

Günümüzde işletmeler nakit alışverişten ziyade vadeli alışverişler yapmaktadırlar. Nakit alışveriş satılan ürünün ya da verilen hizmetin karşılığının anlık olarak alınmasını sağlarken vadeli alışverişler satıcının alacağına daha sonra ulaşmasını sağlamaktadır. Ancak her zaman borçlu kişi borcunu ödeyemeyebilir yahut ödemesi gereken vade içerisinde ödeme yapamayabilir. Söz konusu durumlar meydana geldiğinde satıcı yeniden üretim yapabilmek için hammadde alımı ya da hizmet sunabilmek için işgücü alımı yapmakta zorluk çekebilir. Hem satıcının bu tür müşkül durumlara düşmesini engellemek hem de borçlunun üzerindeki baskıyı azaltmak için faktöring yöntemi kullanılır. Bu tez çalışmasında faktöring sektörünün derinlemesine incelemesi yapılmış, faktöring çeşitlerinden ve farklı uzman katılımcılarla yapılan araştırmalar neticesinde faktöring sektörünün Türkiye özelindeki incelenmesi yapılması amaçlanmıştır.

Çalışma boyunca desteklerini esirgemeyen, çalışmanın ortaya çıkmasında büyük katkıları olan kıymetli danışmanım Doç. Dr. Serhan GÜRKAN 'a teşekkür ederim.

ÖZ

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.

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.

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Türkiye’de Faktöring Sektörünün Yapısı Üzerine Bir Araştırma
Tezin Yazarı	Okan UYGUNTÜRK
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Serhan GÜRKAN
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans Tezi
Tezin Tarihi	08/10/2021
Tezin Alanı	İşletme
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	103
Anahtar Kelimeler	Faktöring, Analitik Hiyerarşi Süreci, Türkiye

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	A Research on The Structure of The Factoring Sector In Turkey
Author of the Thesis	Okan UYGUNTÜRK
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Dr. Serhan GÜRKAN
Status of the Thesis	Master Thesis
Date of the Thesis	08/10/2021
Field of the Thesis	Business Administration
Place of the Thesis	KBÜ/LEE
Total Page Number	103
Keywords	Factoring, Analytic Hierarchy Process, Turkey

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Factoring, işletmelerin vadeli alacaklarını factoring şirketine devretmesi ile vadesinden önce nakde çevirdikleri finansal bir hizmettir. Faktöring sektörü, işletmelerin nakit akışlarını düzenlemelerine yardımcı olmaktadır. Bu çalışmada faktöring sektörü için önem arz eden hususlar 4 ana başlık altında toplamda 15 kriterde toplanmıştır. Araştırma faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerin, faktöringin işletmelere sağladığı temel faydaların, sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engellerin ve sektörü terk etmedeki temel sebeplerin önem derecelerinin belirlenmesi üzerine kurulmuştur.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Finansal Kurumlar Birliği (FKB) verilerine göre yıllık cirosu ortalama %9 büyüme gösteren faktöring sektörü, Türkiye’de 24 Milyar USD’den büyük işlem hacmine sahiptir. Eylül 2020 itibariyle Türkiye’de 70 Binden fazla müşterisi olan faktöring sektörü hemen hemen diğer tüm sektörlerle hizmet sunmaktadır. Bu bilgi ışığında faktöring sektörüne ilişkin yapılan ayrıntılı incelemelerin hem araştırmacılara hem de uygulamacılara katkı sağlayacağı düşünülebilir. Araştırmanın amacı; faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerin, faktöringin işletmelere sağladığı temel faydaların, sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engellerin ve sektörü terk etmedeki temel sebeplerin önem derecelerinin ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Faktöring piyasasında bazı temel hususların ve bu hususlarda meydana gelen sorunların incelendiği çalışmaları literatürde görmek mümkündür. Bu çalışma ile birlikte, diğer çalışmalardan farklı olarak, uzmanların gözünden sektöre bakmak mümkün olacaktır. Tüm bunlara ek olarak çalışmada hem aktif olarak sektörde bulunan hem de sektörden ayrılmış uzmanlar bulunduğundan kişinin faaliyet durumuna göre kriterlerin önem derecesinin ne şekilde değiştiği de ortaya konmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında öncelikle literatür taraması yapılarak faktöring sektörüne yönelik incelenen konular başlıklar halinde belirlenmiştir. Araştırmanın devamında, ana hatları itibariyle belirlenen noktalar (i) faktöring sektörüne girişteki temel beklentiler, (ii) faktöringin 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, faktöring şirketlerinde çalışan uzmanlar ile görüşülerek 4 ana başlık altında toplamda 15 kriter şeklinde son haline getirilmiştir. Ana başlıklar ve kriterler ilgili literatür aramasında sıklıkla rastlanılan sorulardan ele alınmıştır. Oluşturulan sorunlar Covid-19 nedeniyle online ortamda uzmanlara yöneltilmiş ve net cevaplar alınmıştır.

Faktöring 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. Araştırmada görüşmelerin yapıldığı zaman itibariyle her biri farklı faktöring şirketinde çalışan olmak üzere 45 uzmanın değerlendirmelerinden yararlanılmıştır.

ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Araştırmanın temel problemi; (i) faktöring sektörüne girişteki temel beklentileri, (ii) faktöringin 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.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Görüşmelerin yapıldığı tarih itibariyle Türkiye'de 56 faktöring şirketi faaliyet göstermektedir. Finansal Kurumlar Birliği (FKB) verilerine göre Eylül 2020 itibariyle

4.091 kişi bu şirketlerde istihdam edilmektedir. Ancak, 4.091 sayısı uzman kadrosu dışında da çalışanları kapsamakta; faktöring şirketlerinde çalışan uzman kadrosundaki kişi sayısına ilişkin herhangi bir veriye rastlanılamamıştır. Bu veriler doğrultusunda 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 aıların ve değerlendirmelerinin temsil edilmesi amaçlanmıştır. Talep neticesinde 45 farklı faktöring şirketinden 45 farklı uzman ile görüşme yapılabilmıştir; bu sayı faktöring şirketi bazında %80 temsil oranına denk gelmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM: FAKTÖRİNG

1.1. FAKTÖRİNG KAVRAMI

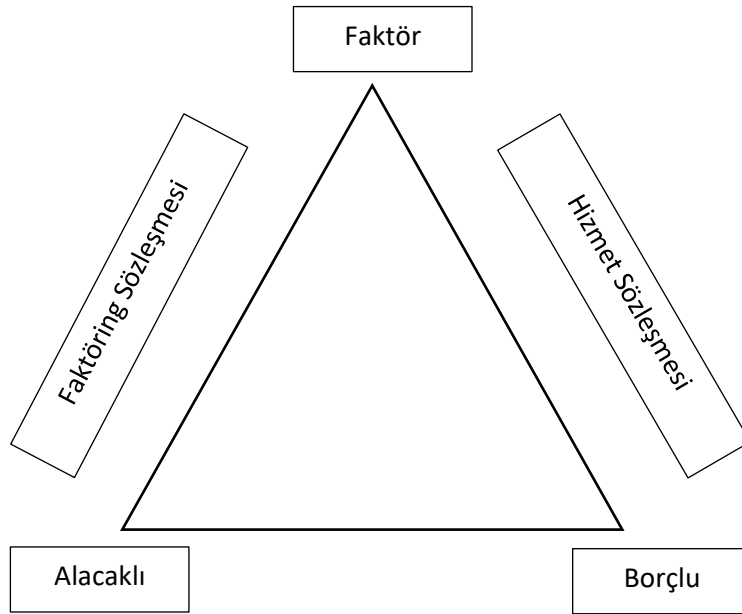
Faktöring, parayla ilgili bir tür takas sistemidir. Faktöring, bir işletmenin alacak kayıtlarının üçüncü bir kişiye indirimli olarak satıldığı bir tür borçlu fonu olarak tanımlanabilir. Kelimenin etimolojik kökenine bakılacak olursa “başkasının yerine davranma, onun yerine tavırlar sergileme” olarak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

Bazı zamanlarda işletmeler, zor durumlara düşer yahut başka bir fırsat görürler. Mevcut durumun zorluğundan ya da yeni fırsata yatırım yapma isteği duyduklarından ellerinde mevcut olan nakit parayı arttırmak isterler. Bu artırım ihtiyacını karşılamak için ileriye dönük alacaklarını değerinin altına satarlar. Bu satışı gerçekleştirdikleri firmalar ise faktöring firmaları olmaktadır (Kocaman, 1994:3).

Faktöring firmaları, kişilerin ya da kurumların ilk elden borçlu oldukları kuruluşların adına borç ödemelerini alırlar. Bu sayede hem alacaklı ihtiyacı olduğu ya da istediği anda alacağına sahip olurken, faktöring firması da ilerideki avantajlarından faydalanır. Bu avantajların en önemlisi de faktöring şirketinin yaptığı kardır. Çünkü alacaklı olan kişi ya da kuruluşa borç miktarının altında bir ödeme yaparlar (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:83).

Kavramsal olarak faktöring, vadeli satışlar yapan firmaların bu satışlardan meydana gelen alacaklarını faktör denen tüzel kişilere ya da kurumsal olarak faktöring firmalarına daha ucuza satarak alacakların geri kalanının bu firmalar 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 faktöring firmasına 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).

Öte yandan faktör ise kurumların alacaklarının tahsili konusunda profesyonelleşmiş tüzel bir finansör ya da finansal bir kuruluştur. İktisadi ve idari bağlamda faktör, ürün satan ya da hizmet arz eden firmaların satışlarından meydana gelen ya da meydana gelecek ödemelerin tahsildarlığını yapan, alacaklı olan kurum ya da kuruluşlara borçlunun ödeyeceği tutarı direkt olarak ödeyerek alacaklı kurum ya da kuruluşlara iktisadi kolaylıklar sağlayan ve bunun yanı sıra alacaklılara iktisadi, idari ve ticari konularda yardımcı olan, bunu belirli bir ödeme karşılığında yapan kişiler ya da kurumlar olarak da tanımlanabilir (Kocaman, 1994:10).



Şekil 1.1.: Yerel Pazarlarda Faktöring Tarafları

Faktöring temelinin oluşturduğu hukuki bağlam alacak temlikidir ancak faktöring hizmetleri sadece bununla sınırlı ve bu kadar basit değildir. Alacak temlik hukuki mecrada alacak hakkının satılması ya da devredilmesi olarak tanımlanmaktadır. Faktöring firmaları bu alacak temlikini belirli bir hizmetin sağlanması karşılığında yapmaktadırlar. Faktöring işlemlerine konu olan alacaklar yurt içi ödemelerinden yahut yurt dışı ödemelerinden kaynaklanabilir. Bu alacaklar genellikle açık hesap kavramından doğan alacaklardır.

Faktöring, iktisadi açıdan yüksek bir teknik olduğu kadar idari bir hizmet portföyüne de sahiptir. Bu anlayışla faktöring bir kurum ya da kuruluşun henüz elinde barındırmadığı pasif varlıklarını, yine aynı kurum ya da kuruluşun büyümesinde bu kez aktif olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Yani sınırlı yatırım kaynakları olan bir ortamda faktöring idaresi ile efektif bir şekilde kaynak dağılımı sağlanmaktadır. Bu da faktöring desteği alanların çokça faydalandığı artı yönlerden biridir (Bakır, 1999:138).

Faktöring kavramı, kendisine yüksek oranda benzeyen diğer finans araçlarından farklı olarak çeşitli çalışma olanaklarını bünyesinde barındıran ve modern ekonomist anlayışa sahip olan bir sistemdir. Faktöring şirketi hem danışmanlığını yaptığı alacaklı kurum ya da kuruluşa finansman desteği sağlayan bir yatırımcı, hem tahsil edilecek borçların kaydını tutan muhasebeci, hem de alacaklının borçlarını tahsil edememesi korkusunu ortadan kaldıran bir garantör niteliğindedir. Bu sebepten ötürü faktöring işlemlerini basit komisyonculuğa yahut basit bir tahsildarlığa benzetmek yanlış bir tutum olacaktır.

Sanılanın aksine faktöring işlemi bir ya da birkaç kez ile sınırlı değildir. Yani faktöring desteği alındığında bir kez ya da kısa süreli yardım almak yetersiz olacaktır. Faktöring faydalarını gösterebilmesi için sürekli olmalıdır. Bunun için de alacaklı ile faktöring firması arasında uzun süreli bir sözleşme yapılmalıdır. Bu sayede daha sağlıklı planlar yapıp işletmenin programlı bir biçimde büyümesi sağlanabilir. İşletmeler halihazırda mevcut olan ve ilerleyen dönemde meydana gelecek olan alacaklarını topluca faktöring kuruluşuna satarak tüm alacaklarının altında olsa dahi tüm bu ödemelerinin büyük bir kısmını ön ödeme olarak almaktadırlar. Faktöring şirketleri ise halen vadesi olan borçlara faiz uygulamaktadırlar (Akkerman, 1994:56).

Faktöring yönteminde, ürün veya hizmet satan kişi ile faktör arasında 2 – 6 ay arasındaki vadeleri bulunan alacakları barındıran bir sözleşme yapılmaktadır. Bu sözleşme vasıtasıyla alacakları bulunan kişi, kurum veya kuruluşlar alacaklarının tamamını yahut bir kısmını faktöre devreder. Ayrıca devreden kişi veya kuruluş alacaklarını sattığını borçlulara bildirmekle yükümlüdür. Yapılan bu sözleşme uyarınca faktör alacakları tahsil etmeyi, borçların ödenmemesi riskini üzerine almayı, borcun tamamını peşinen ya da belirli bir vade sonunda ödemeyi temin etmektedir. Burada amaç hem işletmenin alacaklarını vade

bitiminden önce işletmeye kazandırmak, hem de işletmeyi idari angaryalardan kurtarmaktır (Çalikoğlu, 1986:17).

Her faktöring sözleşmesi özelinde faktöring şirketinin türü, işletmeye hangi hizmetleri sunacağı, ödeme yapılması hususları, eğer ön ödeme yapılacaksa peşin ödeme oranı, satıcının sahip olabileceği azami kredi miktarı, kredi limiti aşıldığı takdirde sözleşmenin iptali koşulları, sözleşmeye uymayan tarafların ne tür yaptırımlara tabii tutulacağı, faktöring işleminin komisyonu ve faktöring firmasının borçluya uygulayacağı faiz oranları, borçlunun borcunu ödemediği takdirde karşılaşacağı yaptırımlar mutlaka yer almalıdır.

Taraflar arasında yapılan bu sözleşme, sözleşme süresinin sona ermesi ve sözleşmeden sorumlu kişilerin sözleşme koşullarına uygun bir şekilde 90 günlük ihbar sürelerinin bitiminde sona ermektedir. Sözleşme bitmeden önce uygulamaya konulan ve kabul edilmiş işlerin faktöring işlemleri ise anlaşma şartlarına uygun bir şekilde devam etmektedir. Mal veya hizmet sunan kişinin sözleşmede bulunan şartlardan en az birine uygun olmayacak şekilde davranması, borçlular hakkında farklı yaptırımlar uygulaması, aktif faktöring işlemlerinden en az biri hakkında icra yoluna gitmesi ve azami süre olan 5 (beş) gün içinde ödenememiş olması, mahkeme fark etmeksizin verilen karara uyarınca satıcı taraf borcunu ödemeye hükümlü olduğu halde tamamını ya da bir kısmını telafi edememesi durumunda, faktöring şirketi tarafından sözleşme iptali yoluna gidilebilir. Çünkü sözleşme her iki tarafı bağladığı gibi, faktöring şirketi uzun vadeli yatırımcı konumundadır ve şirket sözleşme bağlamında önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir, 2005:204).

Vadeli satışların iktisadi kısmında zamanla daha da genişleyen bir yelpaze içerisinde yer alan faktöring işlemleri, alacaklıların kısa vadeli nakit dar boğazlarını geçmesinde yardımcı olan ve bu alacaklılara fon sağlamak amacıyla kullanılan ekonomik enstrümanların en önemlileri arasında bulunmaktadır. Faktöringin sunduğu imkanlardan faydalanmayı düşünen firmaların gayesi, kendilerine ek bir sermaye sağlamaktır. Böyle durumlar meydana geldiğinde faktöring firmaları satın alınan borçların asgari %70 azami %80 oranına denk gelen kısımları ödemeyi taahhüt etmektedir. Yapılan bu ödeme nakit olarak yapıldığı için buna ön ödeme de denmektedir. Ön ödemedeki artı kalan kısım, iş

bitime kadar olan faiz ve komisyon tutarı da hesaba katılarak borçların vadesi bittiğinde yapılır. Faktöring firmasının borcun tamamını kapatmamasının nedeni, işlemde olan ödemelerde meydana gelebilecek hatalar, uyuşmazlıklar, komisyon, masraflar ve buna ek olabilecek diğer nedenlerden kaynaklanmaktadır (Seyidoğlu, 2001:60).

Faktöring, uzun vadeli mal veya hizmet satışlarında kolaylıklar sağlayarak ihracat hacmini artırmaya yönelik iktisadi bir enstrüman olarak da kullanılabilir. Ön ödemesiz bir şekilde mal veya hizmet sunan ihracatçı firmaların diğer ülke şirketlerinden alacaklarını bildiren borç hesapları oluşmaktadır. Böyle bir durum meydana geldiğinde mal veya hizmeti sunan kişi ekonomik olarak zor durumda kalmaktadır. Buna istinaden bankalardan kredi kullanma yoluna gidebilir. Eğer kredi kullanamazsa kendi varlıklarından harcamalar yapmak durumunda kalacaktır. Ancak her zaman varlıkları ya da mali tablosu bu durumu karşılayacak güçte olmayabilir. Buna ek olarak alacaklı dış ülkedeki alacak hesabını da sürekli takip etmek zorundadır. Tüm bunların yanı sıra borçlunun borcunu ödeyememesi gibi bir risk faktörü de söz konusudur. Bunun için şirket dış ülkelerden alacakları için bir takip departmanı, ya da kullanacağı kredilerin muhasebesi konusunda ayrı bir departman kurmak zorunluluğu duyacaktır. Fakat her şirket bu kadar idari yatırım yapabilecek düzeyde olmayabilir. Tüm bu hadiselerin sonunda ürün veya hizmet sunan kişi veya kuruluş yurt dışındaki alacaklarının tamamını belirli bir komisyon karşılığında faktöring şirketine satmayı daha uygun görecektir.

Bir faktöring uygulamasının hayata geçebilmesi için, ürün veya hizmet arz eden tarafın, bu satın alım sonucunda borç yükü yüklenmiş kişinin ve bu işte ortak bir çözüm yolu olacak faktöring şirketi ya da faktör kişinin bir araya gelerek ortak yol bulmaları gerekli ve yeterlidir.

1.2. FAKTÖRİNG TARİHÇESİ

İnsanoğlu alacağını satma işlemini bilinen kaynaklara göre ilk kez milattan önce yapmıştır. Tahmin edilene göre bu işlem milattan önce 4000 – 5000 yılları arasında Mezopotamya uygarlıklarına mensup insanlar tarafından yapılmıştır. Vadeli satış gerçekleştiren bazı tacirler bu vade sonunda alacaklarını başkalarına satarak hem

ödemelerini alamama riskini ortadan kaldırmış, hem de elde ettikleri gelir ile daha fazla ticaret yapabilmışlardır.

Bu işlemin yapılmasından sonra ileri gelen yüzyıllarda komisyoncu tacirler hem kendi içlerinde hem de dışarıya dönük bir biçimde basit faktöring işlemleri ile başlayarak sistemi geliştirmiş ve yayılmasına öncülük etmişlerdir. Günümüze yakın olan faktöring işlemi ise 1300'lü yıllarda İngiltere'de yün tüccarlarının alacaklarını, borçluların ödeyecekleri bedeli temin eden şirketlere belirli bir nakit karşılığında satmışlardır. İlerleyen yüzyıllarda sömürgecilik akımlarının daha da palazlanması sonucunda bu kez profesyonel faktörler ortaya çıkmış ve ürünlerin stoklanması, nakliye edilmesi, satılması, dağıtılması ve borçların tahsil edilmesi gibi daha geniş bir görev listesiyle danışanlarının karşısına çıkmışlardır (Garzan, 2002:3).

İlk faktöring işleminden 1600'lü yıllara gelene dek olan periyoda koloni türü faktöring adı verilmektedir. İletişim kurmanın zor olması, ulaşım sorunları ve işinin ehli faktörlerin bulunmaması bu dönemdeki olumsuzlukların başını çekmiştir (Toroslu, 1999:1). Bu periyotta yapılan faktöring işlemleri, faktörlerin ürünleri pazarlaması ve satılan ürün bedellerinin tahsil edilerek üreticiye ulaştırılması gibi basit bir finansal işlem olarak kullanılmıştır. Bu dönemlerde yaşanan zorlukların üzerine üreticilerin ve satıcıların konumları arasındaki uzaklık, alıcılara olan güvensizlik ve bilgi akışını oluşturan kaynakların düzensizliği de eklenince üreticiler ürünlerinin satıldığı pazarlara yakın ve güvenilir faktörler aramışlardır. Bu arayışın sonucunda ilk faktörler ticari yapılanmaları olmayan üreticilerin ya da farklı pazar arayışı içerisindeki tüccarların ürünlerinin satışını ve tahsildarlığını yapmışlardır (Sarıoğlu, 1997:5).

Faktöring işlemlerinin ikinci dönemine eski tür faktöring ya da tam servis faktöring adı verilmektedir. Bu dönemde imalatçılar kendi ürünlerini pazarlama yeteneklerini geliştirdiklerinden ek bir temsilci danışmanlığı almayı ikinci plana atmışlardır.

1700'lü yıllara gelindiğinde İngiltere'de tekstil sanayisinin hızlıca gelişmesi sonucunda faktöring işlemleri bu alana yönelmiştir. Kayıtlara göre ilk faktöring şirketi bu dönemlerde Londra yakınlarında kurulmuştur. Şirketin amacı kolonilerden gelen ürünlerin stoklanması için gerekli finansal kaynakları sağlamak olmuştur. Bu durum sonucunda faktörün finansal kolu ilk kez açığa çıkmış ve günümüzdeki görev portföyüne yakın bir

konuma ulaşmıştır. Bu dönemdeki faktörler kolonilerdeki tüccarlardan ürünleri teslim olarak İngiltere’de satmışlardır. Bu dönemlere denk gelen periyotta Amerika’nın Kuzey bölgelerinde temsilcilikler kurulmuş ve Amerika’nın bu bölgesi ile İngiltere arasında yapılan ticaretin büyük bir kısmı temsilcilikler aracılığıyla yapılmıştır. Temsilciler İngiltere’de üretilen tekstil ürünlerinin pazarlanması ve satışından elde edilen gelirin tahsil edilmesi ile fatura beyanı karşılığında imalatçılara kredi ödemesi yaparak finansal destek de sağlamışlardır. Faktörlerin asıl iş alanları ürünlerin stoklanması ve satılması olmasına rağmen borçların tahsil edilmesi ve vadeli ödemelerin risklerini de kendi sorumlulukları altına almışlardır. Ayrıca bazı temsilciler vadeli satışlarda alıcının ödeme yeteneğinin sorumluluğunu da üstlenmiş, böylece zamanla artan anaparalarını imalatçılara kredi olarak sunmuşlardır. Faktörün kredi riskini üstlenmesi sonucunda aldığı komisyon miktarı “delkrede komisyonu” olarak isimlendirilmiştir (Garzan, 2002:6).

Faktöring 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 faktöring uygulamaları da gelişim gösterebileceği bir platform kazanmıştır (Garzan, 2002:6). Bahsi geçen periyotta Amerika’da faktöring 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).

Faktöring uygulamalarının ikinci tepe noktası 1973 yılının sonunda meydana gelen ve tüm dünyayı etkisine alan ikinci bir buhran olarak adlandırılabilir petrol krizinin hemen sonrasında gözlemlenmiştir (Parasız, Yıldırım, 1994:365). Bu kriz sonrasında şirketlerin arzlarını hızlıca genişletip krizden doğan zararları kapatmak için çabalamaları faktöring uygulamalarından yararlanan şirketlerin artış göstermesine yol açmıştır. Firmalar vadeli satışlarının getirisini hızlıca elde edip, tahsil ettikleri borçlarıyla yeni satışlar yaparak krizden çıkmayı ve hatta hacimlerini genişletmeyi arzulamışlardır.

Ortaya çıkışından itibaren başta İngiltere ve Amerika olmak üzere belirli ülkeler arasında ve satış konusunda büyük sorunlar yaşayan imalatçı firmaların 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). Faktöringin ortaya çıktığı dönemlerde olduğu gibi bu dönem de Uzakdoğu firmaları yerel ve uluslararası pazarlarda yer bulabilmek için şirket hacimlerine bakmaksızın faktöring imkanlarından faydalanmaktadırlar.

İlk faktöring işleminden günümüze gelene kadar olan süreçte bu işte uzmanlaşmış faktörler uygulama alanları olan pazarları ve bu pazarların koşullarını mükemmel derecede iyi bildikleri için, danışmanlık yaptıkları müşterilerine aynı zamanda iktisadi anlamda da hizmetler sunmuşlardır. Bu hizmetlerin yanında ürünlerini sattıkları pazarlar hakkında bilgilerini ve gelecek dönemler için tavsiyelerini paylaşmışlardır. Bu gelenek geçmiş yüzyıllardan günümüze dek gelmiştir. Zira eski dönemlerde faktörler temel hizmet olarak maddi destek, ticari sezgi ve pazar bilgisi sunmuşlardır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte faktörler artık pazarlarla ilgili daha fazla ve daha ayrıntılı bilgiler edinmiş ve danışanlarının soru ve sorunlarına en uygun çözümü bulmak konusunda yardımcı olmuşlardır. Müşterilerinin iktisadi ve idari açıdan önemli anlarında yanlarında olan faktörler ilerleyen dönemlerde daha çok tercih edilen adresler haline gelmişlerdir. Üretim aşamalarının devamlı olarak gelişmesiyle belirli kitlelere özgü üretilen ürünlerle birlikte, ticaret ve bunların ödemeleri aynı oranda faktöring şirketlerinin işlevselliğinin artmasına da yol

açmıştır. 1960'lı yılların başında Avrupa'daki faktöring şirketi sayısı bir elin parmaklarını geçmezken, günümüzde yüzlerce şirket mevcuttur.

Faktöring uygulamalarının başlangıcından bu zamanki profesyonel duruma gelene kadar olan süreçte geçirdiği evrim çerçevesinde iktisadi bilgilerin önemi zamanla artmış ve hatta finansal açıdan günümüzün vazgeçilmez öğelerinden biri haline gelmiştir. Böyle bir düşünce gelişiminde artık profesyonelleşmiş faktör danışanının içinde bulunduğu pazarın alım ve satım koşullarını, stok ve ekonomik koşullar gibi bilgileri teknolojik araçların da büyük yardımıyla elde edebilmektedir. Ayrıca faktör elde ettiği bu bilgi birikimini talep ettiği danışanıya da paylaşmaktadır.

1.3. DÜNYADA FAKTÖRİNG

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere faktöring işlemleri kendilerine yoğun bir uygulama alanı bulmuşlardır. Dünya ticaretinde değişmekte olan durumlar neticesinde ticari sınırlar ortadan kalkmış ve neredeyse tüm pazarlar birleştirilmiştir. Böylece faktöring işlemleri de sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Nitekim günümüze yaklaştıkça dünyada faktöring işlem hacmi yükselmektedir. Bazı yıllarda yaşanan küçük – orta ölçekli durgunluk dönemleri hariç, faktöring büyüme trendi sürekli artış göstermektedir (Sarioğlu, 1997:28).

Faktöring işlemlerinin yeni alanlara ve bu hizmetten hiç faydalanmamış kesimlere yelken açması, teknolojinin hızla gelişmesi, yetkin faktörlerin büyük bankalar ile bir araya gelmesi, faktörler arasındaki rekabet ortamının gelişmesi gibi temel nedenler etrafında dünyada faktöring hızla ve büyük bir ivme ile yükselen trendlerden olmaktadır (Küçükkoçaoğlu, 2006:51).

Faktöring işlemi, yalnızca uluslararası düzeyde yani sadece ithalat ya da sadece ihracat faktöringi ile sınırlı değildir. Yerel pazarlarda da faktöring kullanımı mevcuttur. Yerel imalatçılar yurtiçi pazarda alacaklarını faktöring araçlarından faydalanarak ivedi bir şekilde tahsil ederler. Hatta ülkelerin yerel faktöring işlemleri dünya çapında uluslararası paya oranla daha büyüktür. Bu paya sahip olmasının en önemli nedeni, Avrupa ve Amerika ülkelerinin gelişmiş ve küreselleşme süreci içerisindeki sistemlerinin imkân sunduğu maddi desteğin yanında, kredi sigortası sisteminin sunduğu kazançlardandır. Bölgesel faktöring cirosu göz önüne alındığında bu cironun yarısından fazlasını Avrupa ve Amerika ülkelerinin

elde ettiği gözlemlenmektedir. Bu durumun meydana gelmesindeki en büyük etmenler olgunlaşmış ve sıkı kurallar üzerine oturtulmuş bir ekonomik düzen, mevcut ve halen üzerinde çalışılmakta olan finansal ve bilgi birikimsel altyapının sağlamlığı ve ticari pazarların serbest ve gelişmiş olmasıdır.

Ülkeler bazında faktöring ciroları ve sektörde faaliyet gösteren şirket sayıları ulaşılabilen en güncel veriler itibariyle Tablo 1.1’de sunulmuştur.

Ülke	Yerel	Uluslararası	Toplam	Şirket Sayısı
Mısır	428	89	517	9
Moritus	224	3	227	3
Fas	2,424	108	2,532	6
Güney Afrika	18,532	50	18,582	13
Tunus	299	17	316	5
Avustralya	54,319	11	54,330	6
Çin	371,784	39,789	411,573	31
Hong Kong	13,500	40,000	53,500	17
Hindistan	4,000	532	4,532	10
Japonya	42,135	7,213	49,348	3
Kore	16,413	9,232	25,645	166
Malezya	4,387	72	4,459	25
Singapur	25,300	18,700	44,000	18
Tayvan	13,384	27,814	41,198	19
Tayland	5,877	0	5,877	6
Vietnam	0	1,100	1,100	15
Ermenistan	55	80	135	7
Avusturya	17,357	6,750	24,107	4
Belçika	76,310	30	76,340	5
Belarus	266	114	380	15
Bulgaristan	2,143	1,068	3,211	9
Hırvatistan	1,036	58	1,094	9
Kıbrıs	3,540	45	3,585	3
Çekya	4,399	2,379	6,778	6
Danimarka	10,186	8,451	18,637	9
Estonya	2,988	612	3,600	6
Finlandiya	23,500	2,300	25,800	5
Fransa	223,752	96,657	320,409	13
Gürcistan	26	2	28	3
Almanya	167,000	77,300	244,300	183
Yunanistan	12,483	2,152	14,635	7
Macaristan	6,514	397	6,911	15
İrlanda	24,716	1,578	26,294	5
İtalya	188,764	58,666	247,430	30
Letonya	390	394	784	6
Litvanya	1,500	2,160	3,660	9
Lüksemburg	339	0	339	1
Malta	358	196	554	3
Moldova	0	4	4	1
Hollanda	78,694	19,647	98,368	5
Norveç	23,167	2,756	25,923	4
Polonya	46,645	9,829	56,474	24
Portekiz	24,295	7,462	31,757	13

Romanya	4,078	929	5,007	19
Rusya	43,543	297	43,840	68
Sırbistan	585	65	650	21
Slovakya	1,601	920	2,521	8
Slovenya	930	470	1,400	15
İspanya	146,963	19,428	166,391	20
İsveç	19,227	595	19,822	15
İsviçre	495	98	593	5
Türkiye	22,411	4,483	26,894	82
Ukrayna	244	1	245	19
Birleşik Krallık	292,222	27,971	320,193	95
İsrail	2,413	252	2,665	10
Lübnan	554	121	675	3
Birleşik Arap	4,000	1,500	5,550	6
Kanada	1,801	479	2,280	78
Amerika Birleşik				
Arjantin	3,052	12	3,064	5
Brezilya	47,208	73	47,281	600
Şili	23,900	2,600	26,500	150
Kolombiya	7,142	0	7,142	19
Dominik	272	30	302	17
Guatemala	174	108	282	10
Honduras	51	16	67	2
Meksika	23,938	539	24,477	19
Peru	11,737	286	12,023	10
Uruguay	95	15	110	2

Tablo 1.1.: Ülke Bazında Faktöring Ciroları (milyon Euro) (2018)

Kaynak: FCI Annual Review 2019 s.23 (Erişim Tarihi: 16.12.2020)

Kıtalar bazında faktöring ciroları ve sektörde faaliyet gösteren şirket sayıları ulaşılabilen en güncel veriler itibariyle Tablo 1.2’de sunulmuştur.

KITA	YEREL	ULUSLARARASI	TOPLAM	ŞİRKET SAYISI
Afrika	21,907	267	22,174	36
Asya – Pasifik	551,098	144,463	695,562	166
Avrupa	1,472,772	356,370	1,829,142	767
Orta Doğu	6,967	1,873	8,840	19
Kuzey Amerika	73,901	16,200	90,101	778
Güney Amerika	117,569	3,679	121,248	834

Tablo 1.2.: Kıta Bazında Faktöring Ciroları (milyon Euro) (2018)

Kaynak: FCI Annual Review 2019 s.23 (Erişim Tarihi: 16.12.2020)

Ülke ve kıta bazında ülkelerin ve kıtaların son 7 yılın faktöring işlem hacimleri EK 1’de sunulmuştur. Dünyadaki genel kanı küçük ve orta boy işletmelerin faktöringi daha çok kullandığı üzerinedir. 90’lı yılların ortasında İngiltere’de yapılan bir araştırmaya göre, firma

yapısının büyümesiyle faktöring işlemi kullanması arasında ters bir orantı olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmaya göre küçük ve orta ölçekli firmaların faktöring işlemlerini daha çok kullandığı kanıtlanmıştır (DTM, 2006:10).

Dünyada yerel şirketler arasında yapılan faktöring sözleşmelerinin büyük bir yüzdesi geri dönüşümsüz işlemlerden oluşmaktadır. Bunun nedeni, faktörün farklı enformasyon ve istihbarat kaynaklarından üreticiye borcu bulunan kişi hakkında araştırma yapabilmesi ve kredi puanlarına bakıp vadeli ödemedeki riski sigorta altına alabilmesidir. Ayrıca dünya üzerinde yapılan faktöring işlemlerinde vadeli borçlar belgelere bağlı değildirler ve borçlar borçlu kişi tarafından nakit ya da banka aracılığıyla alacaklıya iletilir. Terminolojik olarak konuşmak gerekirse bu hesaplar açık hesap olarak nitelendirilir (Sarıoğlu 1997:15).

Türkiye özelinde incelendiğinde ise geri dönülemez faktöring işlemlerinden doğan risklerin tamamıyla faktöring kuruluşuna bağlı olduğu görülmektedir. Faktöring şirketi de verdiği ön ödemenin riskini sigorta ettirme imkanına haiz olmadığı için faktöring şirketleri çoğunlukla anlaşmalarını yüksek kredi puanına sahip şirketler ile yapmaktadırlar . Buna ek olarak yerel pazarda vadeli tahsilat yöntemi olarak sıklıkla çek ve senet kullanıldığı bilinmektedir. Bu alışkanlık faktöring işlemleri için de aynı yöntemlerin kullanılmasını neredeyse zorunlu hale getirmiştir. Çek ve senet kullanımı hem satıcı tarafa hem de alıcı tarafa idari açıdan oldukça gereksiz bir iş yükü yüklemektedir. Yurtiçi faktöring faaliyetlerini yürüten firmalar, yerel pazardaki bu çek ve senet alışkanlığını kırmak için bahsi geçen ödeme yöntemlerine uygulanacak olan temlik işlemlerini kabul etmemektedirler.

1.4. ULUSLARARASI FAKTÖRİNG PİYASASI

Dünyadaki faktöring oluşumunu daha sağlıklı anlayabilmek adına gelişmiş ekonomiye ve yüksek faktöring hacmine haiz ülkelerde yapılan uygulamalara derinlemesine dalmak daha yararlı olacaktır. Bu bağlamda Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, İngiltere, İtalya, Hollanda ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerin faktöring uygulamalarıyla olan ilişkilerine göz atılması uygundur.

1.4.1. Amerika Birleşik Devletleri'nde Faktöring

İkinci dünya savaşına kadar Amerikan devletleri arasında ticari bankalar, uygun fiyatlı mevduatları bünyelerinde toplayıp oluşturdukları sermayelerle firmalara ticari krediler vermişlerdir. Büyük Buhran yıllarının ardından, firmaların ek sermaye ihtiyaçlarının azalması, bankaların ellerindeki paranın şişmesine sebebiyet vermiştir. Bunun sonucunda bankalar müşterilerine nakit desteği sunan ya da vadeli satışlar için nakit desteği yapan firmaları emsal olarak görmüşler ve nihayetinde faktöring bankacılığı adıyla anılan bir sistem oluşturmuşlardır. 1965 yılında Amerika'da çıkan kanun uyarınca faktöring faaliyetlerinde artık ticari bankaların da yer almasına imkân sunulmasıyla birlikte faktöringin yükselişi daha da ivme kazanmıştır (Ceylan, 2003:24).

Günümüze gelene dek Amerika'daki şirketlerin birleşmesi faktöring faaliyetlerinin artmasına rağmen şirket sayısında azalmayı beraberinde getirmiştir. Burada en önemli dönüşüm noktası ise, Amerikan faktörlerin borçların ödenmemesi riskini tamamen üstüne almayı, bu riski alacaklı ile paylaşması olmuştur. ABD pazarında firmaların faktöring uygulamalarına başvurmalarının en temel nedeni kredi sigortası olmasına rağmen, Avrupa'ya gelindiğinde temel neden fonlama sağlanması olmuştur (Ceylan, 2003:7).

ABD'de faktöring servislerinin toplam hacmi 2012 yılında 77,543 milyon Euro, 2013 yılında 83,739 milyon Euro, 2014 yılında 97,670 milyon Euro olarak üç yıl boyunca artış göstermiş ancak takvimler 2015 yılını gösterdiğinde bu değer 95,000 milyon Euro değerine düşmüştür. Aynı düşüş iki yıl daha devam etmiş ve 2016 yılında 89,463 milyon Euro, 2017 yılında 87,000 milyon Euro olarak kayıtlara geçmiştir. 2018 yılına gelindiğinde ise bu rakam 87,821 milyon Euro olarak kaydedilip tekrar yükseliş trendine girildiği gözlemlenmiştir. İşlem hacminin bu kadar düşük olmasına rağmen 2018 yılı verileri baz alındığında ABD'de tam olarak 700 faktöring şirketi bulunmaktadır (FCI, 2019).

1.4.2. Almanya'da Faktöring

Diğer ülkelerdeki alışlagelmiş durumların aksine Almanya özelindeki faktöring uygulamaları bazı yasal sınırlamalar altındadır. Bunlardan en mühimi, Almanya'da yürürlükte olan anayasanın alacakların temlik işlemini, yani alacağın belirli bir sözleşme

çerçevesinde üçüncü bir kişiye satılması durumunu yasaklamış olmasıdır. Yani faktöring uygulamalarının temelinde olan işlem yasalara aykırıdır. Almanya'nın köklü şirketleri satıl sözleşmelerine bu durumu özellikle belirtmektedir. Ürün veya hizmet satışından kaynaklanan alacaklar, faktöring firmalarının yetki alanına tabii olamadığından bazı yerel faktöring firmaları bu yasanın etrafından dolanan ve yasanın kendilerine mâni olmasını engelleyen birtakım sözleşmeler yürürlüğe koymaktadırlar. Almanya'daki faktöring uygulamaları bankaların alt kollarından olan bazı kuruluşlara bağlıdır ve bu kuruluşlar tarafından yürütülmektedir (Sarıoğlu, 1997:31). Mevcut yasal düzenlemelerin yürürlüğe girmesiyle birlikte faktöring firmalarının getirileri düzenlemeden önceki zamanlar göre az da olsa yükselmiştir.

Almanya'da faktöring servislerinin toplam hacmi son yıllarda oldukça etkileyici bir artış göstermektedir. 2012 yılında 157,420 milyon Euro olan bu rakam 2013 yılında 171,290 milyon Eurolara kadar yükselmiştir. 2014 yılında yükseliş devam etmiş ve kayırlara 189,880 milyon Euro olarak geçmiştir. Almanya'da istikrarını sürdüren faktöring 2015 yılında 209,001 milyon Euro işlem hacmiyle bir yılda yaklaşık 20 milyon Euroluk bir artış göstermiştir. Yükseliş trendini sürdüren faktöring 2016 yılında 216,878 milyon Euro, 2017 yılında 232,431 milyon Euro ve son olarak 2018 yılında 244,300 milyon Euro olarak kayıtlara geçmiştir. 2018 yılı verilerine göre Almanya'da 183 adet faktöring kuruluşu bulunmaktadır (FCI, 2019).

1.4.3. Birleşik Krallık 'ta (UK) Faktöring

İngiltere faktöring işlemlerindeki gelişme hızını 1990'lı yılların başlarına doğru artırmış olmasına rağmen bu yılların henüz başlarında tahsil edilmesi imkânsız halde olan borçların yani batık kredilerin artış göstermesi bu ivmelenmeye bir ket vurmıştır (Ceylan, 2003:23). Bu yüzden yerel pazarda iktisadi yapılanmaları güçlü olan ancak nakit ihtiyaçları da en az bu yapılanmaları kadar fazla olan şirketler, faktöring uygulamalarından fatura iskontolama işlemini kullanmaktadırlar. Çünkü bu işlemde faktörler danışanlarının iktisadi kayıtlarını kendi sorumlulukları altına almadıklarından bu hizmet için de ödeme almamaktadırlar. Fatura iskontosu uygulaması, tüm hizmetlerin sunulduğu diğer faktöring

işlemlerine göre daha hesaplı bir haldedir. Şirketlerin tercihinde en büyük etmenlerden birisi budur. Bu sayede işletmeler daha ekonomik hale gelmektedir (Sarioğlu, 1997:31).

Faktöring şirketleri daha çok anapara bakımından yetersiz küçük ve orta boy işletmeleri desteklemiştir. Bu yüzden daha büyük olan işletmelere daha az kredi olanağı sağlamışlardır. Bu tür aksiyonların sonucunda yerel pazarlarda faktörlerin genellikle yüksek risk unsurları barındıran işletmelerle alakadar olan şirketler ile ilişkili oldukları düşüncesi yayılmıştır. Bu sebeple çoğu işletme potansiyel müşterilerinin şirket düsturlarını yanlış anlayacakları düşüncesiyle faktörlere danışmak konusunda çekimser davranmışlardır. Ancak zaman içerisinde bu algı kırılmış ve her boyutta işletmeler faktöring şirketleriyle anlaşma sağlamışlardır.

İngiltere yerel pazarında faktörler farklı faktöring uygulamalarının yanında küçük ve orta boyutlu ancak hızlı bir şekilde gelişmek için yeterli potansiyele sahip işletmelere yatırım yapmaktadırlar. Bu sayede yatırım yaptıkları işletmelere hem yeni pazarlara yelken açmaları için anapara desteği vermiş hem de mevcut olan maddi zorlukların üstesinden gelmeleri için yardım etmişlerdir. Faktörler genel itibarıyla normal ve vadeli satış yapan işletmelerle iş birliği yapmayı daha uygun bulmaktadırlar. Buna ek olarak faktörler üzerlerindeki riski bölmek maksadıyla çok müşterili işletmelerle iş ortaklığı yapmaktadır. Bu tercihlere rağmen faktörler, bir müşterinin ödeyeceği miktarın kendi alacaklarının yüzde 25 ile yüzde 50 oranı arasında olmasına dikkat etmektedirler (Ceylan, 2000:132).

İngiltere’de aktif rol oynayan faktöring şirketlerini rahatlıkla dört ana grupta toplayabiliriz. Bunlar bankalar tarafından kurulan faktöring şirketleri, büyük firmaların ilgisini çekmeyen dallarda hizmet veren şirketler, faktöring uygulamalarına ek olarak farklı iktisadi çözümler sunan şirketler ve AIF bünyesindeki küçük ve orta boy işletmeler olarak adlandırılırlar (Ceylan, 2003:23).

1990’lı yılların başında bankaların önceleri faktöring departmanı olarak kullandığı ve ardından şirkete dönüştürdükleri faktöring yatırımları, İngiltere’de toplam işlem hacminin yüzde doksanlara varan büyük bir kısmını kendi tekelleri altına almış durumdadırlar (Akkerman, 1994:19). Bu şirketler, güçlü ekonomik yapıları ve yüksek teknoloji hamleleri nihayetinde danışanlarına uygun fiyatlı ve yüksek kaliteli hizmet sunmaktadırlar. Büyük firmaların ilgisini çekmeyen dallarda hizmet veren faktöring

şirketleri ise genelde şube ya da temsilci açma yoluna gitmeyen ve hizmetlerini uluslararası platformda sunan şirketler olmuşlardır. Bunlara örnek olarak 1989 yılında faaliyete geçen “Venture Factors” şirketi verilebilir. Bu şirket gelişim potansiyeli gördüğü küçük girişimlere fonlama yaparak hem onların finansal olarak gelişmesini sağlamış hem de ileride kar getirme ihtimali çok yüksek olan bir yatırım yapmıştır (Ceylan, 2003:23). Bu işletmelerin son grubunda ise küçük işlem hacmine sahip özel faktöring işletmeleri bulunmaktadır. Danışanları ile yüksek derecede irtibat kurabilen bu tarz şirketlerin en büyük eksiği anaparaları olmaktadır ve bu eksiklik büyüyüp diğer gruplara geçmelerine engel olmaktadır.

Faktöring işlem hacimlerine baktığımızda İngiltere'nin 2012 yılında 291,200 milyon Euro, 2013 yılında 308,096 milyon Euro, 2014 yılında 350,622 milyon Euro ve 2015 yılında 376,571 milyon Euro gibi büyük rakamlara ulaştığı görülmektedir. Ancak 2016 yılına geldiğinde grafiğin ivmeli bir şekilde yükselen eğrisi kayda değer bir düşüş ile aşağıya doğru yönelmiştir ve bu yılda toplam hacim 326,878 milyon Eurolara kadar gerilemiştir. Düşüş takip eden yıllarda da devam etmiş, 2017 yılında 324,260 milyon Euro ve 2018 yılında 320,193 milyon Euro olarak azalan bir grafik sergilemiştir. 2018 yıl sonu araştırmalarına göre İngiltere bu rakamlara 95 faktöring şirketi vasıtasıyla erişmiştir (FCI,2019).

1.4.4. İtalya’da Faktöring

Dünya'nın en gelişmiş faktöring sistemlerinden birisi de İtalyan faktöring sistemidir. Bunun en temel sebepleri arasında 1970’li yılların başından başlayıp 1980’li yılların sonuna dek süren kredi sınırlandırmaları faktöring firmalarının atılım yapmasını kolaylaştırmış ve onlara rahatça hareket edebilecekleri bir alan sağlamıştır. Süregelen banka kredilerinden artık faydalanamayan firmalar için faktöring uygulamaları yeni bir çıkış kapısı olmuştur. Bunun farkına varan ekonomi yönetimi kredi sınırlamalarını kaldırmış ancak şirketler için faktöring uygulamaları kredilere göre daha cazip gelmiştir. Sınırlandırmalar kaldırıldığında kredi işlemlerinin artması beklenirken aksine faktöring işlemlerine oluşan talep daha da artış göstermiştir. Böylece İtalyan faktöring sistemi tam gaz gelişimine devam etmiştir. 1985 – 1990 yılları arasında ekonomik büyüme rakamlarının

yükselmesi ve faktöring işlemlerinin faydalarının ne denli fazla olduğunun şirketlerin iktisadi departmanları tarafından fark edilmesi yerel pazarda faktöringin büyümesinin en mühim sebeplerinden olmuştur (Akkerman, 1994: 19). İtalyan faktöring ekosisteminin en önemli yanı yerel pazarın yaklaşık yarısına sahip olan faktöring firmalarının, büyük sanayi şirketlerinin yatırımları olmasıdır.

Diğer Batı Avrupa ülkeleri gibi İtalya da faktöring işlemlerine bankalar aracılığıyla başlamıştır. İlk İtalyan faktöring şirketi 1963 yılında uygulamaya konulmuştur. 1980'li yılların başında sadece 5 olan faktöring şirket sayısı 1990 yılında 75'e çıkmıştır. 10 yıllık periyodun sonunda dünyanın en önde gelen faktöring ekonomisinin İtalyanların tekelinde olduğu kayıtlara geçmiştir (Ataç, 1991:63). 2018 yılında ise İtalya'da aktif olarak faaliyet gösteren faktöring şirketi sayısı 30 olmuştur. Bu sayının bu kadar düşmesinin temel nedenleri faktöring işlem hacimlerinin yüksek oranda yerel pazarda olması ve küçük çaplı faktöring işletmelerinin birleşmiş olmasıdır.

İtalya'da toplam faktöring işlem hacmi 2012 yılında 181,878 milyon Euro, 2013 yılında 178,002 milyon Euro ve 2014 yılında 183,004 milyon Euro ile dalgalı bir grafik sergilemiştir. Ancak bu yıldan sonra yükseliş ivmeli bir biçimde artmış ve seyreden 2015 yılında 190,488 milyon Euro, 2016 yılında 208,642 milyon Euro, 2017 yılında 228,421 milyon Euro ve 2018 yılında 247,430 milyon Euro olarak kayıtlara geçmiştir (FCI, 2019).

1.4.5. Hollanda'da Faktöring

Hollanda ekonomisinde uzun yıllar boyunca cari hesap ticareti kullanılmıştır. Bu şekilde alacaklı kişi borçların vadesi geçmeden fatura ya da sözleşmede belirtilen sürede ve şekilde tahsilat yapabilmıştır. Bu sistemde en çok tercih edilen ödeme yöntemi banka havalesi olmuştur. Ayrıca satışı gerçekleştiren kişi ya da kurumun yerel pazardaki satış ve dağıtım hususlarına önem göstermesi önerilmiş, bu sayede hem faktöre hem de satıcıya sağlanan yararlar korunmuştur. Bu yüzden satış kuralları hemen hemen her satış formunda ya da fatura üzerinde bulunmak durumundadır (Sarıoğlu, 1997:32).

Hollanda'nın toplam faktöring hacmine bakarsak 2012 yılında 50,000 milyon Euro, 2013 yılında 52,000 milyon Euro 2014 yılında 53,378 milyon Euro olarak kayıtlara geçmiştir. Bu yıldan sonra yüksek oranlı bir hacim artışı gerçekleşmiş ve 2015 yılında

65,698 milyon Euro olarak güncellenmiştir. İlerleyen yıllarda ise artış grafiği hatırı sayılır bir oranda artmış ve 2016 yılında 82,848 milyon Euro, 2017 yılında 89,713 milyon Euro ve 2018 yılı verilerine göre 98,368 milyon Euro olarak kayıtlara geçmiştir. 2018 yılı verilerine göre Hollanda bu ciro miktarına yalnızca 5 firma ile ulaşmıştır (FCI, 2019).

1.4.6. Japonya’da Faktöring

Zorlu savaş yılları geçiren ve atom bombası gerçeği ile iki kez yüz yüze gelen Japonya, diğer ülkeler ticari olarak yaralarını sararken sıfır noktasından başlamak zorunda kalan ekonomisini henüz oluşturmuştur. Bu yüzden Japonya özelinde faktöring az gelişmiş bir finansal uygulamadır. Ancak tüm bu olumsuz koşullara rağmen Japonya 1991 yılında en geniş 5 faktöring ekonomisi arasına kendisini sokmayı başarmıştır. Düşük bir ciro ile bunu başarmışlardır ancak bunun sebebi gelişme problemleri değil Japonya’nın faktöring işlemlerine geç başlamasıdır.

Japonya’da faktöring adına ilk profesyonel şirket 1972 yılında Sanwa Bank tarafından Sanwa Business Credit Co. adı altında kurulmuştur. 1975 yılında ise Mitsui Bank ve Mitsui & Co. birlikteliğiyle Japonya’nın ikinci en büyük faktöring şirketi olan Mitsui Finance kurulmuştur. Borsadaki farklı işlemler ve spesifik olarak bonoların yüksek kullanım oranı neticesinde Japon faktöring sektörü Japon ekonomisine oranlandığında düşük bir yüzdeye tekabül etmektedir. Diğer ülkelerin tersine Japonya’da borçların nakit olarak satılması yani alacakların temlik işlemleri oldukça zordur. Bu da faktörlerin hareket alanlarını kısıtlamaktadır. Devlet kanunlarına göre alacaklarını temlik etmek isteyen bir kişi her bir alacaklısından resmi imzalı bir rıza metni almalıdır. Şirketler arasındaki alacak-borç ilişkisi de 90 günlük vadeli olarak ilerlemektedir. Sistem ticaret esnasında 90 gün vadeli kredi kullanımına izin vermektedir. Bu da borçların en geç 90 gün içerisinde ödeneceğine garanti verdiği için faktöring işlemlerine gerek kalmamaktadır. Geçtiğimiz yıllarda ise Japon gayrimenkul ve menkul kıymetlerinin satıldığı pazarlardaki fiyat indirimleri ve buna rağmen meydana gelen iflas haberleri faktöring işlemlerini daha da karmaşık bir duruma sürüklemiştir (Akkerman, 1994:21).

Japonya 2012 yılında 97,210 milyon Euroluk yüksek bir faktöring işlem hacmine sahiptir ancak takip eden yıllarda bu rakam giderek düşerek önce 2013 yılında 77,255

milyon Euro ve sonra da 2014 yılında 51,072 milyon Euroları görmüştür. 2015 yılında küçük de olsa bir toparlanma gösterip toplam hacim 54,184 milyon Euro olsa da 2016 yılında yine 49,466 milyon Eurolara kadar gerilemiştir. Bu aralıkta yine yüksek yüzdeli bir düşüş yaşanmış ve takvimler 2017 yılını gösterdiğinde toplam hacim 37,284 milyon Euro olarak kaydedilmiştir. 2018 yılı verilerine göre ise toplam işlem hacmi 49,348 milyon Euro ve bu hacmi oluşturan aktif şirketlerin sayısı yalnızca 3'tür (FCI, 2019).

1.5. ULUSLARARASI FAKTÖRİNG KURULUŞLARI

Faktöringün dünyada kendine giderek büyüyen bir yer edinmesiyle birlikte pek çok olmasa da ülkeler bu tür uygulamalarının gerçekleştirilmesi adına çeşitli yasal dayanaklar oluşturmuşlardır. Bu düzenlemeler uluslararası pazarlarda faaliyet gerçekleştiren faktöring firmalarının bir araya gelerek ortak zincirler oluşturmalarına neden olmuştur. Küresel pazarda verilen faktöring servislerinde her kuruluşun her pazara hâkim olması neredeyse olanak dışıdır. Tam da bu nedenle kuruluşlar girdikleri pazarda kendilerine enformasyon sağlayacak, işlemlerin gerçekleştirildiği ülkenin diline hâkim olan, pazarda meydana gelebilecek risklerden haberdar edecek yerel faktörlerden ya da faktöring kuruluşlardan yardım alırlar. Yerel pazarda bu işlemleri gerçekleştirebilecek kişi ya da kuruluşlar arasındaki iş birliğini meydana getirebilmek için küresel pazarda faktör kuruluşların bulunduğu zincirler kurulmuştur. Bu zincirlere zincir faktör kuruluşları adı verilmektedir (Ceylan, 2003:25).

Çeşitli pazarlardaki faktöring şirketleri arasında koordinasyonu ve iş birliğini sağlayan, üyelerinin üst mercileri konumunda bulunan dört temel faktör zincir kuruluşu vardır. Bu kuruluşlardan en önemli ilk üçü; Factoring Chain International (FCI), International Factors Group (IFG), Hellers International Group (HIG) şeklinde sıralanabilir.

1.5.1. Factors Chain International (FCI)

Factors Chain International (FCI) zincir kuruluşu, Svenks Factoring of Stockholm ve Shield Factors of London şirketlerinin bir araya gelerek 1964 yılında yaptıkları iş birliği nihayetinde 1968 yılının Kasım ayında kurulmuştur (Sarioğlu, 1997:33). Factors Chain International, muadili olan faktöring şirketlerinden daha genç bir yapılanma olmasına

rağmen getirdiği yenilikler ve yaptığı farklı atılımlar International Factors Group ve Hellers International Group şirketleri karşısında küresel pazarda nispeten daha değerli bir konuma gelmiştir. Zincirin bu konuma gelmesindeki en büyük etmenlerden biri ise zincire bağlı şirketlerin ortak olarak kullandıkları muhasebe ve iletişim ağıdır. FACT adı verilen bu ağ faktöring şirketlerinin fatura, sözleşme, poliçe, senet gibi belgeleri diğer faktörlerle anlık olarak paylaşmasını sağlamaktadır. FACT sisteminin sağladığı bir diğer olanak ise sisteme yüklenen belgelerin karşılığının tek bir cinsten ifade edilebilmesidir. Bu sayede sistem maliyet, faiz, kar gibi hesaplar yapılırken kolaylık sağlar ve ek maliyetlerin ortadan kalkmasına zemin hazırlar (Ceylan, 2003:25). Opsiyonel olarak kullanılan FACT sistemine ek olarak FCI, tüm üyelerinin kullanmasını zorunlu kıldığı EDIFACTOR adında bir sistem daha kullanmaktadır. EDIFACTOR sayesinde acenteler arasındaki görüşmeler belirli kalıplara oturmuş ve arşivlenmesi kolaylaşmıştır (Sarıoğlu, 1997:33).

FCI, zincirine bağlı olan kuruluşların daima birbirileri arasında rekabet ortamı oluşturmalarına ve yeni piyasalara girmelerine ön ayak olmuştur. Zincir esas olarak, faktöring servisi sunan tüm kuruluşların zincir bünyesine katılmasına olur gözüyle bakmaktadır. Ancak tam anlamıyla üyeliğin sağlanması için halihazırda üye unvanına sahip kuruluşlarla tam üye olmak için çabalayan şirket arasında, geçen işlem yılındaki uluslararası işlem hacminin en az 5 milyon dolar olması şartı vardır. FCI üyesi şirketler faktöring kurallarını kendi içlerinde Code of International Customs (CIC) sınırları içerisinde uluslararası bir düzende sınırlamaktadırlar. FCI organizasyonel olarak üyelerin seçtiği bir yönetim kurulundan ve bir genel müdürden oluşmaktadır (Ceylan, 2003:26). Bu organizasyon içerisinde kıdemi en yüksek olan ekip FCI Konseyi'dir. Konsey zincire kayıtlı tüm üye faktöring kuruluşlarının temsilcilerinden oluşmaktadır ve genel kararları verme yetkisi bu konseyde bulunmaktadır (Sarıoğlu, 1997:33).

Factors Chain International zincirinde bulunan uluslararası faktöring kuruluşları büyüklükleri ve üye oldukları yıl sayıları göz önünde bulundurulmaksızın istihbarat konusunda ortak paydada buluşurlar. Üye kuruluşlar sahip oldukları tüm tecrübeleri ve geçmişten çıkarttıkları dersleri diğer üyelerle bu büyük zincir sayesinde paylaşırlar. Bilgilerin toplandığı bu büyük veri bankasına ulaşmak tüm üyelerin temel haklarından biridir ve özellikle sektörde yeni olan kuruluşların işine çok yaramaktadır. Zincirin üyeleri

arasında ülkelerin ve hükümetlerin sahip oldukları şirketlerin yanında Dünya Bankası'na ait şirketler de yer almaktadır. Zincir birçok ülkede yerel ve küresel pazarlarda faaliyet gösteren ticari organizasyonlar tarafından desteklenmektedir. Tüm bu aksiyonlar zincirin küresel piyasada kabul gördüğü ve içtenlikle desteklendiğini gözler önüne sermektedir. (FCI, 2019:2).

FCI bünyesinde faaliyet gösteren kuruluşlar 2018 yılı verilerine göre 1,141,741 milyon Euro yerel faktöring işlemi, yine aynı yılın verilerine göre 310,120 milyon Euro uluslararası faktöring işlemi gerçekleştirmişlerdir. Toplamda 1,562,527 milyon Euro değerinde işlem yapan FCI üyeleri dünya genelindeki tüm faktöring şirketlerinin yaptığı toplam 2,598,298 milyon Euroluk faktöring işlemlerinin yaklaşık %60'ını oluşturmaktadır (FCI, 2019:21).

1.5.2. International Factors Group (IFG)

Kayıtlara göre International Factors Group (IFG), faktöring şirketlerini tek bir çatı altında toplamayı başaran ilk ticari organizasyondur (Demir, Sipahi, 2000:3). Merkezi Brüksel'de bulunan IFG, 1960 yıllarının başlangıcında küresele piyasada faktöring kuruluşlarına destek sunmak amacıyla kurulmuştur (Weekly Digest). Üyeler, FACTER adıyla anılan komünikasyon sistemi vasıtasıyla iletişimlerini sağlamaktadırlar. IFG genel düşünce ile kıyaslandığında tek bir katı kurala sahiptir. Bu kural; IFG zincirine katılan faktöring kuruluşlarının diğer faktöring zincirlerine katılmalarının kabul edilmemesidir (Sarıoğlu, 1997:34). Buna karşın bir ülkeden sayısız üye kuruluşu kabul etmektedir.

1.5.3. Heller International Group (HIG)

Organizasyon hayatına 1920 yılında Amerika'nın Chicago eyaletinde başlayan Walter E. Heller & Company, 1964 yılında Almanya'nın Mainz kentinde Heller Faktoring – Bank A.G. faaliyetini hayata geçirmiştir. Bu hamle ile birlikte Avrupa, Amerika ve diğer kıtalardaki Heller şirketlerinin kurulması uluslararası bir zincirinin oluşmasının yolunu açmıştır. 1984 yılında hisselerinin tamamını Fuji Bank'a devreden Walter E. Heller & Company bu tarihten itibaren Heller Company International (HIG) adıyla anılmaya

başlanmıştır. HIG genel merkeze bağlı şubelerin oluşturduğu bir ağ ile organize edilmektedir (Sarioğlu, 1997:34). Zincirin farklı ülkelerde farklı sayılarda üyesi vardır.

1.6. FAKTÖRİNG TÜRLERİ

Danışan firmaların ve faktöring şirketlerinin değişen ihtiyaçlarına göre faktöring servisleri de değişmektedir. Tüm faktöring uygulamalarını bünyesinde barındıran hizmetler bütününe tam servis denmektedir. Bu paket servisin içerisindeki bazı hizmetlerin bulunmamasıyla veya faktöring sözleşmesi uyarınca özel koşullar barındırmasına göre diğer faktöring türleri meydana gelmektedir (Bakır, 1999:139). Danışanların ve faktörlerin birbirinden farklı ihtiyaçlarını ortak bir kümede değerlendirilmesi amacıyla faktöring uygulamalarında çeşitliliğe gidilmiştir. Her bir faktöring şirketinin kendi uzmanlık alanı vardır. Buna ek olarak bazı faktöring şirketleri farklı uzmanlıklar barındıran departmanlara sahiptirler. Bu yüzden her faktör her sektöre hizmet veremeyebilir. Bazı faktöring kuruluşları bünyelerinde mevcut departmana sahip olsalar bile program uyumsuzluğu halinde hizmet vermeyebilirler. Fakat faktöring sözleşmesi gereği, danışan istediği servisleri pakete ekleyebilir yahut paketten çıkarabilir. Buradaki mühim hususlar danışan ve faktörün birbirileri ile anlaşması ve faktöring işlemlerini gerçekleştirecek olan tarafın danışanına tüm imkanlarını sunup, verebileceği tüm hizmet görevlerini yerine getirebilecek erginlikte olmasıdır.

Faktöring uygulamaları ana hatlarıyla faktöring işlemlerinin gerçekleştiği yer, danışanın yararlandığı servisler, faktöring sözleşmesinin tarafları, eğer ortada bir risk varsa bunun paylaşılması ya da tek bir tarafın yüklenmesi, faktöring şirketinin gizli veya açık olması gibi ölçütlerle sınıflara ayrılabilir ancak kesin olarak bir sınıflandırma yapmak çok da mümkün değildir. Çalışmanın bu kısmında genel hatlarıyla faktöring türleri sınıflandırılmaya çalışılmıştır (Ceylan, 2003:10).

1.6.1. Geri Dönülemez Tam Servis Faktöring

Bu şekildeki faktöring işlemleri genellikle uzun ömürlü olurlar. Yani danışan ile faktör arasında periyodik ve süreğen bir ilişki mevcuttur. Danışan genelde tek bir faktör ile uzun süreler çalışır ve bu çalışmanın neticesinde her danışanın sahip olmadığı imtiyazlara

sahip olur. Bu adla anılan faktöring işlemlerinde danışan bir ürün veya hizmet satışı gerçekleştirdiğinde bu satıştan doğan alacaklarını anlaşma gereğince otomatik olarak faktöre devreder. Böylece faktör işin içerisine girmiş olur.

İşlem otomatik olarak gerçekleştiği için alıcıya iletilen faturada ödeyeceği borcun faktör tarafından satın alındığı belirtilir. Danışan ile faktör arasında yapılan anlaşma gereğince ödemelerin tüm yönetimi faktöre geçmiş olur. Ancak alıcının faturada yer alan tutarı ödememesi durumunda ortaya çıkacak olan zararın tümü faktör tarafından üstlenilmiş olur. Bu zarara satıcı tarafından kaynaklanan ürün ya da hizmetin tam olmaması, kusurlu olması, gecikmesi gibi faktörler dahil değildir. Tam servis geri dönülemez faktöring işlemlerinde ödeme yapılmaması riski tamamıyla faktöre aittir (Tandoğan, 2002:255).

Faktöring, genel bağlamda alacakların temlik işlemleri olduğundan faktöring işlemleri açısından borçların nasıl ödendiği çok önemli bir husustur. Danışan ile faktör arasındaki sözleşmeler her faktöring şirketinde için değişkenlik gösterebilir. Geri dönülemez faktöring işlemlerinde borcun tahsilatı işleminin ürünlerin satışından belirli bir vade süresi sonunda gerçekleştirilmesi temin edilmektedir. Anlaşmaya konu olan bu sürece “fixed maturity period” yani sabit vade adı verilmektedir (Ceylan, 2000:127). Sabit vade süresi hesaplanırken öncelikle satıcı firmanın defterleri incelenir ve satıcının borçları tahsil etmesi ortalama bir şekilde hesaplanmaktadır. Ortalama tahsil süresine binaen temlik edilen borçlardan toplam masraf tutarı ayrı tutularak temin edilen vade süresinde firmaya ödeme yapılmaktadır. Bu metotla birlikte faktör danışanına ödeme yapabilmek için tüm borçları tahsil etmek durumunda kalmamaktadır. Bunun nedeni bazı danışanlara temin edilen vade süresinden önce bazı danışanlara da vade süresinin bitiminden itibaren ödeme yapılmasıdır. Bu husus incelenirken ortalama tahsil süresinin sabit bir vade sürecini oluşturduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Sabit vade süresine sahip sözleşmeler, danışanlara düzenli bir nakit akışı imkânı sunduğundan firmalara çok fazla yararı olmaktadır.

Küçük veya orta boy işletmeler ve henüz gelişim aşamasında olan işletmeler sınırlı sermaye kaynaklarına sahip oldukları için nakit akışının düzenli olması şirket büyümesi açısından çok önemlidir. Sabit vadeli sözleşmeler akışın önüne geçen engelleri ortadan kaldırdığı için işletmelere ne denli faydalı olduğu açık bir biçimde anlaşılabilir. Ayrıca faktöring şirketi opsiyonel olarak danışanına ara ödemeler de yapabilir. Ödemenin

gerçekleşmesi tamamen faktöring şirketinin yaptığı tahsilata bağlıdır. Her pazar ortalama tahsilat süresi hesaplamak için uygun olmayabilir. Bu duruma örnek olarak turizm pazarını vermek doğru olacaktır. Mevsimlik dinamiklere sahip olan bir pazar olduğu için tahsilat süreleri de düzensizlik göstermektedir. Böyle durumlarda faktöring firması danışanına ancak tahsilat aldığı dönemlerde nakit akışı sağlayabilmektedir (Ceylan, 2003:11). Sonuçlar arasında ürün satışı yapan veya hizmet veren şirketin maddi darboğazlara girmesi olasıdır.

Geri dönülemez tam faktöring işlemleri farklı kaynaklarda gerçek faktöring olarak da değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeye göre faktöring şirketinin, faktöring uygulamalarının barındırdığı tüm işlemleri yerine getirdiği halde gerçek faktöring yani tam hizmet faktöringi yaptığı söylenmektedir. Günümüzde tüm servisleri barındıran ve faktöringin esaslarını meydana getiren faktöring şekli budur. Farklı kaynaklar bunu Amerikan tipi faktöring olarak da adlandırmaktadır. Burada esas olay borcun ödenmemesi riskini tamamıyla faktöring şirketinin üstlenmesidir. Bu tarzda yapılan uygulamalar yaygınlaşmış ve gelişmiş faktöring biçimini oluşturmaktadır. Gerçek faktöring yapmanın esas şartı faktöring işlemlerini yapan şirketin ürün veya hizmet sağlayıcılarını ve bunların müşterilerini çok iyi derecede bilmesi, yani istihbarat ağlarının yüksek seviyelerde olmasıdır (Küçükkoçaoğlu, 2006:42).

Tam faktöring işlemlerinin diğer bir özelliği de sözleşmede belirlenen sınırlar içerisinde alacaklarının temlikini yaptırarak danışanın isteği üzerine alacak tutarının belirli bir oranını, bu oran genellikle %60 ila %80 arasında olmaktadır, anında nakit olarak temin edilebilmesidir (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:87).

Özetle geri dönülemez tam faktöring uygulamalarında belirli bir fiyatlandırma, komisyon ve faiz karşılığında henüz vadesi bulunan borçların ödenmemesi riskinin faktör tarafından üstlenilmesi, temlik edilen alacakların yerine bir fon sağlanması, hesap defterlerinin düzenlenmesi ve alacakların takip edilmesi, borçlu tarafa alacakların faktöre satıldığına bildirilmesi, borçların tahsil edilmesi işlemleri yapılmaktadır.

1.6.2. Geri Dönülebilir Tam Servis Faktöring

Tam servis geri dönülemez faktöring ile aralarındaki en büyük fark faktöring şirketinin sadece borçların tahsilatı ve nakit akışı desteğini verip borcun ödenmeme riskinin

kendi sorumluluğu altına almamasıdır. Yani bu işlem türünde faktör danışanına hesap defterini tutma ve düzenleme, borçları tahsil etme ve nakit akışı sağlama gibi hizmetleri yerine getirirken borçların ödenmemesi riskini sorumluluğu altına almaz (Tandoğan, 2002:25).

Diğer türde olduğu gibi bu türde de faktöring şirketi danışanın belirli bir vadesi olan alacaklarını temlik eder ve danışanına ön ödeme yaparak nakit akışını sağlar. Sözleşmede belirtilen sınırlar dahilinde bu hizmette de anında nakit desteği mevcuttur. Ancak geri dönülemez olduğu için danışanın müşterisinden alacaklarının büyük bir kısmı yerine daha cüzi bir kısmını hızlıca elde edebilmektedir. Faktöring şirketi temlik ettiği borçların sözleşmede belirtilen süre içerisinde tahsil edilememesi durumunda borcu danışanına rücu ettirmekte ve daha önceden ödemiş olduğu nakit tutarının da iade edilmesini istemektedir. Geri dönülebilir faktöring uygulamalarına faktörün danışanına ön ödeme yapmak suretiyle sağladığı nakit akışı aslında bir tür kredi olarak değerlendirilebilir. Faktör tarafından sağlanan kredinin ipotek karşılığı ise danışanın faktöring şirketine devrettiği alacaklarıdır. Burada faktörün ana görevi gerçek faktöringde olduğu gibi her şeyi yapmak değil, borçların tahsiline aracılık etmek olarak tanımlanabilir (Garzan, 2002:14).

Tam servis geri dönülebilir faktöring işlemlerinde borcun kanıtlanması için çek veya senet gibi değerli kağıtlara gerek yoktur. Faktöring işlemleri sırası fatura esaslı olarak ilerlemektedir. Diğer türlerde olduğu gibi alacakların faktöre devredildiği, dolayısıyla tahsilatın da faktör tarafından yapılacağı açık bir şekilde belirtilir. İşlemler son safhada borçların tamamının sözleşme şartlarında belirtilen vade içerisinde faktör tarafından tahsil edilmesiyle sonuçlanır (Öncel, 1991:47).

1.6.3. Vade Esasına Göre Faktöring

Vade esasına göre faktöring küçük ve orta boy işletmelere uygulanan, kredi sigortasına alternatif olarak gösterilen bir faktöring türüdür. Verilen hizmetler arasında borcun tahsil edilmesi ve borçların ödenmemesi riskinin üstlenilmesi vardır. Bunlara karşın vade esasına göre faktöring işlemleri paketlerinde şirketlere nakit akışı desteği sunulmaz. Tam faktöring işlemlerinden farklı olarak vade faktöringinde işletmenin istekleri doğrultusunda borç tahsilinden önce ödeme yapılması servis kapsamı dışındadır. Danışana

yapılacak ödemeler sözleşmede yer alan süreçlere göre belirlenmektedir. Bu süreçler faturada yer alan zaman, faktöre alacakların fatura kopyalarının teslim edilmesinden itibaren belirtilen süre sonu, alacaklılardan tahsilat yapıldığında ya da konfirme edilmiş alacakların zamanının geçip acze düştüğü zaman olabilmektedir (Bakır, 1999:140). Danışan vade faktöringinde faktöring firmasından ön ödeme almadığı için firmaya finansman ücreti ödemek durumunda kalmayacaktır. Sonuç olarak faktörün bu işlemlerden kazancı, alacakların tahsili üzerinden sözleşmede belirlenen orandaki komisyon tutarı olacaktır (Sarıoğlu, 1997:21).

Danışanın bu faktöring türünü seçmesindeki temel sebep kendisinden ürün veya hizmet alanlardan doğan alacaklarını zamanında tahsil etme isteğidir. Vade faktöringinde mevcut olan ve kurdan doğabilecek zararları içeren kur riski ise neredeyse tamamen danışanın sorumluluğu altında olmaktadır (Ceylan, 2003:47).

Farklı bir düşünce yapısı ile vade esasına göre faktöring, maliyet enflasyonunu kotaran bir önlem olarak tahayyül edilebilir. Vadeli işlemlerden doğan vade farkları ürün veya hizmetlerin maliyetlerini ve dolayısıyla fiyatlarını artırmakta, nihayetinde de enflasyon oranını yükseltmektedir. Faktöring işlemi için harcanan tutar vade farkından doğan tutardan daha düşük olduğundan faktöring işlemlerinin uygulanması harcamaları, bunun sonucunda da piyasa fiyatlarını aşağıya çeken bir performans sergileyecektir (İnal, 2006:55).

Vade esasına göre faktöring, borçların ödenmemesi riskinin üstlenilmesi, borçların tahsil edilmesi, hesap hareketlerinin takip edilmesi, iktisadi destek servisi verilmesi ve en önemlisi de faktörün gelişmiş enformasyon sisteminden faydalanıp muhasebe gibi karışık işlemlerden uzak durulması gibi hizmetlere ihtiyaç duyan kişi veya kuruluşlar için kullanışlı bir türdür. Fakat bu türü genellikle iktisadi yapısı kuvvetli olan, ön ödemeye ihtiyaç duymayan ve faktöre yüksek meblağlar ödemek istemeyen danışanlar kullanmaktadırlar (Sarıoğlu, 1997:21).

1.6.4. Toplu İskonto Esasına Göre Faktöring

İşlem hacmi çok yüksek ve küçük ölçekli fakat çok fazla miktarda alıcısı olan tacirlerin iş yükünü azaltmak için tercih ettikleri faktöring yöntemine toplu iskonto esasına

göre faktöring denir. Bu uygulama çerçevesinde ürün veya hizmet satışı yapan taraf müşterilerinden elde edeceği gelirlerin hepsini faktöring firmasına satar. Böylece alacaklarını toptan ve bir taraftan almış olur. Bu yöntem özellikle nakde hızlıca ulaşmak isteyen danışanlar tarafından tercih edilir. Yöntemin esasında ise faktörün danışanına sadece nakit akışı gerçekleştirilmesi yatmaktadır. Bu çerçevenin dışına çıkıldığında sunulan hizmet paketinde idari ve iktisadi destek, borçların ödenmemesi riskinin üstlenilmesi ve alacakların tahsili hizmetlerinden herhangi birisi sunulmaktadır. Ayrıca faktör satıcı üzerinde rücu hakkını da elinde bulundurmaktadır. Toplu ıskonto esasına göre faktöring, fatura ıskontosu uygulanamayan iktisadi ve idari durumlar meydana geldiğinde ya da danışan kişi ya da kurum yapısının buna elverişli olmaması halinde hizmete sunulur (Sarıoğlu, 1997:21).

Hizmet sözleşmesi kapsamında ürün veya hizmet sağlayıcısı kısa vadede tahsil edeceği borçları faktöre satar ve böylece sahip olacağı nakde hızlı bir şekilde erişir. Bu da daha fazla ürün veya hizmet sağlamasına yardımcı olur. Fatura üzerinde satıştan doğan alacakların faktöring firmasına ödenmesi hususunda bilgilendirme yapılmasına karşın yapılan işlemler geri dönülebilir faktöring uygulamaları çerçevesinde yürütülür. Faktöring şirketi borçların tahsil edilememesi durumunda oluşacak risklerden ya da borcun tahsil edilmesi işleminden mesul değildir (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:89). Bunlara ek olarak faktör yönetim kanadından da birtakım destekler sağlamamaktadır. Borçların muhasebe kayıtları, alacakların takip ve tahsil edilmesi satıcı firma tarafından faktör adına yapılmaktadır. Alacakların temlik hakkı faktörün elinde olduğundan tahsil edilen tutar da direkt olarak faktöre yönlendirilir. Faktör direkt kendisine yapılan ödemeleri periyodik olarak danışanına bildirir ve bu sayede iki taraf arasında bir koordinasyon meydana gelir. Bu da işlerin kolaylaşmasını sağlar (Toroslu, 1999:15).

1.6.5. Fatura İskontosu Faktöringi

Borçlarının tahsilatından ve borçların ödenmemesi riskinden endişe etmeyen ancak nakit akışının sürekliliğine ihtiyaç duyan danışanlar fatura ıskontosu faktöringini tercih ederler. Toplu ıskonto faktöringinden farklı olduğu nokta ise ürün veya hizmet satışı yapanlar tarafından düzenlenen fatura nüshalarında borçlulara, alacakların faktöre satıldığına dair bilgi verilmemesidir (Ergür, 1997:7). Bu sayede satıcının faktörle yaptığı iş

birliği saklı kalmaktadır. Aynı zamanda alacaklının haberdar etme zorunluluğu ortadan kalkıp faktöre devredilen alacakların tamamıyla rücu etme esasına bağlı olmasından dolayı bu faktöring türü sadece hızlı nakit elde etmek üzere kullanılmaktadır. Bazı kaynaklarda bu faktöring işlemi sırdaş veya gizli faktöring olarak da adlandırılmaktadır (Bakır, 1999:142).

Fatura iskontosu faktöringinde faktör şirket danışanının talep ettiği faturaların toplam tutarı üzerinden ya da fatura başı iskonto işlemi uygulamaktadır. Satış işlemlerinin muhasebesi danışan tarafından yapılmakta ve alacaklarını temlik ettiği faktör adına söz konusu borçların tahsilatını yapmaktadır. Sözleşme şartlarına bağlı olarak faktöring firması danışanının muhasebe defterlerini ve bu defterlere delil niteliği taşıyabilecek belgeleri talep ettiği taktirde serbestçe izleyebilmektedir.

Faktöring pazar payının yüksek bir kesimini fatura iskontosu esasına dayalı faktöring işlemlerini gerçekleştiren faktörler kapsamaktadır. Pazar içerisindeki faktörler hemen hemen aynı hizmet portföyüne sahip olduklarından rakiplerinden kendilerini ayrı tutmak için farklı yöntemler kullanırlar. Bu yöntemlerin içerisinde yeni ve yüksek teknoloji ürünlerini kullanarak küçük ve orta boy işletmeleri içine almak, yeni idari biçimleri olan piyasalara girmek, lokal genişlemeler ve ihracat ağlarını geliştirmek yer almaktadır (İnal, 2006:54).

1.6.6. Temsilci Faktöringi

Temsilci faktöringi, diğer bir adıyla acente faktöringi, danışanın borçlulardan alacaklarını faktöre temlik etmesine karşın, danışanın ya da faktöring şirketinin kurduğu bir temsilcilik tarafından yapılmasını kapsayan bir türdür. Genelde temsilci faktöringi sözleşmelerinde borçlulara, alacakların temlik edildiği ihbar edilmesi hususu bulunmaktadır. Borç sahipleri, satıcıya ya da faktöre ödeyecekleri tutarı temsilciye ödeyerek borç yükünden arınabilmektedirler (Bakır, 1999:41).

Temsilci faktöringini toptan iskonto esasından ayıran kısım, temsilci faktöringinde alacakların tahsil edilememesi riskinin koruma altına alınması hizmetinin sunulmasıdır. İşlem süresince faktöring şirketi borçların iyeliklerinin üstlenmesine karşın, iktisadi veya idari danışmanlık ya da borç tahsilatı servislerini sunmamaktadır (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:89).

1.6.7. Açık (Bildirimli) Faktöring

Bildirimli faktöring, alacakların faktöre satılması sırasında borçluya, borçlarının söz konusu işleme tabii tutulduğuna dair bilgilendirme yapıldığı faktöring türüdür. Borçlu taraf ödeyeceği miktarı vadesinde ve direkt olarak faktöre ödemektedir (Tandoğan, 2002:254).

Ürün veya hizmet satışı yapan kişi veya kurum, alıcısına düzenlediği faturada alacakların faktöre temlik edildiğini, dolayısıyla borçlunun ödeme hususunda irtibat kuracağı tarafın direkt faktör olduğunu belirtir. Fatura nüshasında ödenecek tutarın vade süresi içerisinde direkt olarak faktöring şirketine yapılmasına dair bilgilendirme notu mutlaka konulmalıdır. Açık faktöring sözleşmesi hususları göz önünde bulundurulduğunda faktöring şirketi, tarafına ödenecek borçların ödenmeme riskinin bir kısmını yahut hepsini kendi sorumluluğu altına alabilir. Ancak genellikle faktörler danışanların da riskin bir kısmını üstlendiği sözleşmeler hazırlayarak riski bölerler (DTM, 006:4).

Bu faktöring türünde borçlarının faktöre temlik edildiği konusu kendisine tebliğ edilen müşteri, borçlarının yeni muhatabı olarak faktöring şirketini görmektedir. Yükümlülüklerinin de artık alışverişi yaptığı taraf değil, faktör şirkete karşı olduğunun da bilincine varmaktadır. Bildirim açık bir şekilde yaptığı için, borçlu kişi borçlarını ilk muhatabı olan kişiye ödediğini öne sürse bile bu işlem borçlunun borçlarının silinmesine neden olmaz. Bu işlem türü genellikle geri dönüşsüz tam hizmet faktöringinde uygulamaya konulmaktadır. Bu sayede faktör alacaklarının tahsil edilememesi riskini de ortadan kaldırmaktadır (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:87).

Borçların ödenmemesi riskinin faktör tarafından üstlenildiği reel (gerçek) faktöringde, açık (bildirimli) işlemlerin kullanılmasının sebebi faktöring şirketinin üstleneceği risklerin önüne geçilmek istenmesidir (Kocaman, 1994:15).

1.6.8. Gizli (Bildirimsiz) Faktöring

Bildirimsiz faktöringde danışan mevcut kısa vadeli alacaklarını faktöring şirketine satarak kendi payına hızlı bir nakit akışı sağlamaktadır. Satışlarının muhasebe defterini kendisi tutan danışan faktöring şirketine temlik ettiği borçlarını geri dönülebilir faktöring esasına dayandırarak faktöring firmasından nakit akışı sağlamakta ve borçların tahsilatını

da faktör adına kendisi yapmaktadır. Faktöring türü bildirimsiz olduğu için borçlu kişi borçlarının faktöre temlik edildiği konusunda tebliğ edilmemektedir. Alacakları danışan kendi adına tahsil edip, faktör kuruluşu iletmektedir. Faktör ne alacaklarını tahsil edebilir ne de vadesi geçen borçlar için tebligatta bulunabilir. Bunu ancak danışanın bilgilerini kullanarak, dolayısıyla danışanın aracı tutarak, yapabilir. Danışan borçları tahsil ettiği durumda, faktör şirketle aralarındaki anlaşma gereğince hemen ya da belirli bir periyotta faktöre iletmekle yükümlüdür. Bazı sözleşmelerde faktör kuruluş, danışanın sorumluluklarını yerine getirmediği senaryolarda alacakları temlik ettiğini açıklama hakkını da kendi bünyesinde tıpkı bir sigorta olarak saklar. Borçlu taraf ise herhangi bir üçüncü şahıs ile muhatap olmadan borçlarını ilk elden teslim edip, faktör tarafından herhangi bir yaptırıma maruz kalmamaktadır. Bildirimsiz faktöring işlemlerinde borçların tahsil edilmemesi riski tamamıyla danışana aittir. Borçların tahsil edilemediği durumda ise faktöring şirketi danışanına sağladığı nakit akışından doğan avans kredi tutarını geri alamamak riskini de kendi sorumluluğu altına almış olur. Bu sebepten ötürü bildirimsiz faktöring işlemleri gerçek olmayan faktöring türünde kullanılabilir (Kocaman, 1994:16).

1.6.9. Yurtiçi (Yerel) Faktöring

Yurtiçi faktöringinde alacaklı, borçlu ve faktör aynı ülke içerisinde, dolayısıyla aynı pazar içerisinde yer almaktadır. Faktöring şirketi danışanı olan alacaklının vadeli satışlarından meydana gelen ve senetle belgelendirilmiş alacaklarını satın alarak toplam tutarın bir kısmını yahut tamamını nakit olarak danışanına sunmaktadır. Türkiye içerisinde yapılan yerel faktöring işlemleri geri dönülebilir ve geri dönülemez olarak iki gruba ayrılmaktadır (DTM, 2006:3).

1.6.10. Uluslararası (Küresel) Faktöring

Çalışmanın bu kısmına dek incelenen faktöring çeşitlerinin aksine uluslararası faktöring işlemlerinde üç yerine dört taraf bulunur. Bunların ilk iki sırasında alışverişin temelini oluşturan satıcı ve alıcı taraflar bulunmaktadır. Bazı anlatılarda bu çift ihracatçı ve ithalatçı olarak da geçmektedir. Bu taraflardan ihracatçıya danışmanlık yapan faktöre export faktör, ithalatçıya danışmanlık yapan faktöre ise import faktör adı verilmektedir.

Uluslararası faktöring işlemleri farklı ülke şirketlerinin birbiri ile olan alışverişlerinden doğan borçların takip edilmesi ve vadesinde tahsil edilmesi amacıyla uygulanan faktöring işlemleridir. Bu işlem taraflar arasındaki ticaret şeklinin ithalat ya da ihracat olmasına bakılarak, ithalat faktöringi ve ihracat faktöringi olmak üzere iki temel kola ayrılmaktadır. Uluslararası faktöring uygulamalarında sözleşmenin tarafları farklı ülkelerde bulunmaktadır ancak sistem alışlagelmiş şekilde işlemektedir. Fakat bu tür faktöring işlemlerinde ithalat işlemini gerçekleştiren şirketin de ödemeleri yaptığı banka, faktör temsilcisi ya da faktör gibi araçlardan en az biri zincire katılım göstermektedir.

Yerel faktöringe benzer şekilde temel faktöring işlem paketini oluşturan işlemler alacak yönetimi, tahsilat yönetimi ve nakit akışı yönetimi olmaktadır. Uluslararası faktöring uygulamaları göz önünde bulundurulduğunda risk adı altında değerlendirilebilecek unsurlardan en önemlisi sözleşmenin karşı tarafındaki şirketin bulunduğu ülkedir. Ülke riskleri politik riskler , sosyal riskler ve ekonomik riskler olmak üzere üç temel başlıkla nitelendirilebilir. Tüm bu risklere ek olarak ithalat işlemini gerçekleştiren firmanın ihracat yapan firmaya olan uzaklığı da bu risklerin arasında kendine yer bulmaktadır. Ülke riskini değerlendirecek olursak, ülkenin farklı sebeplerden ötürü dış borçlarını ödeyememesi veya ödemek istememesi nihayetinde meydana gelen ve diğer tüm dış borçlanma ve dış yatırımlarda karşılaşılan, yükselen döviz kuru, artan faizler, alınan büyük riskler gibi genel risklerin haricinde bir risk faktörü olduğu görülür (Sarıoğlu, 1997:16).

İhracat işlemleri sonucunda meydana gelen alacakların, şirketin bulunduğu ülkedeki bir faktöring şirketine satıldığı bu tür faktöring işlemlerinde, karşı tarafla yapılan sözleşme şartları uyarınca ihracat işlemini yapan şirkete rücu edilebilir ya da rücu edilmek şartına bağlı kalmaksızın ihraç edilen ürün veya hizmetin rayiç bedelinin Türk Parasının Kıymetini Koruma Mevzuatında belirlenmiş olan “bedel getirme” vadesinin içerisinde tahsil edilmesinden alacakları temlik eden faktöring şirketi sorumludur (İyibozkurt, 2001:543).

İçinde bulunduğumuz bugünlerde ekonomik ilişkilerin ivmeli bir şekilde gelişmesinden ötürü uluslararası faktöring iki faktörlü sistem, tek faktörlü sistem, direkt ihracat faktöringi, direkt ithalat faktöringi ve back to back faktöring olarak kendi içerisinde çeşitli dallara ayrılmaktadır.

İki Faktörlü Sistem: Farklı ülkelerde iki faktörün bulunduğu bu sistemde ithalatçı ve ihracatçı faktörler iş birliği içerisinde girerler. Bu sistemde zincir olarak adlandırılan faktör gruplarının farklı ülkelerdeki temsilcilikleri ya da üyeleri faktöring işlemlerini gerçekleştirirler (Apak, 1992:95). İkili faktör sisteminin çalışma esasları şu şekildedir (Erdemol, 1992:48);

- İhracatı yapacak tarafın ne tür bir iş yapacağı konusunda ihracat faktörü bilgilendirilir.
- İhracat faktörünün edindiği bilgiler uyarınca ithalatı yapacak olan faktörü satışı gerçekleştirilecek ürün veya hizmet, tahmini satış hacmi, ödeme koşulları, borçluların ve borç miktarlarının listesi, tahmini satış hacmi için doğacağı öngörülen faturaların ve alacakların miktarı konularında bilgilendirilir.
- İthalatı yapacak tarafın çalıştığı veya çalışacağı faktör elde ettiği bilgileri tüm detaylarıyla inceler ve nihayetinde beraber çalışmayı arzuladığı takdirde kendi koşullarını, hizmetten doğacak olan komisyon hakkının ne oranda veya ne kadar olduğunu karşı tarafa iletir.
- İhracatçı faktör ise ancak ithalatçı faktör kendi şartlarını ve komisyon tutarını bildirdikten sonra kendi şartlarını ve komisyon miktarını belirleyebilir.
- Anlaşma sağlanırsa karşılıklı olarak sözleşmeler imzalanır ve ihracatçı taraf için işler tıpkı yurtiçi satışı yapmış gibi ilerler. Aradaki tek fark asıl faturaların üzerinde yer alan temlik bilgilendirmesinin borçluyu ithalatçı faktöre ödeme yapmaya yönlendirecek şekilde olmasıdır. Ayrıyeten ithalatçı faktörün borçların takibini yapabilmesi için asıl faturaların bir kopyasının da kendisine iletilmesi gerekmektedir.
- Bu adımdan sonra ithalatçı faktör borçları takip etmek ve tahsil etmekle yükümlü olacaktır. Borçların temlikinden dolayı ithalatçı faktör ihracatçı faktöre ve ihracatı yapan tarafa karşı sorumluluk sahibidir.
- Yapılan faktöring işlemi geri dönülemeyen türden ise ihracat işlemleri ile ilgilenen faktör danışanının mevcut borçları ile onaylanması beklenen borçların detaylarını da ithalatı gerçekleştirecek olan faktöre iletir. İlgili incelemeleri yapan ithalat faktörü kendi prensipleri doğrultusunda ya kredi açarak ya da prensiplerine uyan

borçları seçerek onay işlemlerini gerçekleştirir. Bu bağlamda ihracatçı faktör de onaylanan meblağdaki tutarı danışanına iletir. İthalatı yapan faktörün üzerine düşen sorumluluk ise anlaşmazlıktan doğan durumlar haricinde ödenmeyen borç tutarını normal vade süresinde ödemektir.

- İthalatçı faktör anlaşmazlıklardan doğabilecek sorunların sorumluluğunu kendi üzerine almaz. Ancak talep edilirse bu problemlerin çözümüne katkı sağlayabilir.

Avantajlarına bakıldığında iki faktörlü sistem, ihracatçı faktörün ihracat işlemleri için hazırlanan belgelerin ne derece doğru ve geçerli olduğunu kontrol edebilmesi ve ithalatçı faktörün kendi ülkesindeki piyasayı ve alışverişini kapsayan yasaları daha doğru bilmesinin nihayetinde borç tutarının daha kolay tahsil edilmesi gibi faydalara sahiptir. Dezavantajlarına bakıldığında ise para aktarımının kayda değer bir gecikme yaşaması ve şirket defterlerine tekrar eden girdilerin bulunması riski göze çarpmaktadır.

Tek Faktörlü Sistem: Tek faktörlü sistem, iki faktörlü sisteme göre daha kısa tahsilat süreleri ve daha düşük maliyeti olması açısından ihracatçı danışanların isteği üzerine meydana gelen bir faktöring türüdür (Sarioğlu, 1997:17). Bu türde işleyiş vadesi gelmiş ödemelerin direkt olarak ihracatçı faktöre yapılmaktadır. İthalatçı faktör sistemin içerisinde olmaz ve dolayısıyla ödeme işlemlerinde de bir aracı değildir.

Tek faktörlü sistemin işleyişi ihracatı yapan firmanın ihracatçı faktörden danışmanlık istemiyle başlar. İhracatçı faktör ise ithalatçı faktöre sağlayabilecekleri azami nakit miktarını sorar. Limit tutarına göre taraflar arasında faktöring sözleşmesi yapılır. Sözleşmenin karşılıklı onaylanmasıyla birlikte ihracatçı firma ürünlerini ve ürünlerin faturalarını depodan çıkartır. Ürünler ithalatçıya sevk edilirken faturalar da ihracat işlemleri ile uğraşan faktöre sevk edilir. İkili faktör sisteminde ise bu hadise faturaların ithalatçı faktöre ulaştırılması ile gerçekleştirilir.

Bu faktöring türünde alacakların tahsil edilmesi işlemi ihracatçı faktöre aittir. Eğer ihracatçı faktör bu tahsilat işlemini 2 ay içerisinde yapamazsa tahsilat işlemi ve dolayısıyla alacaklar ithalat işlemleri ile uğraşan faktöre devredilir. Bu işlemde ihracatçı taraf mutlaka haberdar edilmektedir. Bu kademedan sonra ithalatçı faktör kendi ülkesindeki yasal tahkikatı ve tahsilat işlemlerini sürdürür. İthalat kanadındaki faktör eğer aynı vade

başlangıcından başlayarak 3 ay süre içerisinde tahsilat işlemini gerçekleştiremezse vade sonunda sorumluluğunu aldığı risk oranında ya da verdiği limit tutarı gereğince ihracatçı faktöre bir miktar ödeme yapmak durumunda kalır.

Tek faktörlü sistem yakın ülkelere ihracat yapan, yerel pazarla çok da alakadar olmayan, nakit akışında devamlılık bekleyen ve asgari maliyetle işlerini sürdürmeyi amaçlayan kuruluşlara daha yatkın olarak bulunmaktadır (Sarıoğlu, 1997:18).

Direkt İthalat Faktöriği: İthalat faktöriği türünde ihracatçı tarafa yapılan nakit alacak teminatı, ithalat işlemleriyle uğraşan faktörün diğer ülkedeki temsilcisi vasıtasıyla sunulur. Böylece ithalatı yapan taraf herhangi bir şartlı kredi kullanmaksızın alışverişini gerçekleştirebilmektedir (Seyidoğlu, 2003:436). Tam anlamıyla olmasa da ihracat faktöriği, ithalat faktöriğinin aksi olarak ele alınabilir. Sistemin ise aşağıdaki esaslar sağlandığında süregelmektedir (Garzan, 2002:13);

- İhracatçı taraf ürün veya hizmetini ithalatçı tarafa ulaştırır.
- İhracatçı, alışverişten doğan borçlara ait faturaları ithalatçı faktöre temlik eder.
- İthalatçı faktör, borçların muhasebe kayıtlarını kendi sorumluluğu altına alır ve vade süresi dolduğunda ithalatçıdan borçları ödemesini ister.
- İthalatçı taraf, borçlarının vadesi dolduğunda ödemeyi yapmakla yükümlüdür.
- İthalatçı faktör ise sözleşmede belirtilen temsilci komisyon miktarını tahsil ettiği tutardan düşerek ihracatçıya ödemeyi yapar. Sözü geçen temsilci, ihracatçı ile ithalatçı faktör arasındaki ilişkiyi sağlayan ihracatçı faktördür.

Zamanla iyi derecede yol kat eden bu faktöriği işlem türünde satıcı taraf direkt olarak alıcı tarafın işlemlerini sürdürdüğü pazardaki bir faktör ile çalışmalıdır. Böyle bir pozisyonda ihracat işlemleriyle uğraşan faktör sistem içerisinde bulunmamaktadır. Satıcının bir veya daha fazla pazara ihracat yapması ve dolayısıyla nakit akışına ihtiyaç duyması göz önünde bulundurulduğunda satıcı için en genel geçer faktöriği işlem türü direkt ihracat faktöriği olmaktadır (Sarıoğlu, 1997:19). Böylece ihracat yapan taraf hem faktöriği

işlemleri için harcadığı miktarı azaltacak hem de pek fazla bilgisi olmayan bir pazarda ithalatçı faktör sayesinde bilgi ve tecrübe kazanacaktır.

Direkt İhracat Faktöringi: İhracat yapılan ülkedeki ithalatçı faktörü kapsam dışı bırakan bir faktöring servisi türüdür. Satıcının ihracat faktöringi işlemleriyle ilgilenen faktör muhasebe kayıtlarını çift tutar. Ayrıca ihracatçı faktörün sorumlulukları arasında sağlıklı bir iletişim kurulması, nakit akış işlemlerindeki gecikmeler ve hesaplanan miktarların haricinde meydana gelebilecek ek idari külfetlerden sıyrılmak için danışanın satışından doğan alacaklarını tıpkı iç pazar işlemlerinde olduğu gibi düzenler. Bu şekilde ürün veya hizmet arzının yapıldığı pazardaki borç sahipleri ile ihracat faktörü direkt olarak iletişime geçer. Faktör danışanın talep ettiği miktara onay verebilmek için banka soruşturma raporlarına, yerel pazardan edindiği bilgilere, danışanın kredi sigortasının güvenlik sözleşmesinden doğan haklara ve kendi hesabına elde ettiği kredi sigorta poliçesine sırtını dayar (Erdemol, 1992:51). Alacakların tahsilatını ise direkt kendisi yapmaktadır. Ortaya çıkan zorluklarda ise lokal pazar içerisinde bir temsilci atanır ve bu temsilci borçların tahsilatı sorumluluğunu tamamen üstlenmiş olur. Direkt ihracat faktöringi, faktöring grubu üyeleri nezdinde işleme alındığında atanan bu faktöring temsilcisi o pazardaki üye olur. Bu temsilci kendi isteği doğrultusunda borçların riskini bölüşebilir. Üyeler nezdinde oluşan bu bağlantılar içerisinde, buldukları faktöring grubunun iç yönetmeliğine bağlı olan esaslara göre hareket ederler.

Yukarıda ifade edildiği gibi faktöring işlemleri birbirine bağımlı ya da birbirinden bağımsız olarak uygulandığında ortaya birbirinden farklı faktöring türleri çıkmaktadır. Burada esas olan, faktöring işlemlerinden bir bölümünün kapsam dışı bırakıldığı pozisyonlarda yanlış bir okuma yaparak kapsam dışı bırakılan işlemin faktöringde yeri olmadığını belirtmesidir. İncelenen faktöring türlerinin tamamı dünya üzerinde kendine yer bulmuş ve halen kullanılan ekonomik enstrümanlardır (Sarıoğlu, 1997:23).

Nihayetinde, verilen servislerin özelliklerine göre tüm faktöring unsurları ortak potada eritildiğinde ve hepsi birbirileri ile karşılaştırıldığında, tam hizmet faktöringi faktöringin sunduğu tüm imkanları sunmaktadır. Geri dönülebilir faktöring işlemi ise nakit garantisi sunma haricinde tüm olanakları ve vadeli faktöring türünün de nakit desteği haricindeki tüm servisleri kapsamaktadır. Temel olarak adlandırılacak bu türlerin

haricinde, toptan faktöring danışanına sadece nakit akışı konusunda yardımcı olurken, faktör ile aralarındaki ilişki borçlu tarafa bildirilir. Sadece faktöring danışmanlığının alacaklılara tebliğ edilip edilmemesi hususu irdelendiğinde temsilci faktöringi, gizli faktöring ve kapalı faktöring işlemleri ise “tebliğsiz faktöring” veya “sırdaş faktöring” yöntemleri olarak tanımlanmaktadır. Bunların içerisinde temsilci faktöringinde borçlu tarafa tahsilat yapılacak tarafın bir temsilci olduğu tebliğ edilirken, diğer iki faktöring türünde borçluya herhangi bir tebligat yapılmaz. Gizli faktöring işlemlerinde satıcıya yalnız nakit destek hizmeti sunulurken kapalı faktöring türünde nakit desteği ile tüm risklere karşın teminat hizmeti de sunulur.

İKİNCİ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG

2.1. TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG PİYASASININ GELİŞİMİ VE BUGÜNÜ

Dünya’da meydana gelen gelişmeler neticesinde, Türkiye de yeni finansal atılımlar yapmak için kolları sıvamıştır. Bunun neticesinde 24 Ocak 1980 yılında alınan ve 24 Ocak Kararları ile adı ile anılan kararlar doğrultusunda ekonomi politikaları da düzenlenmiştir. Kararlar doğrultusunda ekonomik düşünceler artık ihracata yoğunlaştırılmıştır. Dünya ekonomik pazarı içerisindeki rekabet hali gerek kamu gerekse bankalar tarafından çok doğru bir şekilde analiz edilmiş ve nihayetinde ihracata yönelik yeni bankacılık sistemleri, yeni ekonomik modeller, yeni mallar ve yeni iktisadi kurumlar oluşturulması için fikirler ortaya sunulmuştur. Fikirlerin akılcı olması nedeniyle herhangi bir aksamaya mahal bırakmamak adına ivedi bir biçimde uygulamaya konulmuştur.

Faktöring ise bu yeni fikirler ışığında Türk ekonomik sistemi içerisinde kendine yer bulmuştur. Yapılanmanın yeni olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması ve piyasanın dışa dönük bir hal alacağı olgusu faktöringın kendine yer etmesi için önemli ve yeterli dayanak noktaları olmuştur. Faktöringın ekonomik çevrim içerisine girmesi zamanla Türkiye için önemli hale gelmiş ve alternatif bir finansman aracı olarak kendine yer bulmuştur (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1996:20). Ticari varoluşlarını sürdürebilmek için bankaların sunduğu kredi imkanlarından faydalanmak isteyen ancak bu olanağa haiz olamayan küçük ve orta boy işletmeler açısından faktöring işlemleri çok büyük önem arz etmektedir. Dış pazarlarda olduğu gibi yerel pazarda da faktöring uygulamaları önce bankalar tarafından işleme alınmış ve ülkemizdeki diğer kuruluşlara nazaran küçük ve orta boy işletmeler açısından sıkça kullanılan bir ekonomik enstrüman olmuştur. Bankaların böyle bir işlem yelpazesini benimsemesinin başlıca nedenleri ise piyasanın nabzına yüksek derecede hâkim olmaları ve bunun getirisi olarak sahip oldukları geniş veri tabanı, şube ağlarının geniş olması, işletmelere sağladıkları kredi imkanlarının üzerinde bir tür kontrol mekanizması oluşturma emelleri ve bankaların birbirileri arasında oluşturdukları rekabet ortamı olmuştur (Sarioğlu, 1997:63).

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. Bahsi geçen Kararname'nin 3.maddesinde yer alan “mal ve hizmet satışlarından doğmuş veya doğacak alacakların temellük edilerek, tahsilinin üstlenilmesi ve bu alacaklara karşılık ödemelerde bulunularak finansman sağlanması” ibaresi ile faktöring işlemleri tanımlanmıştır. Aynı Kararname'nin devamında bu iş ile uğraşacak olan şirketlerin genel adının “ faktöring şirketleri ” olacağı da belirtilmiştir (Onursal, 2001).

Türkiye ekonomi piyasasında faktöring ile alakalı çalışmalar 1988 yılından itibaren öncelikle mevcut bankalar bünyesinde başlamıştır. Ardından uluslararası emsalleri gibi öncelikle bankaların önyak olmasıyla özgül şirketler haline geldikleri kayıtlara geçmiştir. Bu hadiselerin nihayetinde bankalardan bağımsız faktöring kuruluşları ortaya çıkmıştır. Türkiye yerel pazarında ilk faktöring uygulamasını 1988 yılının mayıs ayında İktisat Bankası kendi iç dinamikleri yardımıyla başlatmıştır. Takip eden iki sene boyunca banka faktöring işlemlerini kendi bünyesinde devam ettirmiştir. 1990 yılına gelindiğinde ise Facto Finans Alacak Alımı A.Ş. adı ile bağımsız bir oluşum olarak faktöring şirketini kurmuştur. Bu faktöring firması Türkiye kayıtlarına geçen ilk faktöring şirketi olmuştur.

Yurtiçinde ve yurtdışında faktöring işlemlerinde görülen hızlı potansiyel artışı, faktöring uygulamalarının ilerleyen dönemlerde daha çok göz önünde bulunmasını ve farklı sanayilerde kendine yer bulmasını sağlamıştır. Bu sonuçlar diğer bankaların da faktöring sistemine girmesine yol açmıştır. Facto Finans Alımı A.Ş. önderliğinde ülkenin yükselen değerlerinden biri haline gelen faktöring sektörüne Türkiye Vakıflar Bankası, Garanti Bankası, GSD Dış Ticaret, Eximbank, Finans Leasing, Vakıf Leasing ve Güneş Sigorta ortaklığıyla kurulan “Aktif Finans Faktöring” şirketi de katılmıştır. Türkiye'nin en önemli bankalarından birisi olan Türkiye İş Bankası ise 1990 yılında başlattığı hazırlık programını Temmuz 1991'de sonlandırmış ve bu büyük rakip de hem yurtiçi hem de yurtdışı faaliyetlerini sürdürmek üzere sektöre giriş yapmıştır. Tüm bu hamlelerin ardından sırası ile 1991 yılında Demir Faktöring A.Ş., Heller Faktöring A.Ş., Kapital Faktöring, Es Faktöring, Euro Faktöring ve Öz Finansman Faktöring isimli şirketler faktöring piyasasına katılmışlardır (Sarioğlu, 1997:35).

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).

Avrupa Birliği ile yapılan gümrük anlaşmasının sonuçlarından belki de en değerlisi yurtdışı faktöringine kazandırdığı ehemmiyet olmuştur. Avrupa Birliği yapısı içerisinde belirlenen miktarda kredi kullanma kaçınılmazlığı ortadan kalkmış ve bu durumun yerini bıraktığı açık hesap ve ürün karşılığı ihracat faktörlerinin kullanımının artması ihracat faktöringi işlemlerinin işlem hacminin yükselmesine neden olmuştur. Artan bu hacimden Türk menşeli faktöring şirketleri de paylarına düşeni almıştır (Ergür, 1997:42).

Hazine müsteşarlığı veri dağıtım sisteminden alınan veriler uyarınca, Türkiye’de doğan ve faaliyet gösteren faktöring firmalarının sayısı 1992 yılında 14, 1994 yılında 63 olarak kayıtlara geçmiş ancak 1994 yılında Türk ekonomisinde meydana gelen kriz neticesinde bu rakam 1995 yılında 45’e kadar gerilemiştir. Meydana gelen bu kritik sayı azalması 1996 yılında biraz olsun toparlanarak 47’ye ve bunu takip eden üç yılın neticesinde eski formunu yakalamış ve 1999 yılında 93’e çıkmıştır. Krizin meydana getirdiği tahribatin dışında, Ödünç Para Verme İşleri Hakkında 90 ve 545 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameler ve bunun nihayetinde yayımlanan Faktöring Şirketlerinin Kuruluş ve Çalışma Esasları Hakkında Yönetmeliğin bünyesindeki asgari anapara şartını kimi firmaların karşılayamaması da şirket sayısındaki azalmanın sebeplerinden olmaktadır (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 2006:21).

Takvimler 1990 yılını gösterdiğinde Türkiye’nin faktöring cirosu 100 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiştir. 1996 yılının son çeyrek raporlarına göre bu rakam 1,7 milyon dolara ulaşmıştır (Sarioğlu, 1997:1). 1996 yılı faktöring cirosunun %75’i yurtiçi faktöringden meydana gelirken, %25’i ise yurtdışı faktöring işlemlerinden elde edilmiştir.

2000’li yıllara gelindiğinde ise faktöring şirketlerinin sayıları anormal yüksek ya da anormal düşük seviyelerden kurtularak neredeyse optimum denebilecek düzeye gelmiştir. Bu yıllardan itibaren artık şirket sayısı önemini yitirmiş, ondan daha değerli olan işlem hacmi verileri gündeme gelmiştir. 2000 yılında 6 milyon dolar olan toplam işlem hacmi 2001 yılındaki ekonomik kriz neticesinde 3,7 milyon dolara kadar gerilese de krizin yaraları sarılarak sektörün arkasından gelen rüzgârla birlikte 2002 yılında 4,4 milyon dolar, 2003

yılında 6,5 milyon dolar, 2004 yılında 10.7 milyon dolar ve 2005 yılında 14 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiştir (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 2006:62).

Bu sürecin ardından beş yıllık incelemelerde bulunmak gerekirse faktöring işlem hacmi 2010 yılında 38,9 milyon Euro, 2015 yılında 39,3 milyon Euro güncellenmiş ancak ülkemizin içerisinde bulunduğu ekonomik vaziyet dolayısıyla 2016 yılında 35 milyon Euro, 2017 yılında 34,5 milyon Euro ve 2018 yılında neredeyse dip denilebilecek bir rakamla 26,9 milyon Euro olarak kayıtlara geçmiştir. Bunun temel nedenlerinden birisi de Türkiye’de kur rakamlarının giderek yükselmesi olarak ifade edilebilir (FCI, 24).

Ciro açısından bakıldığında Türkiye 2000 yılında Avrupa’da 12., Dünya genelinde ise 16. sırada kendine yer bulmuştur. Bunun temel nedeni ise büyük işletmelerin pazarda kendilerini göstermemesi ve pazarı oluşturan tarafların ekseriyetle küçük boyutlu işletmeler olması ve işlemlerde aktif olarak yer almalarıdır (DTM, 2006:7). 2004 yılı verilerini bu bağlamda incelemek gerekirse 10,7 milyon dolarlık işlem hacminin 2,1 milyonluk kısmı yurtdışı işlemlerden meydana gelirken 8.6 milyon dolarlık kısmını yurtiçi işlemler oluşturmuştur.

Türkiye ekonomisi içerisindeki yurtiçi ve yurtdışı faktöring hacimleri göz önünde bulundurulduğunda Türkiye zamanla içe dönük bir tavır sergilemiştir. 2000 yılına gelindiğinde Türkiye’nin toplam faktöring işlem hacmi incelendiğinde yurtiçi faktöring faaliyetlerinin yurtdışı faaliyetlerine oranla daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. 2001 yılından itibaren bu oran azalarak yurtdışı faktöringinde daha etkin bir karakter oluşturulmaya çalışılmıştır. Ne yazık ki 2005 yılına gelindiğinde yine bu oran artış trendine girmiş ve tekrar faktöring faaliyetleri içe dönük bir hale bürünmüştür (Şahin, 2006:54).

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 sağlamlaştırmaktadır. Fakat büyüklük açısından ivmeli bir şekilde büyüyen faktöring uygulamalarının özellik bakımından yeteri kadar gelişmediği gözlemlenmektedir. Geri dönülemez faktöring uygulamalarının mevcut işlemler bünyesinde az bir paya hasıl olması, faktöring firmalarının riske girmekten uzak durduğunun göstergelerindedir.

2.2. TÜRKİYE’DE FAKTÖRİNG’İN YERİ

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 anapara 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.

2000 yılının Kasım ayında başlayan ve 2001 yılının Şubat ayına dek sığrayan ekonomik kriz ve etkileri neticesinde, pek çok banka ticari kimlikle başvuru yapan müşterilerine kredi vermek konusunda olumsuz davranışlar sergilemiştir. Meydana gelen bu olumsuz ticaret ortamında ticari kimliğiyle bulunan kişi veya kuruluşlara nakit desteğini sağlama görevi faktöring kuruluşlarına düşmüştür. Bu hamlelerin nihayetinde pazardaki payını devamlı artıran faktöring şirketleri pek çok ticari oluşum açısından neredeyse

vazgeçilmez denilebilecek düzeyde bir iktisadi destek aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Merkez bankasının faizleri yükselttiği bu süreçlerde faktöring sektörü gerçek anlamda yüksek kar oranlarıyla yaptıkları hamleleri sürdürmüşlerdir. Bunun aksine yapılan faiz indirimlerinde ise faktöring sektöründeki kuruluşlar bu kez kar marjları bakımından olumsuz etkilere maruz kalmışlar, hatta uzun vadede firma bünyesinde yeniden yapılanma yoluna dahi gitmişlerdir. 2005 yılında faktöring sektör denetiminin Hazine Müsteşarlığına geçmesiyle birlikte Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nun tüm yetkiyi eline alması faktöring pazarında yeni bir çağın başlamasına neden olmuştur (Özdemir, 2005:209).

Faktöring işlemleri, ülkemizde ve ülkemize benzer şekilde iktisadi ve idari yönetmeliklerin zaman içerisinde pek çok kez düzenlendiği ve küresel pazarlarda da mali işlem sınırına takıldığı için yenilenmiş piyasa olanaklarına ihtiyaç duyan ülkeler için gayet elverişli ve avantajlı bir yöntem olmaktadır.

Türk yerel pazarında ihraç edilmeye uygun ürün veya hizmetlerin faktöring işlemleri açısından elverişli olması küresel faktöring işlemlerinin olgunlaşması yönünden büyük önem arz etmektedir. Bilindiği üzere Avrupa Birliği Tek Pazar Organizasyonu'nun en mühim yanlarından birisi küresel boyutlardaki ürün veya hizmet alışverişlerinde açık hesap şeklini kabul etmesidir. Bundan sebep, ihracat yapan kişi veya kuruluşlar müşterilerine ürün veya hizmetlerini açık hesap şekliyle iletirler. Bu sayede ise faktöring potansiyeli olan ihracat kalemleri hem kendilerine yeni pazarlarda yer bulmuş, hem de küresel piyasalardaki gelişmelere ayak uydurularak faktöring işlemlerinden yararlanılmıştır.

İncelenen yıl diliminde Türkiye'de faktöring piyasası ne yazık ki yeteri kadar aşama kaydedememiştir. Küresel pazardaki uygulamalara bakıldığında faktöring servisleri, ihracata dayalı ticaretin ekonomik planlamasında bulunan mühim bir çıkış kapısı konumundadır. Ancak ülkemiz ekonomisinde faktöring işlem hacminin büyük bir kısmını yerel pazarda yapılan işlemler oluşturmaktadır. Yapılan bu işlemlerde ise meydana gelebilecek risklerin sorumluluğunun alınmaması ya da farklı bir teminat kaleminin söz konusu olmaması ülkemizde yapılan faktöring işlemlerini basit kredi kullanımından öteye götürmemektedir. Yalnızca bankaların alt dallarından olan bazı firmalar faktöring

piyasaının bayrağını taşımakta ve bu firmaların işlem hacimlerinin yüksek oranda ihracat işlemlerine ait olması motivasyon unsuru olmaktadır.

Öte yandan hali hazırda faaliyet gösteren faktöring firmalarının sermayeleri büyük ölçüde banka kredilerinden meydana gelmektedir. Buradan da anlaşılabilirce üzere faktöring piyasası henüz istenilen yatırım ve anapara hedeflerine ulaşmaktan uzak, bankaların eline bakan bir konumdan kendini kurtaramamış vaziyettedir.

Faktöring servislerine benzer şekildeki banka harici iktisadi araçların ekonomik alandaki varlıklarının büyümesi, Türk ekonomik düzeni bakımından da pozitif sonuçlar doğurmaktadır. Türk ekonomisi bünyesinde yaşanan krizlerin temel sorunlarından biri de mali piyasada değişikliklerin meydana gelmemesidir. Bankaların neredeyse tüm piyasayı meydana getiren unsur olması, diğer finansal kuruluşların bankalar kadar gelişip onlar ile rekabet ortamı oluşturacak kapasitede olmaması, yerel ve küresel pazarlarda meydana gelen negatif etkili olayların ivedilikle ekonomik kriz kapısını aralamasına sebebiyet vermektedir. Faktöring işlemlerini yürüten firmaların yeter düzeye gelmemiş olması ve bununla birlikte iktisadi ve idari boşluklar meydana gelmesi durumunda bankaların kredileri durdurmaları, verilen kredileri ivedilikle geri talep etmeleri, kredi faizlerini artırmaları gibi olumsuz tutumları hızlı bir şekilde ülke ekonomisini etkileyerek pek çok mühim problemi beraberinde getirmektedir. Böyle vakaların ülke ekonomisinde oluşturduğu negatif tutumu bertaraf etmemin gerekliliklerinden biri de faktöring işlemleri gibi geniş hizmet yelpazesine sahip iktisadi enstrümanları daha çok kullanmaktır. Böylece faktöring piyasasında bulunmakta olan şirketler gelişecek, şirket sayıları artacak, küresel pazardaki işlem hacmi yükselecek ve ülke ekonomisi bu yararlardan pozitif etkilenecektir.

Küresel pazarlarda alacak garantisi, alacakların tahsilatı ve nakit akışı temelde olmak üzere faktöring servislerinin neredeyse tamamı danışanlara sunulurken Türkiye özelinde faktöring şirketleri sadece nakit akışı sağlayan finansman destekçisi olarak boy göstermektedir.

Türkiye’de faktöring servislerinden en çok faydalanan işletmeler, küçük ve orta boyutlu işletmelerdir. Kurum kültürleri geniş olan ve boyut bakımından büyük olan işletmeler ise genellikle faktöringin sunduğu hizmetleri aracı bir faktör ya da faktöring şirketi olmadan kendi imkanlarıyla elde edebilmektedirler. Buna karşın küçük ve orta

boyutlu işletmeler bu olanakları herhangi bir aracı olmaksızın sağlayamadıkları için faktöring firmalarının 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). Türk ekonomik yapı gereği işletmelerin büyük bir kısmın küçük ve orta boyutlu işletmelerden oluşmaktadır. Şirket hacimleri dolayısıyla bu tür işletmeler fonlanma ve ihracat teşviki desteklerinden faydalanmaktan güçlük çekmektedirler. Bunların üzerine bir de Gümrük Birliği uygulamaları eklendiğinde rekabet ortamı yükselmiş ve işletmelerin üzerine binen yük artmıştır. Böyle işletmelerin ticari manada hayatta kalabilmeleri ve yarışın içinde tutulabilmeleri açısından fonlama ve nakit akışı gibi mali desteklere ihtiyaç duymaktadırlar (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 2006).

2.3. TÜRKİYE'DE RAKAMLARLA FAKTÖRİNG

Türkiye faktöring sektörü, çoğunluğu küçük ve orta boyutlu işletmelerin oluşturduğu ticaret ağında Türkiye gayri safi milli hasılasında %4,5, Türkiye ihracat hacminin ise %7'lik kısmını oluşturmaktadır. Buna karşın inceleme yılı olan 2018 verilerine göre, üçüncü çeyrekte yaşanan döviz kuru problemleri ve yüksek enflasyon oranları neticesinde faktöring sektörü yalnızca %1'lik bir büyüme göstermiş ve toplamda 146,7 milyar TL işlem hacmi oluşturmuştur. 2018 yıl sonu verilerine göre faktöring sektörünün piyasadan toplayacağı alacakları 31,4 milyar TL olarak kaydedilmiş ve bu süreçte 92.422 danışana servis sağlanmıştır (Finansal Kurumlar Birliği, 2018:8).

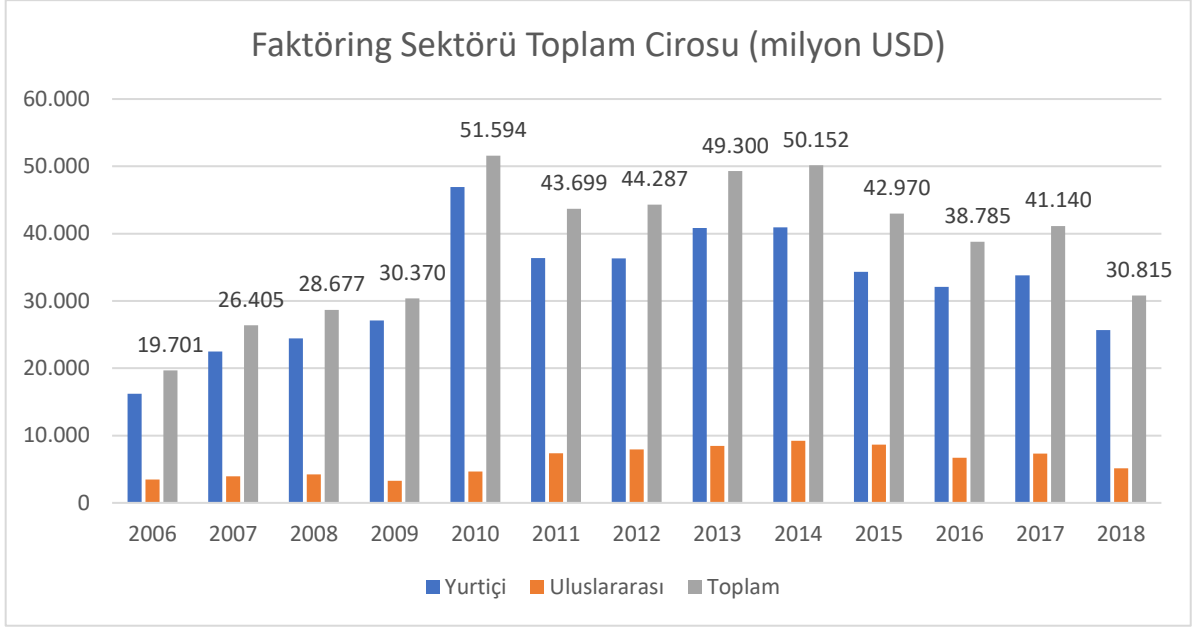
(milyon TL)	2017	2018	% Değişim
İşlem Hacmi	145.048	146.687	% 1,1
Aktif Büyüklüğü	43.712	34.608	-%20,8
Alacaklar	41.599	31.410	-%24,5
Takipteki Alacaklar	1.500	2.096	%39,8
Özel Karşılıklar (-)	1.318	1.717	%30,3
Öz kaynaklar	5.781	6.770	%17,1
Alınan Krediler	31.816	23.048	-%27,6
Net Kar	929	1.306	%40,6

Tablo 2.1: Türkiye’de Faktöring İşlem Hacminin Bir Önceki Yıla Göre Değişimi (milyon TL)

Kaynak: Finansal Kurumlar Birliği Faaliyet Raporu 2018 s.18 (Erişim Tarihi: 22.02.2021)

2018 yıl sonu verileri incelendiğinde Türkiye’de faaliyet gösteren faktöring işletmelerinin toplam aktif büyüklüğü 34,6 milyar TL olmasının yanında, sektörün öz kaynakları da %17 artış göstererek 6,8 milyar TL’ye yükselmiştir. 2018 yılı net karı ise bir önceki işlem yılına göre %40,6 gibi etkileyici bir artış göstererek 1,3 milyar TL olarak kayıtlara geçmiştir. Bu pozitif bilançonun yanında 2018 yılının getirdiği normal olmayan durumlara tepki olarak bankaların başlattığı faiz indirimi kampanyalarına yardımcı olmak suretiyle kar marjlarından vazgeçerek küçük ve orta boy işletmelerin bu dar boğazdan minimum zararlar geçmelerini sağlamak adına adımlar da atılmıştır.

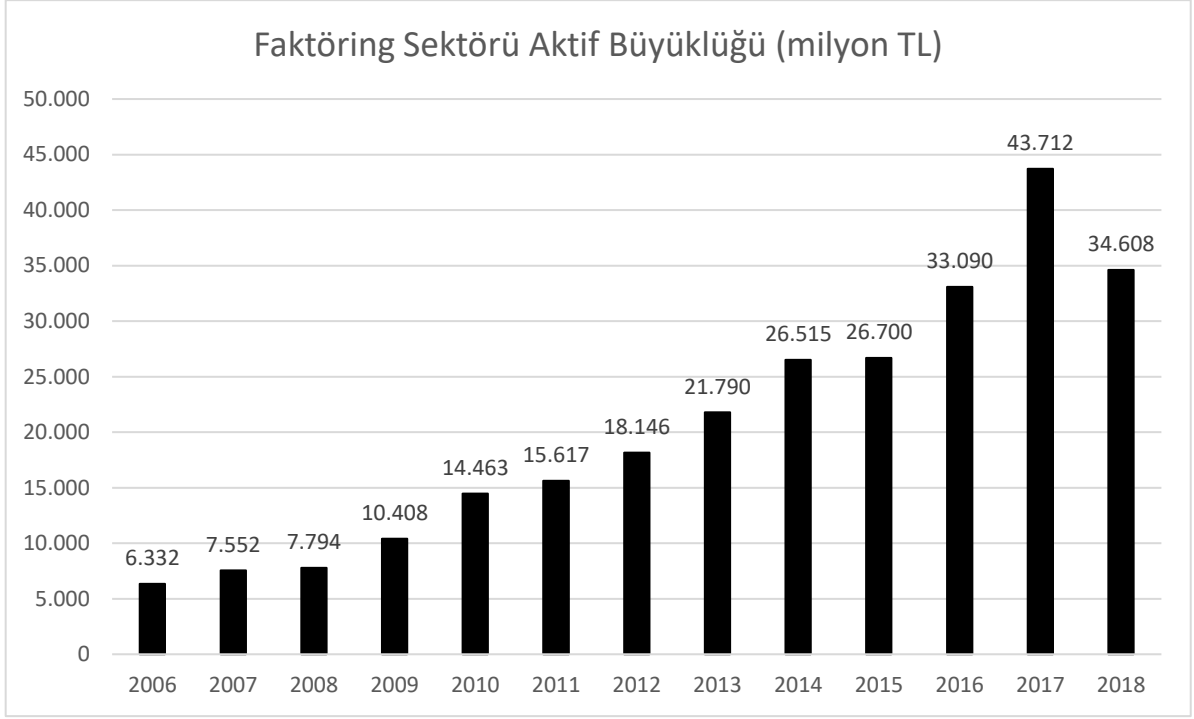
Tabloda gözlendiği üzere aktif büyüklüğünün %20,8 ve alacakların %24,5 azalmasına karşın takipteki alacaklar %39,8 almıştır. Bu da faktöring şirketlerinin neden sınırlı bir işlem hacmi büyümesi gösterdiğinin temel göstergelerindedir. Öz kaynakların sadece %17,1 artmasının nedeni ise alınan kredi oranlarının %27,6 gerilemiş olmasına rahatlıkla bağlanabilir. Tüm bu tabloya rağmen sektör 2018 işlem yılını %40,6 gibi güzel bir kar oranıyla kapatmış, Türk faktöring sektörünün ne denli başarılı olduğunu bir kez daha göstermiştir.



Şekil 2.1.: Türkiye’de Faktöring Sektörü Toplam Cirosu (milyon USD)

Kaynak: www.fkb.org.tr (Erişim Tarihi: 23.02.2021)

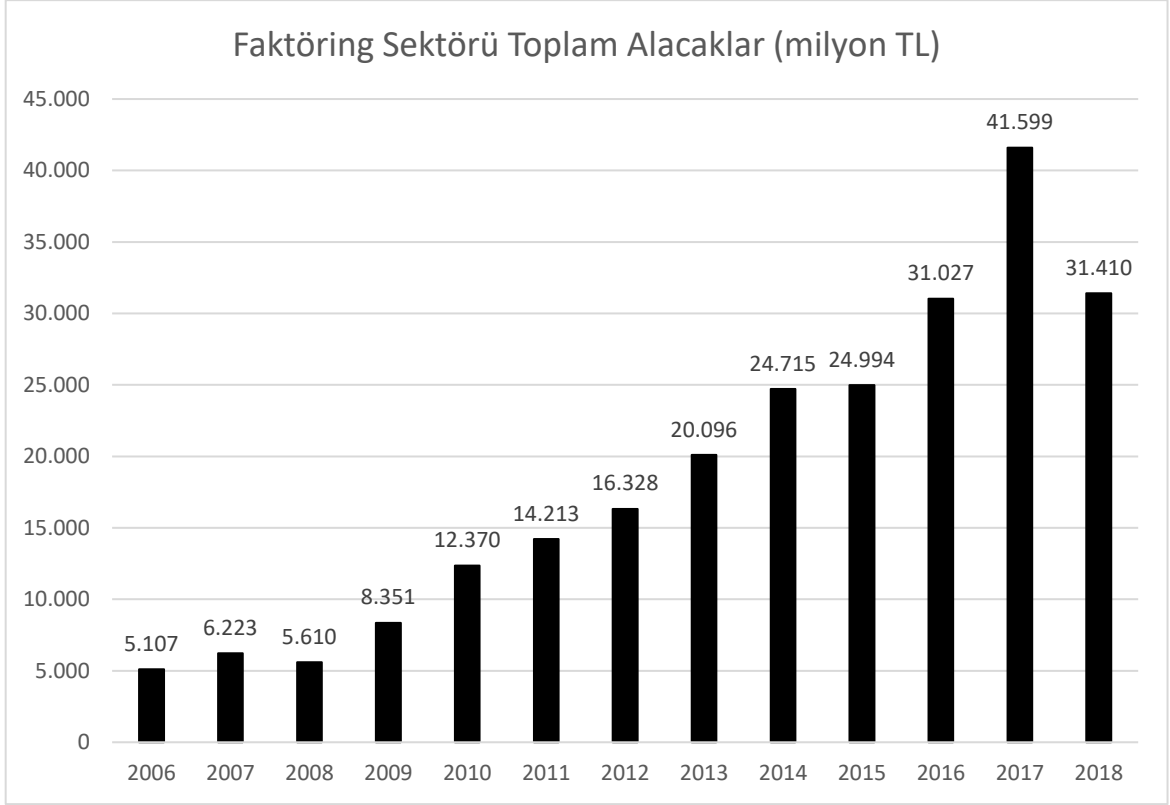
Genel itibarıyla verileri incelediğimizde, yurtiçi faktöring işlemlerinin yurtdışı faktöring işlemlerine göre çok daha yüksek oranlı olduğunu görmekteyiz. Yerel faktöring işlemleri genel toplamı yüksek oranda etkilediği için yurtiçi ile toplam verileri paralel olarak devam etmektedir. Yurtdışı faktöring verileri ise pek yüksek olmamasına karşın hatırı sayılır rakamlara ulaşmıştır. Fakat üzerine basarak söylediğimiz üzere Türk faktöring piyasasının temelini yerel pazarda yapılan işlemler oluşturmaktadır. Bu da genel itibarıyla küçük ve orta boy işletmelerin sektördeki yerine bağlıdır.



Şekil 2.2.: Türkiye Faktöring Sektörü Aktif Büyüklüğü (milyon TL)

Kaynak: Finansal Kurumlar Birliği Faaliyet Raporu 2018 s.20 (Erişim Tarihi: 04.03.2021)

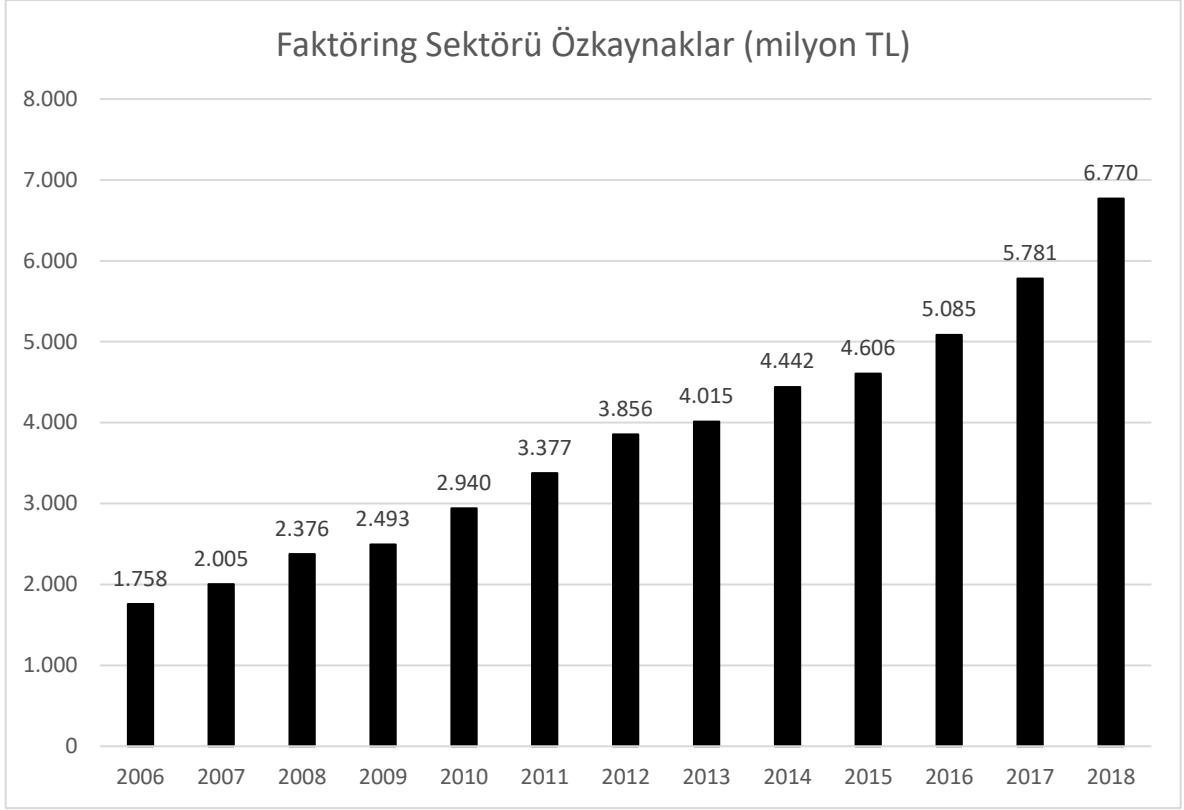
Son 12 yılın faktöring aktif büyüklüğü verilerine baktığımızda küçük düşüşler meydana gelse de genel itibarıyla bir artış gözlemlenmektedir. 2006 yılından 2017 yılına dek yükseliş devam etse de pik noktası 2017 yılında görülmüştür. 2018 yılındaki sert düşüşün sebebi ise üçüncü çeyrekte enflasyon oranlarının çok yükselmesi ve yine aynı dönemde döviz kurlarında meydana gelen hareketlilik olmaktadır.



Şekil 2.3.: Türkiye Faktöring Sektörü Toplam Alacaklar (milyon TL)

Kaynak: Finansal Kurumlar Birliği Faaliyet Raporu 2018 s.22 (Erişim Tarihi: 04.03.2021)

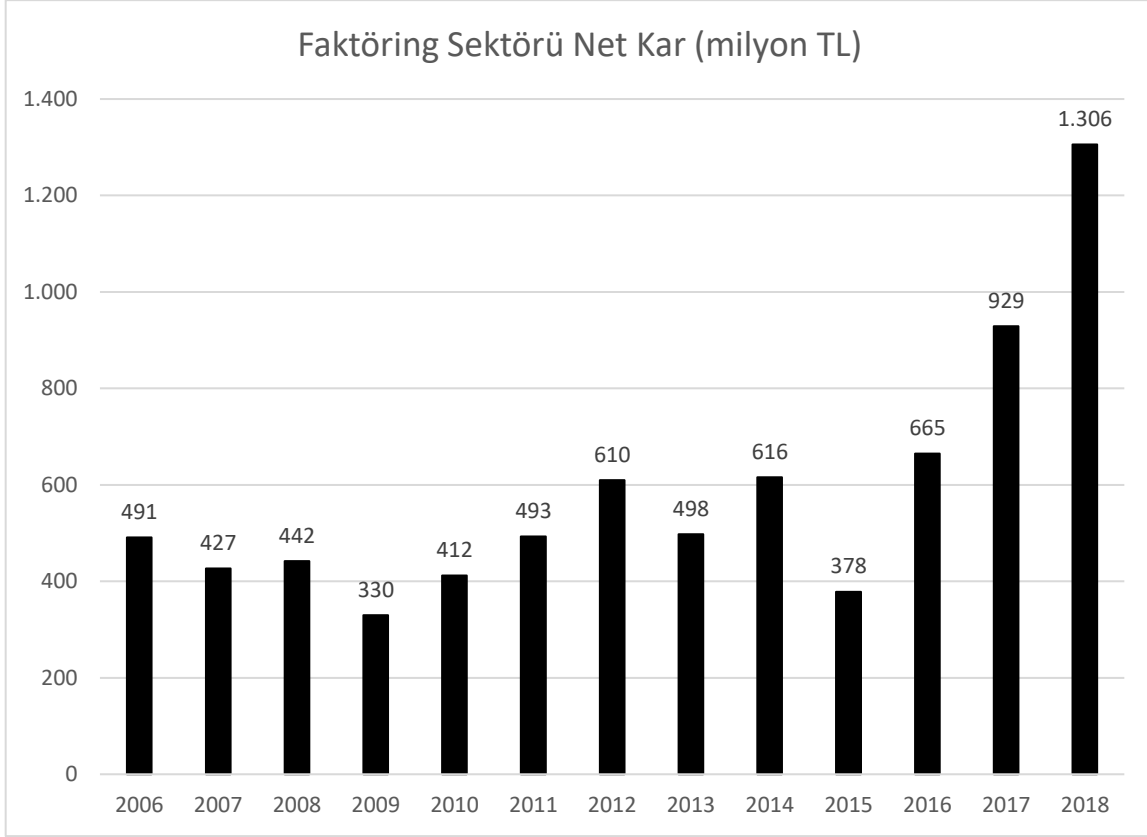
2006 – 2008 yıllarında faktöring şirketlerinin piyasadan toplayacağı borçların miktarı dalgalanma gösterse de 2009 yılından 2017 yılına kadar sürekli artış gösteren bir grafik çizmiştir. Piyasadan alacakların olması demek, danışan sayısının arttığının bir diğer göstergesidir. Bu tarih aralığında danışanlar alacaklarını faktöring şirketlerine temlik etmişlerdir ve bu da faktöring sektörünün büyümesine yardımcı olmuştur. Ancak 2018 yılına geldiğimizde alacak miktarının %20’lerde bir düşüş yaşadığını gözlemleriz. Bu veri de bize göz önünde bulundurulmuş son işlem yılı dahilinde faktöring servislerine duyulan ilginin azaldığının göstergesidir.



Şekil 2.4.: Türkiye Faktöring Sektörü Özkaynaklar (milyon TL)

Kaynak: Finansal Kurumlar Birliği Faaliyet Raporu 2018 s.24 (Erişim Tarihi: 04.03.2021)

Tüm işlem yılları göz önünde bulundurulduğunda Türk faktöring sektörü öz kaynaklarının yıllar boyunca gerek düşük oranda gerek yüksek oranda ancak her daim artış gösterdiği gözlemlenir. Tablodaki veriler göz önünde bulundurulduğunda sektörün öz kaynaklarının erimedığını ve sektörün gün geçtikçe geliştiğini söylemek yanlış olmaz.



Şekil 2.5.: Türkiye Faktöring Sektörü Net Kar (milyon TL)

Kaynak: Finansal Kurumlar Birliği Faaliyet Raporu 2018 s.26 (Erişim Tarihi: 04.03.2021)

Sektör 2006 – 2008 yılları arasında dalgalanmalı olacak bir şekilde ortalama aynı karı elde ettiyse de 2009 yılında kar miktarı son 10 yılın en düşük seviyesine gelmiştir. Bunun ardından toparlanma sürecine giren sektör takip eden üç işlem yılı boyunca marjını daha da yükseltmiştir. Fakat neredeyse periyodik hale gelen düşük devam eden yılda da meydana gelmiş ancak 2014 yılında eski kar miktarına ulaşılmıştır. Takvimler 2015 yıl sonunu gösterdiğinde ise neredeyse 2009 yılında yaşandığı gibi sert bir düşüş meydana gelmiş ve kar miktarı son on yılın en düşük ikinci konumuna ulaşmıştır. Ancak 2015 yılından incelenen son işlem yılı olan 2018'e kadar kar marjı giderek yükselmiş ve son iki yılda iki kez rekor kıran bir karlılık göstermiştir.

2.3. FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISI

2.3.1. Sektöre Girişte Temel Beklentiler

Faktöring firmaları 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 firmalar için vazgeçilemez hedeflerden olmaktadır. Kar etmeyen ya da edemeyen firmalar 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 gösterme 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 unsurda 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). Faktöring işlemlerinde para hem araç hem de amaçtır. Faktöring sektöründe kar elde etmek için öncelikle borçları ucuzdan satın almak gerekmektedir. Yani faktör çoğu zaman önüne gelen borcu ederinden de düşük bir meblağ karşılığında almak istemektedir. Buna mukabil borcun tahsilatını yaparken de rayiç bedelin azami sınırlarında dolaşarak hem borcu satın alırken hem de borcun tahsilatını yaparken kar sağlar. Bu işlem faktöre çifte kazanç sağlar. Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda işletmelerin faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerinden ilkinin; karlarını artırmak olduğu söylenebilir.

Türk finansal 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 finansman sektörü genel itibarıyla bankacılık üzerine inşa edilmiştir. Bankacılık sektöründeki yoğun rekabet ve yüksek sermaye gerekliliği, sektöre yeni aktörlerin girişini zorlaştırmaktadır. KOBİ’lerin finansmanı için önemli role sahip faktoring sektörü çeşitlilik olması açısından dünyada olduğu gibi Türkiye’de de teşvikler ile özendirilmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018:14). Bu nedenle faktoring sektörüne girmek isteyen farklı sektörlerdeki kuruluşların olduğu gözlenmektedir. Bu kuruluşların temel gayeleri bankacılık sistemiyle entegre olarak çalışan faktoring sistemine girip kendi şirketlerinin halihazırda buldukları sektörlerde olduğu gibi finans sektöründe de söz sahibi olması ya da kendi adlarını duyurması isteğidir. Ancak bu durumun finans sektöründe olabilmesi diğer sektörlerde olduğu kadar kolay değildir. Finans sektörü oldukça yüksek sermaye gerektiren, dolayısıyla yüksek meblağlarda paranın likit olarak aktarılabilceği durumlara olanak sağlayan bir sektördür. Ayrıca her ne kadar kendi sektöründe güvenilir ve iş kapasitesi yüksek bir firma olsa da finans sektöründe, dolayısıyla faktoring sektöründe, itibar sağlamak ve kendi yerini bulabilmek oldukça güçtür. Konu direkt olarak para olduğundan sektöre atılım yapmak isteyen kişi veya kuruluşların adımlarını dikkatli şekilde atmaları gerekmektedir. Buna ek olarak, faktoring şirketlerine yönelik olumsuz algının giderilmesi önem arz etmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018:29-31). Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda işletmelerin faktoring sektörüne girişteki temel beklentilerinden bir diğerinin; 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 faktoring işlemlerini sürdürebilecekleri işletmeler kurmak konusunda adımlar atmışlardır. Bu sayede hem kendilerine ek sermayeler oluşturmuşlar hem de kendi iç dolaşımlarını sürdürmeyi hedeflemişlerdir. Aynı çatı altında hem bir banka hem de bir faktoring şirketi olsun. Bankada oluşan batık krediler ya da ödenmeyen kredi kartı borçlarını yine kendi bünyesinde bulunan faktoring şirketine satan banka bu satıştan zarar etmeyecektir. Zarar etse bile zararından daha fazla tutarı faktoring araçları sayesinde geri kazanacak ve yaptığı işlemlerin neticesinde net bir karla işlemi

sonlandıracaktır. Karlılık beklentilerinin yanında hali hazırda finansman sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, faktöring sektörüne girerek mevcut markalarını güçlendirmek istedikleri görülmektedir. Finansman sektörü açısından pazarlama terimi olan tutundurma; finansman hizmeti ile ilgili olarak müşterilere müşterilerin ikna edilmesini ve finansman hizmetlerinin tercih edilmesini sağlamaya yönelik planlı ve sistematik faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir (Gümüş, 2014:228). Aşçı (2020:36-37) çalışmasında finansman sektöründe tutundurma çabalarının amaçlarını;

(i) Tüketicilerin satın almaya yönelik tutum ve davranışlarını etkilemek,

(ii) Müşteri bağlılığı oluşturmak, hizmetleri rakiplerden farklılaştırmak,

(iii) Banka hakkında kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmak,

(iv) Marka bilinirliğini arttırmak ve marka imajı oluşturmak, şeklinde sıralamaktadır.

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda hali hazırda finansman sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin faktöring sektörüne de girmesindeki temel beklentilerinden bir tanesinin, tutundurma isteği kapsamında marka bilinirliliğini arttırmak ve sektörde daha fazla söz sahibi olmak şeklinde ifade edilebilir.

2.3.2. Faktöring Sektörüne Yeni Aktörlerin Girmesinin Önündeki Güçlükler

Faktöring sektörü ana araç olarak parayı kullandığı için sektöre giriş çok cezbedicidir. Çünkü sektörde zarar etmek için çok büyük riskler almak gerekir. Eğer güvenilir ve kâr marjı nispeten düşük işlemler yapılırsa zarar durumu pek de olası değildir. Ancak sektöre girmeni bedeli diğer sektörlerle girmek için gereken anaparadan bir hayli fazladır. 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, Küçükçakal, 2019:250). Bu doğrultuda faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesinin önündeki güçlüklerin başında yüksek sermaye gerekliliği sayılabilir.

Sektöre girmek isteyen bir kesim bu nedenden dolayı dışarıda kalmaktadır. Hesaplanan minimum maliyet bile elde bulunan sermayeden görece büyük olduğu ve sermayenin yerine getirilmesi uzun sürdüğü için birçok atılımcı bu noktada elenmektedir. 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. Faktoring 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 birlikte bankaların sağladığı düşük faizli kredi imkânları faktoring sektöründe de rekabetin yoğunlaşmasına neden olmaktadır (Turkrating, 2021:4).

Rakipler gerek sermaye büyüklükleri gerekse iş akışlarının net ve periyodik olmasından dolayı sektöre girmek isteyen faktör adaylarına göz dağı vermektedir. Yılların getirisi olan marka bilinirliği, güvenilirlik, yüksek istihbarat ağı, büyük işlem hacimleri gibi köklü ve güçlü firmaların sahip olduğu nitelikler sektöre girmek isteyenlere bir hayli güç bir ortam hazırlamaktadır. Sermaye sahibi olan ve tüm bu zorlukları göze alarak sisteme giriş yapan yeni faktörleri ise bu kez bir iç dinamik karışlamaktadır, güvenilirlik. Borçlarını temlik ettirmek isteyen kişiler sözleşmelerine de bağlı olarak güven problemi yaşamamalıdır. Çünkü daha evvel bahsedildiği üzere her sözleşme anında nakit akışı sağlamaz. Bazı anlaşmalar peyderpey yapılır ve ödemeler de belirli bir düzen esasına dayanır. Kuruluşlar danışanlarını aksatmaksızın gerek işlem gerek ödeme noktasında taahhüt ettikleri gibi davranırlarsa zamanla güven kazanmak da kaçınılmaz bir olgu olacaktır. Ancak bunu elde etmek için yüksek efor harcamak gerekir. Nitekim sektörün söz sahibi ve güvenilir kuruluşları da böylesi günlere zamanlar erişmişlerdir.

Dış güvenilirlik ne kadar önemliyse iç güvenlik de faktöring şirketleri için o denli değerli bir haldedir. 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 finansal işlemlerdir. Bankalar ya da diğer önemli finansal kuruluşlar hangi esas ve usullere göre alım yapıyorlarsa bu alımlar takip edilmeli, gerekirse aynı prosedürler birebir uygulanmalıdır.

2.3.3. Faktöring İşletmelerinin Sektörü Terk Etmelerindeki Temel Sebepler

Sektör her zaman paydaşlarına beklediklerini vermeyebilir. Her sektörde olduğu gibi faktöring sektöründe de firmalar bazı zamanlarda kar ederken bazı zamanlarda zarar etmektedirler. Bu kar-zarar durumlarını dengeleyebilen firmalar olduğu gibi bu dengeyi sağlayamayıp sürekli kar ya da sürekli zarar eden firmalar da 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 faktörler de piyasadandan 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 sektörlere 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 bulunan 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

firmaların oldukça dikkat ettikleri verilerdir. Eğer bu olgularda olumsuzluk görürlerse faktörler o pazarı terk etmek durumunda olurlar (Halaç, Durak, 2013:500). Her zaman ekonomik sebepler ya da kar-zarar dengesindeki olumsuzluklar sektörden çıkma isteğini oluşturmaz. Bazen teknolojik nedenlerde bu çıkışın temellerini atan sebeplerden birisi olabilir.

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 firmalarla 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. Nihayetinde de yukarıda belirttiğimiz gibi kar grafikleri düşük bir eğri gösterir ve piyasayı terk ederler.

Tüm bunlara ek olarak sektörde işlem yapan bir şirketin zamanla oturması ve monoton bir yapıya evrilmesi, yaptığı işlerde heyecan arayan bazı kişilerin iş yapma isteklerini olumsuz yönde etkileyebilir. Yaptığı her işlemde başarılı ve hatırı sayılır bir kar elde eden faktör, işlerinin periyodik olarak ilerlemesi ve iyi miktarda kazanç elde etmesi durumunda farklı heyecanlar arayabilir. Bu arayışın nihayetinde de elindeki hazır işi devreder ve farklı sektöre atılım yapabilir. Bu atılım keyfidir, olumsuz nedeni sadece kişinin psikolojik ya da çevresel etmenlerine dayanmaktadır. Yukarıda bahsedilen etmenler genel hatlarıyla en sık karşılaşılan etmenlerdir. Bunlara olumsuz nedenlere ek olarak özel sebepler de eklenebilir. Fakat sektörden çıkmak genel çerçeveye bakıldığında pek de olumlu değildir. İçinde bulunduğumuz ortama bakıldığında bireysel borçların artması, ürün veya hizmet sağlayan kişilerin alacaklarının vadeli olması, küçük ve orta boyutlu işletmelerin nakit akışlarında problemler yaşaması sektörün işlem hacminin genişlemesini ve pazardaki

sermaye miktarlarının artmasını gerektirmektedir. Sektörden çıkış yapmanın aksine sektöre nakit girişi yapacak ve sektörün ilerlemesini sağlayacak yeni aktörlere ihtiyaç vardır.

2.3.4. Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Faydalar

Faktöring işlemleri, içerisinde bulunduğu pazarın hemen hemen tüm aktörlerine fayda sağlayacak biçimde düzenlenebilir. Burada önemli olan nokta danışanın neye ihtiyacının olduğudur. Yapılan işlemlerin sonucunda hemen hemen her zaman her iki tarafın da masadan memnun bir şekilde ayrıldığı görülür. Çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren kişi veya kuruluşlar faktöring işlemlerini oldukça cazip bulmaktadırlar. Her sektör kendi içerisinde belirli riskler barındırır ancak sektörlerin risk konusunda ortak noktası maddi risktir. Çoğu işletme vadeli alışverişler yaptığı için ürün veya hizmet sağlayan kişilerin aklında alacaklarını tahsil edememe korkusu yatmaktadır (Kırım, 1992).

Alacakların tahsilatında tabii ki problemler yaşanabilir. Borçlu kişi ya da kurum borucunu vadesinde ödeyememiş olabilir, borçlunun da alacaklı olduğu kişiler borçluya olan borçlarını ödememiş olabilirler ya da borçlu kişi tamamen iflas edip borcunu hiç ödeyemeyecek hale gelebilir. Ancak mevcut alacaklar faktöre temlik edilirse, anlaşma gereğine de uygun şekilde, alacaklı kişi borçlunun durumunu göz etmeksizin alacağına ulaşır. Böylece kişi veya kurumun mevcut olabilecek maddi risk unsuru ortadan kalkar ve bir sonraki ticaret adımını daha güvenli bir şekilde atar. Ticari anlamda dar boğazda olan ya da borçlarının vadesi gelen küçük ve orta boy işletmeler özellikle bu tür durumların mükerrer olmaması açısından faktöring şirketleri ile iş birliği yapma yoluna giderler (Erdemol, 1992:17).

Faktöring danışmanlığı alan kişiler sadece maddi riskler ortaya çıktığı zaman faktörlere başvurmazlar. Bazı zamanlarda tacirler iş konusunda çok yoğun olabilirler yahut farklı özel nedenlerden ötürü işlerine ek olarak alacaklarını takip etme hususunda zorlanırlar. İş yüklerini hafifletmek isteyen danışanlar hem alacak takibi hem de alacakların tahsilatı açısından faktöring şirketini araya koyabilirler. Bu sayede hem alacaklarını uzman bir kontrolcüye emanet etmiş olurlar hem de harcayacakları 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 kısmında 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).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: FAKTÖRİNG SEKTÖRÜNÜN YAPISINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) Teknikleri ve AHS Yöntemi

Bireyler tekil halde ya da bir araya gelip çoğunluk oluşturdukları zaman belirli bir amaç uğruna çalışmalar yürütürler. Bu çalışmalar pek çok farklı yoldan ilerleyerek nihayetinde bireyi yahut toplumu amacına ulaştırır. Amaca ulaşmak için kullanılacak yol ve yolda izlenilecek yöntemler bireyin, toplumun, organizasyonun kısacası verilen kararın etki ettiği kimselerin görüşlerine göre farklılık göstermektedir. Pek çok zaman monoton, alışlagelmiş yolları izleyen bireyler kendi düşünceleri doğrultusunda hareket etmektedirler. Bireysellikten çıkıp toplumsal ya da içinde bulunulan organizasyona bağlı olan hedeflere giden yolda bireyin bireysel düşüncelerini kullanmak yeterli olmayacaktır. Birçok kişiyi etkileyen durumlarda düşünce yerine bilime ve bilimsel verilere güvenip, onların kullanıldığı yolu izlemek en doğrusu olacaktır. İçinde bulunulan durumun ölçütlerinin ve bu durum ve ölçütlere uygun yöntemin seçilmesi olmak üzere iki ana bileşen üzerinde durmak gerekmektedir. Bu bileşenler bilimsel karar sürecinin odak noktalarıdır ve akıllıca ve mantıklı bir şekilde hareket etmeyi getirir. Bu sebeplere dayanarak doğru karar vermenin temelinde mantığın yattığı söylenebilir.

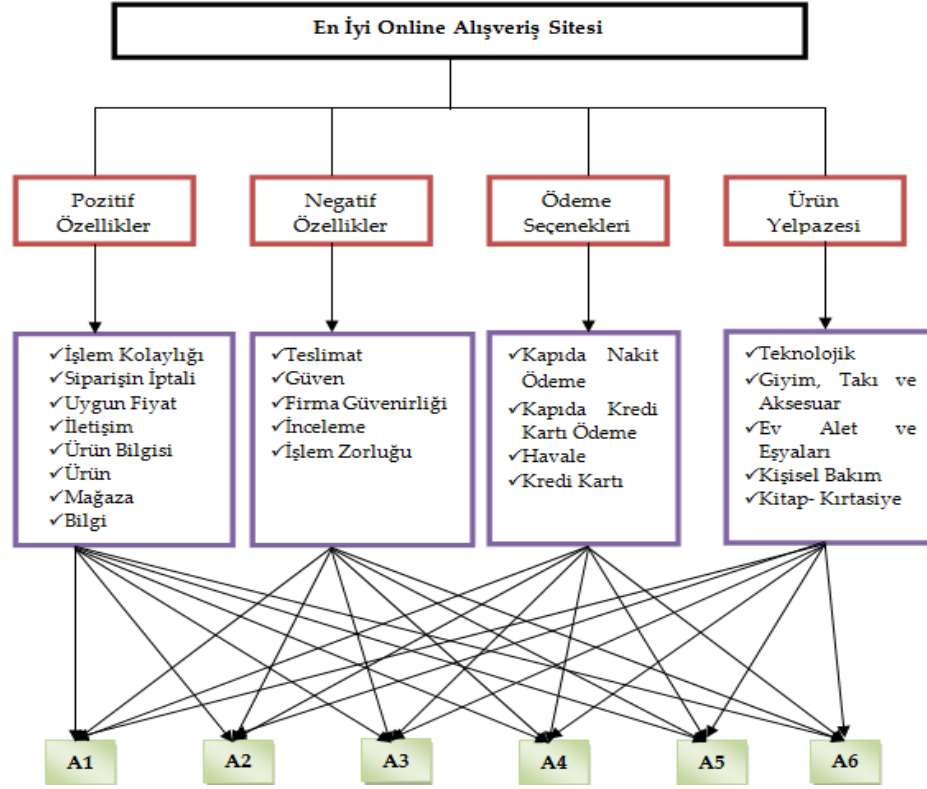
Mantık tarihte ilk kez dizgisel olarak Aristo tarafından ele alınmıştır. Aristo mantığı sembolik mantık, klasik mantık ve bulanık mantık olmaz üzere üç ana başlık halinde incelemiştir (Paksoy, 2013:9). Aristo mantığının temel konularını kavram, önerme, kıyas ve ilim-ispata teorisi oluşturmaktadır. Mantığın merkezinde ise sınıf ve bu sınıfın üyesinin arasındaki bağıntı olarak açıklanabilecek başka bir önerme meydana gelmiştir (Vural, 2002:180). Aristo'nun klasik mantığının üç temel ilkesi vardır; özdeşlik, çelişmezlik ve üçüncü halin olanaksızlığı. Bunlara ek olarak Alman filozof Leibniz yeter-sebep ilkesini eklemiştir. Bunun da ötesine gidip temel ilkelerin yeter-sebep ve çelişmezlik olarak ikiye indirgenebileceğini savunmuştur (Öner, 1969:285).

Tarih ilerledikçe ve insanoğlu geliştikçe araştırma yapan kişiler Aristo'nun dikkate almadığı mantıksal noktaların olduğunu görmüş ve yaşadıkları zamanda ortaya çıkan problemleri zamanın ruhuna uygun olarak çözmek için kullanılabilecek yeni yöntemler

keşfetme yoluna girmişlerdir. Aristo'ya göre eğer bir önerme doğru ise bunun doğruluk değeri "1" eğer yanlış ise doğruluk değeri "0" olmaktadır. Ancak bu değerler arasında herhangi bir ara değer yoktur. Bu yoksunluktan yola çıkan Zadeh, Bulanık Mantık Teorisi'ni geliştirmiştir. Bulanık Mantık Teorisi Aristo'nun klasik düşüncesini bir kenara bırakmamış, yani "0" ve "1" değerlerini korumuştur, fakat ek olarak kısmi doğru ya da kısmi yanlış denilebilmesi için 0-1 arasında değer alan önermelerin olduğunu da öne sürmüştür. Yani Bulanık Mantık Teorisi'nde doğru ve yanlışın kesiştiği bir bulanık küme mevcuttur (Paksoy, 2013:24).

Günümüzde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) adıyla anılan problemleri çözmek için araştırmacılar klasik ya da bulanık mantık esaslı çeşitli yöntemler kullanmaktadırlar. Bu yöntemler içerisinde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), Analitik Ağ Süreci (AAS), MAUT, UTA, MACBETH, PROMETHEE, ELECTRE I, TOPSIS, Amaç Programlama, Veri Zarflama Analizi opsiyonlar arasında seçim yapmak için kullanılır. Opsiyonların derecelendirilmesi için AHS, AAS, MAUT, UTA, MACBETH, PROMETHEE, ELECTRE III, TOPSIS kullanılırken, AHSSort, UTADIS, FlowSort, ELECTRE-Tri sınıflandırma, GAIA ve FS-Gaia gibi yöntemler ise tanımlama yapılmak için kullanılan yöntemlerdendir (Yıldırım, Önder, 2014:19). Bu çalışmada Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılmıştır.

Analitik Hiyerarşi Sistemi Saaty tarafından geliştirilmiş, niceliksel ne niteliksel yapıya sahip bir yöntemdir. Analitik Hiyerarşi Sistemi, çok kriterli karar verme örneklerinde kararı verecek olan kişinin sahip olduğu enformasyonu, düşüncelerini ve geçmişteki deneyimlerini karar aşamasına dahil ederek problemin çözümünü kolaylaştırmaktadır (Chena, Wang, 2010: 694-704).



Şekil 3.1.: Analitik Hiyerarşi Süreci işleyişine bir örnek; En İyi Online Alışveriş Sitesi Tercihii
Kaynak: Ömürbek, N., Şimşek A., 2014:315 (Erişim Tarihi: 06.06.2021)

AHS, yapısal olarak çok karmaşık olan problemleri oldukça basit bir düzeye indirgemektedir. Bu yöntem karar mekanizmasının sorunun tanısını koymasını ve sorunun barındırdığı öğelere ait düşüncesini geliştirmesini sağlamaktadır. AHS hedef aldığı soruna hem nesnel hem de öznel düşüncelerin karar aşamasında eklenerek çözüme ulaştırır. Karar verirken bireyin veya topluluğun gereksinimlerini esas alan, ölçülebilen yahut ölçülemeyen değişkenleri ortak paydada birleştiren matematiksel bir yöntemdir. Çoğunluğun söz sahibi olduğu karar durumları için diğer çözüm yöntemlerinden daha etkilidir (Tüzemen, Özdağoğlu, 2007:218).

3.2. Araştırma Probleminin Hiyerarşik Yapısı

Sektör raporları, faaliyet raporları şeklinde yıllık rasyolar ve geleceğe yönelik ekonomik beklentiler üzerine şekillendirilmektedir. Bu araştırmada faaliyet raporlarından

farklı olarak sektöre ilişkin genel bir çerçeve çizilmesi amaçlanmıştır. Belirlenen amaç doğrultusunda çalışmanın 2. 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 2. Bölümünde yer verilen teorik anlatılar ve devamında uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde alt kriterlere ayrılmıştır. Araştırmanın alt kriterleri Tablo 3.1.'de sunulmuştur.

Tablo 3.1.: Araştırmada Belirlenen Kriterler

Ana Kriterler	Alt Kriterler
Sektöre Girişindeki 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 ulaşmış olmak
	Müşterilerinin rekabet gücünü artırmak ve düzenli nakit akışı sağlamak

Tablo 3.1.'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.

3.3. Araştırmanın Veri Seti

Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırmanın analiz yöntemi olarak Analitik Hiyerarşi Süreci seçilmiştir. AHS yönteminde öncelikle araştırma probleminin hiyerarşik yapısı 4 ana kriter ve onların altında belirlenen alt kriterler şeklinde oluşturulmuştur. Araştırma probleminin hiyerarşik yapısına uygun olarak hazırlanan ve kriterlerin önem derecelerini belirlemeye yönelik sorular, uzman kişilere yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar analizde kullanılmıştır.

Görüşmelerin yapıldığı tarih itibariyle 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.

3.4. Araştırmanın Bulguları

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

3.4.1. Sektöre Girişteki Temel Beklentiler

Faktöring şirketlerinin sektöre girişteki temel beklentilerinin önem derecesini belirlemek amacıyla AHP yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 3.2.'de sunulmuştur.

Tablo 3.2.: 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 3.2.’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.

Faktöring şirketlerinin sektöre girişteki temel beklentilerinin önem derecesinin hesaplanmasına dair konsolide matrisi Tablo 3.3.’de sunulmuştur.

Tablo 3.3.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi

	K1	K2	K3
K1	1	2,88	3,71
K2	0,35	1	1,77
K3	0,27	0,57	1

Faktöring şirketlerinin sektöre girişteki temel beklentileri konusunda kriterlere ilişkin araştırmaya katılan 45 adet uzmanın verdikleri ağırlıklar ayrı ayrı Tablo 3.4.'den görülebilmektedir.

Tablo 3. 4.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri

	K1	K2	K3	CR Max.
Grup Sonucu	61,4%	23,7%	14,9%	1,1%
Uzman 1	73,7%	17,7%	8,5%	0,2%
Uzman 2	58,4%	28,1%	13,5%	2,7%
Uzman 3	16,3%	29,7%	54,0%	1,0%
Uzman 4	24,0%	21,0%	55,0%	1,9%
Uzman 5	54,0%	29,7%	16,3%	1,0%
Uzman 6	14,3%	57,1%	28,6%	0,0%
Uzman 7	75,1%	17,8%	7,0%	3,0%
Uzman 8	75,1%	17,8%	7,0%	3,0%
Uzman 9	54,0%	29,7%	16,3%	1,0%
Uzman 10	77,6%	10,7%	11,7%	1,0%
Uzman 11	72,7%	18,2%	9,1%	0,0%
Uzman 12	66,7%	22,2%	11,1%	0,0%
Uzman 13	68,1%	25,0%	6,9%	1,0%
Uzman 14	78,9%	10,3%	10,8%	0,2%
Uzman 15	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%
Uzman 16	41,3%	26,0%	32,7%	5,6%
Uzman 17	71,7%	6,6%	21,7%	3,9%
Uzman 18	77,9%	17,2%	4,9%	5,5%
Uzman 19	73,5%	20,1%	6,4%	4,5%
Uzman 20	62,7%	28,0%	9,4%	8,9%
Uzman 21	76,2%	18,1%	5,7%	4,5%
Uzman 22	66,1%	20,8%	13,1%	5,6%
Uzman 23	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%
Uzman 24	38,7%	16,9%	44,3%	1,9%
Uzman 25	61,4%	26,8%	11,7%	7,7%
Uzman 26	41,3%	32,7%	26,0%	5,6%
Uzman 27	72,7%	20,0%	7,3%	1,0%
Uzman 28	55,0%	24,0%	21,0%	1,9%
Uzman 29	77,6%	10,7%	11,7%	1,0%
Uzman 30	73,7%	17,7%	8,5%	0,2%
Uzman 31	60,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Uzman 32	72,7%	18,2%	9,1%	0,0%
Uzman 33	71,5%	18,7%	9,8%	0,2%
Uzman 34	63,4%	19,2%	17,4%	1,0%
Uzman 35	71,0%	15,5%	13,5%	1,9%
Uzman 36	72,7%	18,2%	9,1%	0,0%

Uzman 37	75,0%	12,5%	12,5%	0,0%
Uzman 38	69,1%	16,0%	14,9%	0,6%
Uzman 39	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%
Uzman 40	37,6%	47,4%	14,9%	5,6%
Uzman 41	48,4%	42,3%	9,2%	1,9%
Uzman 42	54,0%	29,7%	16,3%	1,0%
Uzman 43	58,2%	30,9%	10,9%	0,4%
Uzman 44	62,7%	28,0%	9,4%	8,9%
Uzman 45	40,0%	20,0%	40,0%	0,0%

3.4.2. Faktöring İşletmelerinin Sağladığı Temel Faydalar

Faktöring işletmelerinin sağladığı temel faydaların önem derecesini belirlemek amacıyla AHP yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 3.X’de sunulmuştur.

Tablo 3.5.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,2			
Grup Konsensüs Oranı: %69,6 İlimli			
Kod	Kriterler	Grup	Kategori İçi
K1	Alacak garantisi vererek ticari riski azaltmak	% 47,9	1
K2	Uzman bir kuruluş aracılığıyla takip edilmiş olmak	% 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 3.5.’de “Uzman bir kuruluş aracılığıyla takip edilmiş olmak” ile “İhtiyaç duyulan nakit miktarına daha hızlı ulaşmak” amaçları sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. “Uzman bir kuruluş aracılığıyla takip edilmiş olmak” 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 ılımlı derecede fikir birliğine sahip oldukları söylenebilir.

Faktöring işletmelerinin sağladığı temel faydaların önem derecesinin hesaplanmasına dair konsolide karar matrisi Tablo 3.6.’de sunulmuştur.

Tablo 3.6.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4
K1	1	2,36	2,67	4,03
K2	0,42	1	1,64	2,49
K3	0,37	0,61	1	2,13
K4	0,25	0,40	0,47	1

Faktöring işletmelerinin sağladığı temel faydaları konusunda kriterlere ilişkin araştırmaya katılan 45 adet uzmanın verdikleri ağırlıklar ayrı ayrı Tablo 3.7.’den görülebilmektedir.

Tablo 3.7.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri

	K1	K2	K3	K4	CR Max.
Grup Sonucu	47,9%	24,4%	17,8%	9,9%	1,2%
Uzman 1	46,8%	33,0%	14,3%	5,9%	3,0%
Uzman 2	57,3%	26,9%	11,0%	4,8%	8,0%
Uzman 3	58,2%	23,1%	12,0%	6,6%	1,0%
Uzman 4	56,5%	26,2%	11,8%	5,5%	4,3%
Uzman 5	62,0%	18,4%	9,1%	10,6%	7,2%
Uzman 6	24,6%	28,9%	17,5%	28,9%	2,2%
Uzman 7	32,9%	36,2%	22,2%	8,7%	3,2%
Uzman 8	28,9%	24,6%	28,9%	17,5%	2,2%
Uzman 9	51,1%	18,2%	14,5%	16,2%	2,9%
Uzman 10	64,6%	23,8%	5,6%	6,0%	3,4%
Uzman 11	30,2%	28,4%	33,9%	7,4%	1,7%
Uzman 12	64,1%	24,8%	5,4%	5,6%	3,8%
Uzman 13	66,2%	20,6%	6,4%	6,8%	1,1%
Uzman 14	60,6%	23,0%	8,5%	7,9%	0,6%
Uzman 15	46,3%	27,4%	19,1%	7,3%	6,8%

Uzman 16	63,7%	17,7%	9,1%	9,5%	0,3%
Uzman 17	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 18	11,1%	21,8%	55,9%	11,1%	21,4%
Uzman 19	40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Uzman 20	20,8%	8,5%	65,3%	5,4%	2,3%
Uzman 21	67,2%	21,2%	8,3%	3,3%	43,0%
Uzman 22	4,8%	4,8%	65,4%	24,9%	8,8%
Uzman 23	8,1%	18,0%	65,9%	8,1%	0,8%
Uzman 24	8,3%	4,2%	61,0%	26,4%	5,4%
Uzman 25	12,6%	15,3%	50,6%	21,5%	2,2%
Uzman 26	30,8%	35,7%	13,5%	20,0%	4,3%
Uzman 27	64,1%	24,8%	5,4%	5,6%	3,8%
Uzman 28	64,2%	21,3%	10,2%	4,3%	7,4%
Uzman 29	72,8%	13,6%	9,1%	4,5%	8,7%
Uzman 30	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 31	61,4%	20,5%	12,4%	5,8%	2,2%
Uzman 32	68,0%	16,4%	10,3%	5,3%	5,5%
Uzman 33	64,4%	15,2%	15,2%	5,2%	3,0%
Uzman 34	43,8%	36,7%	8,9%	10,6%	1,1%
Uzman 35	60,1%	12,8%	16,2%	10,8%	1,7%
Uzman 36	66,5%	13,7%	14,3%	5,5%	1,8%
Uzman 37	57,6%	22,9%	14,0%	5,5%	1,1%
Uzman 38	63,1%	14,8%	13,6%	8,5%	9,2%
Uzman 39	52,6%	18,3%	20,4%	8,7%	1,3%
Uzman 40	36,4%	38,0%	19,0%	6,6%	0,2%
Uzman 41	37,7%	29,7%	22,5%	10,0%	1,7%
Uzman 42	34,8%	38,3%	12,8%	14,2%	0,8%
Uzman 43	36,8%	36,8%	19,3%	7,0%	0,2%
Uzman 44	51,3%	26,9%	16,0%	5,9%	0,6%
Uzman 45	48,1%	29,7%	10,3%	11,9%	1,8%

3.4.3. Sektöre Yeni Aktörlerin Girmesindeki Engeller

Faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesindeki engellerin önem derecesini belirlemek amacıyla AHP yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 3.8.'de sunulmuştur.

Tablo 3.8.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,4			
Grup Konsensüs Oranı: %77,7 Yüksek			
Ko	Kriterler	Grup Sonucu	Kategori İçi
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” amacının en fazla öneme sahip faktör olduğu görülmektedir. Tablo 3.8.’de “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.

Faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesindeki engellerin önem derecesinin hesaplanmasına dair konsolide karar matrisi Tablo 3.9.’da sunulmuştur.

Tablo 3.9.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4
K1	1	2,50	3,37	4,56
K2	0,40	1	2,33	2,92
K3	0,30	0,43	1	1,59
K4	0,22	0,34	0,63	1

Faktöring sektörüne yeni aktörlerin girmesindeki engeller konusunda kriterlere ilişkin araştırmaya katılan 45 adet uzmanın verdikleri ağırlıklar ayrı ayrı Tablo 3.10.'den görülebilmektedir.

Tablo 3.10.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri

	K1	K2	K3	K4	CR Max.
Grup Sonucu	50,8%	26,2%	13,6%	9,4%	1,4%
Uzman 1	46,7%	27,7%	16,0%	9,5%	1,1%
Uzman 2	62,2%	25,3%	6,1%	6,4%	0,9%
Uzman 3	49,9%	34,4%	11,1%	4,6%	3,3%
Uzman 4	10,8%	10,8%	66,0%	12,5%	1,5%
Uzman 5	26,5%	9,2%	35,5%	28,8%	4,3%
Uzman 6	24,6%	28,9%	28,9%	17,5%	2,2%
Uzman 7	8,6%	8,6%	64,2%	18,5%	0,4%
Uzman 8	64,1%	24,8%	5,4%	5,6%	3,8%
Uzman 9	64,6%	23,9%	5,7%	5,7%	3,0%
Uzman 10	17,5%	28,9%	28,9%	24,6%	2,2%
Uzman 11	64,1%	24,8%	5,4%	5,6%	3,8%
Uzman 12	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 13	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 14	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 15	45,6%	37,3%	8,7%	8,4%	4,9%
Uzman 16	65,0%	14,8%	11,3%	8,8%	1,7%
Uzman 17	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 18	52,9%	16,5%	10,2%	20,4%	3,9%
Uzman 19	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	0,0%
Uzman 20	56,7%	27,6%	11,7%	4,0%	4,9%
Uzman 21	62,1%	24,9%	4,4%	8,6%	5,4%
Uzman 22	18,7%	47,4%	30,6%	3,3%	4,1%
Uzman 23	51,8%	18,7%	11,5%	18,0%	4,3%
Uzman 24	28,1%	36,7%	27,4%	7,7%	3,9%
Uzman 25	37,3%	33,5%	21,5%	7,8%	3,4%
Uzman 26	55,9%	10,9%	19,2%	14,0%	5,7%
Uzman 27	63,7%	17,7%	9,1%	9,5%	0,3%
Uzman 28	60,6%	23,0%	8,5%	7,9%	0,6%
Uzman 29	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 30	62,2%	21,1%	11,5%	5,2%	2,3%
Uzman 31	60,6%	23,0%	8,5%	7,9%	0,6%
Uzman 32	60,3%	25,4%	7,0%	7,2%	1,1%
Uzman 33	47,1%	30,7%	9,2%	13,0%	3,9%
Uzman 34	63,6%	17,3%	8,9%	10,3%	9,1%

Uzman 35	58,4%	21,9%	9,8%	9,8%	8,3%
Uzman 36	58,7%	23,7%	10,8%	6,8%	2,1%
Uzman 37	58,2%	26,3%	9,7%	5,8%	3,1%
Uzman 38	54,0%	21,8%	15,3%	9,0%	2,2%
Uzman 39	49,8%	27,5%	15,5%	7,2%	2,7%
Uzman 40	36,8%	36,8%	19,3%	7,0%	0,2%
Uzman 41	48,3%	27,2%	15,7%	8,8%	0,5%
Uzman 42	46,4%	30,4%	12,1%	11,1%	1,7%
Uzman 43	49,5%	29,4%	15,7%	5,4%	0,6%
Uzman 44	48,5%	35,0%	11,8%	4,7%	6,9%
Uzman 45	52,6%	28,2%	14,1%	5,1%	0,4%

3.4.4. Sektörden Ayrılma Nedenleri

Faktöring sektöründen ayrılma nedenlerinin önem derecesini belirlemek amacıyla AHP yöntemi yardımıyla hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 3.11.'de sunulmuştur.

Tablo 3.11.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması

Tutarlılık Oranı (CR): %1,5			
Grup Konsensüs Oranı: %77,8 Yüksek			
Ko	Kriterler	Grup Sonucu	Kategori İçi
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” durumunun en fazla öneme sahip faktör olduğu görülmektedir. Tablo 3.11.'de “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.

Faktöring sektöründen ayrılma nedenlerinin önem derecesinin hesaplanmasına dair konsolide karar matrisi Tablo 3.12.'de sunulmuştur.

Tablo 3.12.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4
K1	1	2,80	3,57	4,00
K2	0,36	1	2,17	2,31
K3	0,28	0,46	1	1,43
K4	0,25	0,43	0,70	1

Faktöring sektöründen ayrılma nedenleri konusunda kriterlere ilişkin araştırmaya katılan 45 adet uzmanın verdikleri ağırlıklar ayrı ayrı Tablo 3.13.'den görülebilmektedir.

Tablo 3.13.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri

	K1	K2	K3	K4	CR Max.
Grup Sonucu	51,9%	23,9%	13,5%	10,7%	1,5%
Uzman 1	64,9%	17,7%	10,7%	6,7%	2,8%
Uzman 2	64,7%	21,1%	8,7%	5,6%	6,4%
Uzman 3	69,1%	17,8%	7,9%	5,1%	4,9%
Uzman 4	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 5	40,1%	28,2%	20,6%	11,1%	1,2%
Uzman 6	30,3%	13,0%	17,8%	38,9%	5,7%
Uzman 7	10,1%	34,8%	11,7%	43,4%	3,2%
Uzman 8	17,5%	24,6%	28,9%	28,9%	2,2%
Uzman 9	14,2%	12,3%	52,5%	21,0%	3,2%
Uzman 10	64,1%	24,8%	5,4%	5,6%	3,8%
Uzman 11	64,2%	21,3%	10,2%	4,3%	7,4%
Uzman 12	40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Uzman 13	64,2%	21,3%	10,2%	4,3%	7,4%
Uzman 14	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 15	65,8%	14,0%	9,1%	11,2%	1,5%

Uzman 16	60,6%	23,0%	8,5%	7,9%	0,6%
Uzman 17	63,6%	16,1%	14,2%	6,1%	6,5%
Uzman 18	65,1%	22,9%	5,9%	6,1%	2,4%
Uzman 19	62,9%	15,3%	9,3%	12,5%	8,6%
Uzman 20	33,8%	27,0%	15,4%	23,7%	7,9%
Uzman 21	11,9%	59,3%	5,0%	23,8%	3,1%
Uzman 22	39,6%	30,5%	25,7%	4,2%	7,0%
Uzman 23	68,1%	5,2%	21,9%	4,9%	9,4%
Uzman 24	37,3%	27,5%	6,2%	29,0%	3,4%
Uzman 25	62,2%	19,7%	11,4%	6,7%	5,1%
Uzman 26	39,4%	22,6%	14,1%	23,9%	6,8%
Uzman 27	37,4%	45,8%	8,4%	8,4%	0,8%
Uzman 28	62,2%	21,1%	11,5%	5,2%	2,3%
Uzman 29	64,8%	12,8%	13,2%	9,2%	6,6%
Uzman 30	58,2%	14,8%	15,3%	11,8%	5,2%
Uzman 31	58,2%	26,3%	9,7%	5,8%	3,1%
Uzman 32	65,2%	14,2%	14,4%	6,3%	1,9%
Uzman 33	62,9%	24,2%	6,5%	6,5%	0,4%
Uzman 34	53,5%	18,8%	11,8%	15,9%	1,8%
Uzman 35	59,8%	21,0%	13,2%	5,9%	1,8%
Uzman 36	60,2%	17,2%	12,8%	9,8%	2,0%
Uzman 37	66,3%	12,5%	12,9%	8,3%	4,3%
Uzman 38	46,2%	29,9%	13,3%	10,5%	2,6%
Uzman 39	51,1%	14,5%	16,2%	18,2%	2,9%
Uzman 40	36,8%	36,8%	19,3%	7,0%	0,2%
Uzman 41	39,3%	22,1%	29,2%	9,4%	2,2%
Uzman 42	46,1%	21,8%	21,8%	10,3%	0,2%
Uzman 43	34,2%	36,4%	20,4%	9,0%	1,7%
Uzman 44	49,8%	34,8%	9,9%	5,5%	2,9%
Uzman 45	50,7%	36,0%	7,2%	6,1%	3,1%

SONUÇ VE ÖNERİLER

Faktöring, parayla ilgili bir tür takas sistemidir. Faktöring, bir işletmenin alacak kayıtlarının üçüncü bir kişiye indirimli olarak satıldığı bir tür borçlu fonu olarak tanımlanabilir. Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere faktöring işlemleri kendilerine yoğun bir uygulama alanı bulmuşlardır. Türkiye ekonomi piyasasında faktöring ile alakalı çalışmalar 1988 yılından itibaren öncelikle mevcut bankalar bünyesinde başlamıştır. Yurtiçinde ve yurtdışında faktöring işlemlerinde görülen hızlı potansiyel artışı, faktöring uygulamalarının ilerleyen dönemlerde daha çok göz önünde bulunmasını ve farklı sanayilerde kendine yer bulmasını sağlamıştır. 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.

Dolayısıyla Türkiye'deki faktöring sektörünün yapısını incelemeye yönelik çalışmaların, sektörün dinamiklerini ortaya koyabilmek adına önemli görülebilir. Bu düşünce ışığında bu çalışmanın amacı: faktöring sektörüne girişteki temel beklentilerin, faktöringin işletmelere sağladığı temel faydaların, sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engellerin ve sektörü terk etmedeki temel sebeplerin önem derecelerinin Türkiye'deki faktöring sektörü özelinde ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak; (i) faktöring sektörüne girişteki temel beklentiler, (ii) faktöringin işletmelere sağladığı temel faydalar, (iii) sektöre yeni aktörler girmesinin önündeki engeller ve (iv) sektörü terk etmedeki temel sebepler literatür taraması ve uzman görüşleri neticesinde belirlenmiş ve 4 ana başlık altında gruplandırılmıştır. Faktöring 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. Araştırmada görüşmelerin yapıldığı zaman itibarıyla her biri farklı faktöring şirketinde çalışan olmak üzere 45 uzmanın değerlendirmelerinden yararlanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, (i) faktöring sektörüne girişteki temel beklentiler, (ii) faktöringin 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 ele alındığında, 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 ulaşılmıştır.

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 orta ve küçük 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 bilgi

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 sektörlerle yönelmesi sonucunu doğurmaktadır. Çalışmanın bulgusu, sektöre ilişkin karlılık verileri ile tutarlı bir tabloyu ortaya koymaktadır. Ülkeye özgü ekonomik yapı ise aktörlerin sektörden çıkmasına neden olan bir diğer önemli faktördür. Özellikle döviz riskinin ve jeopolitik riskin yüksek olduğu Türkiye’de alacakların tahsil edilmesi ve yönetilmesi gelişmiş ekonomilere göre daha zordur. Çalışmadan elde edilen bulgu, bu durumu destekler niteliktedir. 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 gözlemek 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.

Apak, S. (1992). “Uluslararası Finansal Teknikler”, Emlak Bankası Yayınları.

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.

Ataç, K. (1991). “Bir Finansman Yöntemi: Factoring”, Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 9.

Bakır, H. (1999) “İşletmelerde İhracatın Alternatif Finansman Olanakları”, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Ceylan, A. (2003). “Finansal Teknikler”, 5.Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları.

Ceylan, A. (2000), “İşletmelerde Finansal Yönetim”, Gözden Geçirilmiş 6. Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları.

Chena, M. ve Wang, S.-C. (2010). “The critical factors of success for information market: Using analytic hierarchy process (AHP) approach”, Expert Systems with Applications, 37 (1), s.694-704.

Çalıkoğlu, A. (1986). “Factoring”, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Dergisi.

Demir, V., Sipahi, B. (2000). Satıcı Firmalar (Factor Kullanıcılar) Açısından Factoring İşlemlerinin Finansman ve Muhasebe Boyutuyla İncelenmesi, Mali Çözüm Dergisi, Sayı 53.

DTM (2006). Faktöring, Dış Ticaret Dergisi, Sayı 10.

Erdemol, H. (1992). “Factoring ve Forfaiting”, İstanbul Akbank Ekonomi Yayınları.

Ergür, O.(1997). İhracat Factoringi ve Uygulamaları, T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.

Factoring Derneği, Faktöring,

Erişim adresi: www.tbb.org.tr/duyurular/iktisat_kongresi/Ek%207%20Factoring.pdf

Garzan, M.G. (2002). Faktöring ve Türkiye’deki Uygulaması, T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.

Gümüüş,S.(2014). Bankacılıkta Pazarlama, Hiperlink Yayınları, İstanbul.

Halaç, U., 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.

İnal, Z. (2006). Faktöring Uygulamaları ve İşletmelerin Finansal Yapılarına Etkisi, T.C. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, Yüksek Lisans Tezi.

Kalkınma Bakanlığı (2018), Finansal Hizmetlerin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

Kırım, A.(1992). Faktöring-Forfaiting Semineri, İstanbul.

Kocaman, B. A. (1994). Faktöring: Genel Alacak Devir ve Satım İşlemi, Türkiye Bankalar Birliği Yayını

Kocaman, Ü. (1991). Faktöring, Vergi Dünyası, Sayı:121.

Kirman, A. (1991). Faktöringde Vergi Resim ve Harç İstisnası, Bankacılar Dergisi, Türkiye Bankalar Birliği Yayını.

Küçükkoçaoğlu, G. Leasing ve Faktöring,

Erişim Adresi: <http://www.baskent.edu.tr/~gurayk/finpazcuma8.doc>

Ömürbek, N., Şimşek, A.(2014). Analitik Hiyerarşi Süreci ve Analitik Ağ Süreci Yöntemleri ile Online Alışveriş Site Seçimi, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Sayı:22, s.306-327.

Onursal, E. (2001). “Dış Ticaretin Finansmanında Faktöring ve Faktöringin Hukuki Çerçevesi”, Dış Ticaret Dergisi, Sayı 22.

Öncel, A. (1991) “Başlangıcından Bu Yana Faktöring Sisteminin Evrimi”, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Sayı 303.

Öner, N.(1969). Mantığın Ana İlkeleri ve Bu İlkelerin Varlıkla Olan İlişkileri, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı:17, s.285-303.

Özçelik, H. ve Küçükçakal, Z. (2019). BIST’de İşlem Gören Finansal Kiralama ve Faktöring Şirketlerinin Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi İle 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.

Özdemir, Z. (2005) Dış Ticaret Finansman Tekniklerinden Faktöring ve Forfaiting İşlemleri, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:10.

Paksoy, T., Yapıcı Pehlivan, N., Özceylan, E. (2013). Bulanık Küme Teorisi, Nobel Yayınları

Parasız, İ., Yıldırım, K. (1994). Uluslararası Finansman Teori ve Uygulama: Dışa Açık Ekonomiye Giriş, 1. Baskı, Ezgi Kitabevi Yayınları.

Sarıoğlu, 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.

Seyidoğlu, H.(2001). Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama, Geliştirilmiş 4. Baskı, Güzem Yayınları.

Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası Finans, Geliştirilmiş 4. Baskı, Güzem Can Yayınları.

Şahin, C. (2006), Alacakların Yönetiminde Faktöringin Belirleyicileri ve Eskişehir’deki KOBİ’lere Yönelik Bir Uygulama, T.C. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, Yüksek Lisans Tezi.

Tandoğan, B.(2002). Risk Analizine Yönelik Finansal Tablolar Analizi ve Finansman Yöntemlerinin Değerlendirilmesi, Ankara.

Toroslu, M.V.(1999). Faktöring İşlemleri ve Muhasebesi, Beta Yayınları.

Turkrating, (2021) Haziran 2021 Faktöring Sektör Raporu, Erişim adresi <https://turkrating.com/files/uploads/factoring-sektor-raporu-haziran-2021-6351.pdf>.

Tüzemen, A., Özdağoğlu, A.(2007). Doktora Öğrencilerinin Eş Seçiminde Önem Verdikleri Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Belirlenmesi, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 21(1), s.215-232.

Vural, M.(2002). Düşünce Tarihinde Mantık: Aristoteles Mantığından Bulanık Mantığa, Kutadgu Bilig: Felsefe Bilim Araştırmaları, Sayı: 2, s.179-192.

Yıldırım, F., Önder, E. (2014). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri, Dora Yayınları, 2014.

Weekly Digest, “Factoring Definition”, BCR Publishing, Erişim Adresi: ifgroup.com/data/articles/BCR0704-factoring_definition.pdf

FCI Annual Review 2019

Finansal Kurumlar Birliği Faaliyet Raporu 2018

www.bddk.gov.tr

www.fci.nl

www.hazine.gov.tr

www.fkb.org.tr

EKLER

EK 1: Ülke ve Kıta Bazında Son 7 yılın Faktöring işlem hacimleri (milyon euro) (2018)

Ülke	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Mısır	220	450	435	537	550	418	517
Moritus	128	145	206	235	256	208	227
Fas	1,844	2,755	4,200	2,708	2,708	3,374	2,532
Güney	21,378	19,400	15,898	14,672	16,291	17,117	18,582
Tunus	357	373	355	354	373	339	316
Avustralya	49,606	40,206	42,290	41,761	47,658	47,658	54,330
Çin	343,759	378,128	406,102	352,879	301,635	405,537	411,573
Hong Kong	29,344	32,250	30,800	33,425	42,676	46,945	53,500
Hindistan	3,650	5,240	4,340	3,700	3,881	4,269	4,532
Japonya	97,210	77,255	51,072	54,184	49,466	37,24	49,348
Kore	8,000	12,343	12,713	13,094	14,142	13,094	25,645
Malezya	1,782	1,782	1,782	330	1,527	1,650	4,459
Singapur	8,670	9,970	37,840	38,900	40,500	44,000	44,000
Tayvan	70,000	73,000	56,680	52,693	47,189	49,548	41,198
Tayland	4,339	3,348	4,144	4,414	5,300	5,600	5,877
Vietnam	61	100	100	335	658	700	1,100
Ermenistan	0	62	70	75	100	120	135
Avusturya	10,969	14,110	16,400	18,264	19,621	21,091	24,107
Belçika	42,352	47,684	55,374	61,169	62,846	69,641	76,340
Belarus	0	0	0	320	330	250	380
Bulgaristan	42,352	47,684	55,374	61,169	62,846	69,641	76,340
Hırvatistan	2,269	3,146	2,498	2,885	2,825	1,340	1,094
Kıbrıs	3,350	2,823	2,671	2,414	2,925	2,830	3,585
Çekya	5,196	5,302	5,912	5,064	4,848	6,121	6,778
Danimarka	8,800	8,32	10,463	12,606	13,237	14,948	18,637
Estonya	1,877	1,899	2,010	2,010	2,495	2,495	3,600
Finlandiya	17,000	17,699	20,554	23,095	22,000	24,000	25,800
Fransa	186,494	200,459	226,598	248,193	268,160	290,803	320,409
Gürcistan	0	0	5	14	14	25	28
Almanya	157,420	171,290	189,880	2009,001	216,878	232,431	244,300
Yunanistan	12,761	12,094	13,017	12,869	12,782	13,151	14,635
Macaristan	2,676	2,661	2,827	3,779	3,635	5,730	6,911
İrlanda	19,956	21,206	25,476	25,978	23,952	26,294	26,294
İtalya	181,878	178,002	183,004	190,488	208,642	228,421	247,430
Letonya	542	592	680	867	867	720	784
Litvanya	2,488	2,763	5,550	3,150	3,100	3,000	3,660
Lüksemburg	299	407	339	339	339	339	339
Malta	240	178	296	275	275	350	554
Moldova	0	0	13	17	17	3	4
Hollanda	50,000	52,000	53,378	65,698	82,848	89,713	98,368
Norveç	18,115	16,296	17,182	18,476	21,867	22,682	25,923
Polonya	24,510	31,588	33,497	35,020	39,396	44,300	56,474
Portekiz	22,948	22,303	21,404	22,921	24,517	27,008	31,757
Romanya	2,920	2,713	2,700	3,651	4,037	4,560	5,007
Rusya	35,176	41,960	29,170	23,332	28,004	33,792	43,840
Sırbistan	950	679	306	445	555	603	350
Slovakya	1,024	1,068	1,036	1,036	1,646	1,646	2,521
Slovenya	650	626	563	329	1,000	1,200	1,400

İspanya	124,036	116,546	112,976	115,220	130,656	146,292	166,391
İsveç	33,149	30,544	28,290	26,078	20,481	20,094	19,822
İsviçre	3,000	3,100	3,832	3,832	3,832	3,832	593
Türkiye	31,702	32,036	41,229	39,310	35,085	34,575	26,894
Ukrayna	1,233	1,340	1,035	442	295	295	295
Birleşik	291,200	308,096	350,622	376,571	326,878	324,260	320,193
İsrail	1,422	1,060	3,000	2,108	3,080	3,295	2,665
Lübnan	301	352	416	508	610	662	675
Birleşik	2,900	3,500	5,020	5,350	3,831	4,000	5,500
Kanada	7,100	5,680	5,831	,530	5,609	5,392	2,280
Amerika	77,543	83,739	97,640	95,000	89,463	87,000	87,821
Arjantin	614	856	1,299	1,551	1,891	2,282	3,064
Brezilya	43,627	31,552	31,782	28,965	45,379	50,432	50,432
Şili	24,000	25,500	24,850	22,300	25,050	22,756	26,500
Kolombiya	4,562	7,076	8,985	10,333	7,630	7,655	7,142
Dominik	0	0	0	0	0	144	302
Guatemala	0	0	0	0	0	0	282
Honduras	0	0	0	22	27	27	67
Meksika	26,130	28,061	25,486	19,291	22,510	23,314	24,477
Peru	2,310	8,163	8,293	1,475	1,550	10,105	12,023
Uruguay	61	58	70	90	84	98	110

KITA	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Afrika	23,928	23,123	21,094	18,721	20,393	21,671	22,174
Asya –	616,424	634,441	648,716	596,633	555,550	657,189	695,562
Avrupa	1,298,680	1,353,742	1,462,510	1,556,977	1,592,988	1,701,939	1,829,142
Orta Doğu	4,698	5,000	8,498	8,028	7,583	8,019	8,840
Kuzey	84,43	89,419	103,501	100,530	95,072	92,392	90,101
Güney	101,519	101,412	103,124	86,826	104,396	117,088	121,248

Kaynak: FCI Annual Review 2019 s.24 (Erişim Tarihi: 16.12.2020)

TABLolar LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1.: Ülke Bazında Faktöring Ciroları (milyon Euro) (2018).....	24
Tablo 1.2.: Kıta Bazında Faktöring Ciroları (milyon Euro) (2018).....	24
Tablo 2.1.: Türkiye’de Faktöring İşlem Hacminin Bir Önceki Yıla Göre Değişimi (milyon TL).....	58
Tablo 2.2.: Türkiye’de Faktöring Şirketi Verilerinin Bir Önceki Yıla Göre Değişimi (milyon TL).....	59
Tablo 3.1.: Araştırmada Belirlenen Kriterler.....	76
Tablo 3.2.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması.....	78
Tablo 3.3.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi.....	78
Tablo 3.4.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri.....	79
Tablo 3.5.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması.....	80
Tablo 3.6.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi.....	81
Tablo 3.7.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri.....	81
Tablo 3.8.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması.....	83
Tablo 3.9.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi.....	83
Tablo 3.10.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri.....	84
Tablo 3.11.: Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralaması.....	85
Tablo 3.12.: Kriterlerin Konsolide Karar Matrisi.....	86
Tablo 3.13.: Katılımcıların Kriterlere İlişkin Değerlendirmeleri.....	86

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1.: Yerel Pazarlarda Faktöring Tarafları.....	15
Şekil 2.1.: Türkiye’de Faktöring Sektörü Toplam Cirosu (milyon USD).....	60
Şekil 2.2.: Türkiye Faktöring Sektörü Aktif Büyüklüğü (milyon TL).....	61
Şekil 2.3.: Türkiye Faktöring Sektörü Toplam Alacaklar (milyon TL).....	62
Şekil 2.4.: Türkiye Faktöring Sektörü Özkaynaklar (milyon TL).....	63
Şekil 2.5.: Türkiye Faktöring Sektörü Net Kar (milyon TL).....	64
Şekil 3.1.: Analitik Hiyerarşi Süreci işleyişine bir örnek; En İyi Online Alışveriş Sitesi Tercihini.....	75

ÖZGEÇMİŞ

- İLKOKUL** MERKEZ ESENKENT İLKÖĞRETİM OKULU 1998 – 2006 (MERKEZ/KARS)
- LİSE** MEHMET RAUF LİSESİ 2006 – 2011 (ATAŞEHİR/İSTANBUL)
- LİSANS** KARABÜK ÜNİVERSİTESİ 2011 – 2017 (KARABÜK)
- YÜKSEK LİSANS** KARABÜK ÜNİVERSİTESİ 2019 – (KARABÜK)