



T.C.

Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kamu Hukuku Anabilim Dalı

Maliye ve Ekonomi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LERİN MEVCUT DURUMLARININ
ANALİZİ VE TİCARİ UYGULAMALARI**

Ozan KAYMAK

Diyarbakır 2015

T.C.
Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Kamu Hukuku Anabilim Dalı
Maliye ve Ekonomi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LERİN MEVCUT DURUMLARININ ANALİZİ
VE TİCARİ UYGULAMALARI**

Ozan KAYMAK

Danışman
Doç. Dr. Cahit AYDEMİR

Diyarbakır 2015

TAAHHÜTNAME

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dicle Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “TÜRKİYE’DEKİ KOBİ’LERİN MEVCUT DURUMLARININ ANALİZİ VE TİCARİ UYGULAMALARI” adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve tez yazım kılavuzuna uygun olarak hazırladığımı taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım. Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Dicle Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin ... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

20/04/2015

Ozan KAYMAK

KABUL VE ONAY

Ozan KAYMAK tarafından hazırlanan TÜRKiYE'DEKİ KOBİ'LERİN MEVCUT DURUMLARININ ANALİZİ VE TİCARİ UYGULAMALARI adındaki çalışma, 20/04/2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda jürimiz tarafından Kamu Hukuku Anabilim Dalı Maliye ve Ekonomi Bilim Dalı, **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oybirliği ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. İrfan TÜRKOĞLU (BAŞKAN)

Doç. Dr. Ezeli AZARKAN (ÜYE)

Doç. Dr. Cahit AYDEMİR (ÜYE, DANIŞMAN)

ÖNSÖZ

Elimden geldiğince titizlikle çalışmaya gayret göstersem de eksiklikler olabileceği gerçeğini kabul ederek; çalışmamın bu konu ile ilgilenelelere ışık tutmasını ümit ediyorum. Bu çalışmadaki tüm kusur ve aksaklıkların bana ait olduğu bilinciyle; sadece tez aşamasında değil tüm yüksek lisans eğitimim süresince desteğini benden esirgemeyen, değerli vaktini bana ayırmaktan hiçbir zaman çekinmeyen, engin tecrübeleri ile bana yardımcı olmaya çalışan ve aynı zamanda tez danışmanım olan değerli hocam Doç. Dr. Cahit AYDEMİR'e özel olarak teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca; tezimin tamamlanma sürecinde daima yanımda olan değerli hocalarım Doç. Dr. İrfan TÜRKOĞLU'na, Doç Dr. Ezeli AZARKAN'a ve Çermik Meslek Yüksekokulu Müdürü Doç. Dr. Mehmet Halim BAŞKAN'a, hayatım boyunca daima yanımda olan aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ozan KAYMAK

Diyarbakır 2015

ÖZET

Türkiye’de, Devlet Planlama Teşkilatının Strateji Eylem Planlarındaki tespitine göre, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin sayısı hizmet sektörü de dâhil olmak üzere, tüm işletmelerin sayısının % 99,8’ini ve bu işletmeler de toplam istihdamın %76,7’sini oluşturmaktadır. KOBİ yatırımlarının, toplam yatırımlar içindeki payı %38’e ulaşmakta ve toplam katma değer % 26,5’i yine bu işletmelerce yaratılmaktadır.¹ Bir ulusal ekonominin gelişmişlik ölçütlerinden en önemlisi, o ülkenin istihdam kabiliyetidir. Bu verilere dayanarak Türkiye’de en çok istihdam yaratan ekonomik birimler olarak KOBİ’ler ön plana çıkmaktadır ve ülkedeki refah düzeyinin iyileştirilmesinde büyük rol oynamaktadırlar. Bu noktadan hareketle, KOBİ’lerin Türkiye Ekonomisi için çok önemli birimler olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada; öncelikle Türkiye’deki KOBİ’lerin tanımlanması ile dünyadaki diğer önemli ülkelerde KOBİ tanımlamalarına yer verilmiştir. KOBİ’lerin avantaj ve dezavantajları ile KOBİ’lerin Türkiye Ekonomisi için önemine değinilmiştir.

Türkiye’deki sanayi yapısı içinde KOBİ’lerin buldukları durumlar ile Türkiye’de KOBİ’lere verilen destekler ile bu destekleri veren kurum ve kuruluşlarla

¹ Başbakanlık devlet Planlama Teşkilatı, KOBİ Strateji Eylem Planı, <http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3078/strateji.pdf> Erişim Tarihi, 29.05.2010

birlikte, Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ’lerin karşılaştıkları sorunlar incelenmiştir. Türkiye için önem taşıyan Avrupa Birliği’ne katılım sürecinin Türkiye’deki KOBİ’lere olan etkileri de ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Dünya genelindeki teknolojik gelişmeler ile birlikte ticari ilişkiler farklılaşmıştır. Bu süreç Elektronik Ticaret’in ekonomik birimler için her geçen gün önemi artan bir uygulama olmasına neden olmaktadır. Türkiye’deki KOBİ’ler, bu değişim sürecinden büyük oranda etkilenmiştir. Teknolojideki gelişmeler nedeniyle dış ticaret ile elektronik ticaretle birlikte değerlendirilmesine neden olmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’deki KOBİ’lerin, elektronik ticaret ile dış ticaret süreçlerindeki mevcut durumları ve ticari ilişkileri incelenmiş ve bazı çözüm önerileri üzerinde durulmuştur.

Anahtar Sözcükler

KOBİ, Türkiye Ekonomisi, Elektronik Ticaret, Dış Ticaret

ABSTRACT

SMES's are the most important elements which have a role great deal in providing Goods and Serves in Turkey. The most important one of all the developmental criterias in a national economy is the capability of employment in that country. SMES's as the most productive employment providers in Turkey, have an important role in developing the welfare of country. By this way it is certain that they are very critical objects in Turkish national economy.

In this Project, descriptions of the SMES's both in Turkey and World take part. The advantages and disadvantages of SMES's and the important relations between SMES's and Turkish economy have been researched also.

The circumstances of the SMES's as a part of Turkish industrial construction, the contributions which were given to SMES's, and the problems between the SMES's and the corporations that encourages the SMES's have also been researched. The Project has also researched the effects of the attandance period to the European Union which is an important period for Turkey itself.

Technological developments and commercial relations differ all around the world. This period makes Electronical Trade much more important day by day for the economical elements.SMES's in Turkey are effected from this situation a great deal.By the developments in technology, External trade is evaluated with Electronical Trade.This project researched and emphasized the positions of the

SMES's in the period of Electrical and External Trade and also the main points that they dealt, with some suggested way outs.

Key Words

SMES , Turkey's Economy, Electrical Trade, External Trade



İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER	VI
TABLO LİSTESİ	XIII
KISALTMALAR	XV
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LER VE GENEL ÖZELLİKLERİ

1. KOBİ KAVRAMI	4
1.1. KOBİ Tanımlaması	4
1.2. KOBİ Tanımlamasının Gerekliliği	7
1.3. Çeşitli Ülkelerde KOBİ Tanımlamaları.....	8
1.3.1. Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.).....	9
1.3.2. Almanya.....	9

1.3.3. Fransa	10
1.3.4. İngiltere	11
1.3.5. Avrupa Birliği (AB)	12
1.4. KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçin Önemi	13
2. KOBİ'LERİN SINIFLANDIRILMASI	15
2.1. KOBİ'lerin Çalıştıkları Alanlara Göre Sınıflandırılması	15
2.1.1. İmalat (Üretim) İşletmeleri	15
2.1.2. Ticaret İşletmeleri	15
2.1.3. Hizmet İşletmeleri.....	16
2.2. KOBİ'lerin İşgören Sayısına Bakımından Sınıflandırılması	16
3. KOBİ'LERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	17
3.1.KOBİ'lerin Avantajları.....	17
3.2. KOBİ'lerin Dezavantajları	20

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LER VE TÜRKİYE EKONOMİSİ

1. TÜRKİYENİN SANAYİ YAPISI VE KOBİLER	23
1.1. Türkiye'de KOBİ'lerle İlgili Yaklaşımlar	28
1.1.1. Olumlu Yaklaşımlar	28
1.1.2. Olumsuz Yaklaşımlar	28
1.2. Türkiye'de KOBİ'ler İçin Öncelikler, Politikalar ve Eylemler	29
1.3. KOBİ'lere Sağlanan Devlet Destekleri	30

1.4. Türkiye’de, KOBİ’lere Yatırım ve İhracat Teşvikleri Dışında Sağlanan Diğer Destekler 32

2. TÜRKİYE’DEKİ KOBİ’LERE DESTEK VEREN ULUSAL VE ULUSLARARASI KURUM, KURULUŞLAR ve DESTEK PROGRAMLARI 33

2.1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı 34

2.2. Türkiye Halk Bankası..... 35

2.3. Türkiye Vakıflar Bankası 35

2.4. KOBİ A.Ş. 36

2.5. Kredi Garanti Fonu A.Ş..... 36

2.6. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi ve El Sanatlar Genel Müdürlüğü..... 37

2.7. Küçük Sanayi, Sanayi Bölge ve Siteleri Genel Müdürlüğü 38

2.8. GAP Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi..... 38

2.9. Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü 38

2.10. Milli Prodüktivite Merkezi 38

2.11. Sanayi Kooperatifleri..... 39

2.12. Esnaf ve Sanatkarlar Kefalet Kooperatifleri..... 39

2.13. Ticaret ve Sanayi Odaları 40

2.14. Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı..... 40

2.15. Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi..... 41

2.16. Birleşmiş Milletler Sınâî Kalkınma Örgütü (United Nations Industrial Development Organization UNIDO) 41

2.17. Avrupa Yatırım Bankası (European Investment Bank-EIB).....	41
2.18. Teknik Yardım ve Danışmanlık Hizmetleri Veren Diğer Kurum ve Kuruluşlar.....	42
3. AVRUPA BİRLİĞİ ENTEGRASYON SÜRECİNDE TÜRKİYE’DE KOBİ’LER	43
3.1. AB’ne Göre KOBİ Tanımlaması.....	43
3.2. Türkiye ve AB’deki KOBİ’lerin Karşılaştırılması	43
3.2.1. Çalışan Kişi Başına Düşen Katma Değer Farklılıkları.....	44
3.2.2. Türkiye ve AB’deki KOBİ’lerin Devlet Yardımlarının Değerlendirilmesi.....	45
3.2.3. Türkiye ve AB Ülkelerindeki KOBİ’lerin Araştırma Geliştirme (AR-GE) Faaliyetlerinin Karşılaştırılması	46
3.3. Devlet Planlama Teşkilatının KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007–2009)	47
3.4. Avrupa Birliği Katılım Ortaklığı Sürecinde KOBİ’leri İlgilendiren Olumlu Gelişmeler ve Yaşanan Eksiklikler	48
3.4.1. Olumlu Gelişmeler.....	49
3.4.2. Eksiklikler	50
4. TÜRKİYE’DE KOBİ’LERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	52
4.1. KOBİ’LERİN ÜRETİM YÖNETİMİ KONUSUNDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR.....	52
4.1.1. Üretim Sürecinde Tedarik Aşamasında Karşılaşılan Sorunlar.....	52
4.1.2. Üretim Sürecinde Teknoloji Açısından Karşılaşılan Sorunlar	53
4.1.3. Standardizasyon Konusunda Karşılaşılan Sorunlar	54

4.1.4. Üretim Maliyetleri Konusunda Karşılaşılan Sorunlar.....	54
4.2. KOBİ'lerin Pazarlama Konusunda Karşılaştıkları Sorunlar	57
4.2.1. Nitelikli Eleman İhtiyacının Giderilememesi.....	57
4.2.2. Pazarlama Araçlarından Yararlanamama.....	58
4.2.3.Pazarlama Araştırması Yapılamaması Sorunu.....	58
4.2.4.Satış Kanalları ile İlgili Yaşanılan Sorunlar.....	58
4.3. KOBİ'lerin Finansman Yönetim Konusunda Karşılaştıkları Sorunlar.....	61
4.3.1. Para Piyasalarında Karşılaşılan Sorunlar	62
4.3.2. Sermaye Piyasasında Karşılaşılan Sorunlar	63
4.4. KOBİ'lerin İşletme Yönetimi, Planlama Ve Örgütlenme Konularında Karşılaştıkları Sorunlar.....	66
4.4.1. Yönetim Sürecinde Yaşanan Sorunlar.....	66
4.4.2. Planlama Sürecinde Yaşanan Sorunlar.....	66
4.4.3. Örgütlenme Sürecinde Yaşanan Sorunlar.....	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LERİN TİCARİ UYGULAMALARI

(ELEKTRONİK TİCARET ve DIŞ TİCARET)

1. ELEKTRONİK TİCARET	70
1.1 Elektronik Ticaretin Tanımlanması.....	70
1.1.1. Elektronik Ticaretin Araçları	71
1.1.2. KOBİ'ler İçin Elektronik Ticaret İşlemleri.....	72
1.1.3. KOBİ'ler için Elektronik Ticaretin Tarafları	73

1.2. KOBİ'ler İçin Elektronik Ticaretin Sağlayacağı Avantajlar ve Dezavantajlar.....	74
1.2.1. Elektronik Ticaretin Avantajları	74
1.2.2. Elektronik Ticaretin Dezavantajları	76
1.3. Elektronik Pazaryerleri ve Sağlayacağı Faydalar.....	77
1.4. Elektronik Ticaret Uygulayan Firmaların Web Sayfalarında Şu Özellikler Olmalıdır:.....	78
1.5. Türkiye'deki KOBİ'lerin Elektronik Ticaret Sürecindeki Mevcut Durumları.....	79
1.6. KOBİ'lerin Elektronik Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar	80
2. TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LER ve DIŞ TİCARET	81
2.1. Dış Ticaretin Tanımı.....	81
2.2. Türkiye'de Dış Ticaretin Mevcut Durumu	82
2.2.1. İhracattaki Mevcut Durumun Değerlendirilmesi	86
2.2.2. İthalattaki Mevcut Durumun Değerlendirilmesi	91
2.3. Türkiye'de KOBİ'lere Dış Ticaret Desteği Veren Kurum ve Kuruluşlar .	91
2.3.1. Dış Ticaret Müsteşarlığı.....	91
2.3.2. Gümrük Müsteşarlığı	92
2.3.3. Türk Eximbank	94
2.3.4. Kredi Garanti Fonu Araştırma A.Ş. (KGF).....	94
2.3.5. Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV).....	95

2.3.6. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı	95
2.4. Türkiye'deki KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar	96
2.4.1. Dış Ticaret Sorunlarının Kaynakları	97
2.4.2. Ulusal Düzeyde Karşılaşılan Sorunlar	99
2.4.3. İşletme Düzeyinde Karşılaşılan Sorunlar	99
2.5. Dış Ticarete KOBİ'ler İçin Sektörel Dış Ticaret Modeli Yaklaşımı.....	102
2.5.1. Sektörel Dış Ticaret Yaklaşımının İhracat Sürecindeki Avantajları	102
2.5.2. Sektörel Dış Ticaret Yaklaşımının Uygulanabilmesindeki Engeller	103
SONUÇ	105
KAYNAKÇA	108

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1 : Türkiye’de Resmi KOBİ Sınıflandırması	6
Tablo 2 : Türkiye’de KOBİ’lere Yönelik Çalışan Bazı Kurum ve Kuruluşların KOBİ Tanımları	6
Tablo 3 : ABD’de İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği	9
Tablo 4 : Almanya’da KOBİ Sınıflandırması	10
Tablo 5 : Fransa’da İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği	11
Tablo 6 : İngiltere’de Sektörlere Göre Küçük Boy İşletme Tanımlaması	11
Tablo 7 : Avrupa Birliği’ne Göre KOBİ Tanımlaması	12
Tablo 8 : KOBİ’lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yeri	13
Tablo 9 : Ülkeler İtibarıyla İmalat Sanayindeki İşletmelerin ve İstihdamın İşletme Büyüklüğüne Göre Dağılımı (2002)	14
Tablo 10 : KOBİ’lerin Türkiye Ekonomisindeki Paylarının Yılları İçindeki Seyri	24
Tablo 11 : Türkiye’deki İşletmelerin Sektörel Dağılımı	25
Tablo 12 : Türkiye’de İmalat Sanayindeki İşletmelerin Ölçeklerine Göre Dağılımı.....	26
Tablo 13 : Türkiye’de İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren İşletmelere İlişkin Veriler (2001).....	27
Tablo 14 : İşletme Büyüklüklerine Göre, AB ve Türkiye’de Personel Başına Sağlanan Katma Değerdeki Farklılıklar İçindeki Yeri	44

Tablo 15 : AB Ülkeleri ve Türkiye'deki Ar-Ge Harcamaları Oranları	46
Tablo 16 : AB KOBİ Tanımı ve Türkiye'deki Yeni KOBİ Tanımı (Tüm Sektörler İtibariyle)	48
Tablo 17 : Üretim Yönetimi İle İlgili Sorunlar, Çözüm Önerileri, Sağlanan Destekler	55
Tablo 18: Üretim Yönetimi İle İlgili Sorunlar, Çözüm Önerileri, Sağlanan Destekler	56
Tablo 19 : KOBİ'lerin Pazarlama Yönetimi İle İlgili Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	60
Tablo 20 : KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	62
Tablo 21 : KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	64
Tablo 22 : KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	65
Tablo 23 : KOBİ'lerin Örgütlenme ve Yönetim Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	68
Tablo 24 : KOBİ'lerin Örgütlenme ve Yönetim Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	69
Tablo 25 : Geleneksel Ticaret ile E-ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırması	76
Tablo 26 : 2000–2007 Yılları arasında Türkiye'nin Dış Ticaret İstatistikleri.....	83
Tablo 27 : Türkiye'nin En Çok İhracat Yaptığı Ülkeler	85
Tablo 28 : Türkiye'de Yapılan İhracatın Sektörel Dağılımı	87
Tablo 29 : Türkiye İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı	89
Tablo 30 : Türkiye İthalatının Sektörel Dağılımı ası	90
Tablo 31: KOBİ'lerin Dış Ticaret İle İlgili Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler	101

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABGS	Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AR-GE	Araştırma Geliştirme
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret MÜsteşarlığı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
DYY	Doğrudan Yabancı Yatırım
ECSB	Avrupa Küçük İşletmeler Konseyi (European Council for Small Business)
EDI	Elektronik Veri Değişimi (Elektronic Data Interchange)
EIB	Avrupa Yatırım Bankası (European Investment Bank)
ETKK	Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
ESK	Ekonomik ve Sosyal Konsey
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYH	Gayri Safi Yurt içi Hasıla
HM	Hazine MÜsteşarlığı
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İşGEM	İş Geliştirme Merkezi
İşKUR	Türkiye İş Kurumu
KGF	Kredi Garanti Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi
KSEP	KOBİ Stratejisi Eylem Planı
KÜGEM	Küçük İşletmeleri Geliştirme Merkezi
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MEKSA	Mesleki Eğitim Küçük Sanayi Destekleme Vakfı
MPM	Milli ProdÜktivite Merkezi
NMCP	Hollanda Yönetim İşbirliği Programı (Netherlands Management Cooperation Program)

OECD	İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organization for Economic Co-operation and Development)
SDŞ	Sektörel Dış Ticaret Şirketi
SKG	Sosyal Güvenlik Kurumu
STB	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TEKMER	Teknoloji Geliştirme Merkezleri
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TESKOMB	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği
TİKA	Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOSYÖV	Türkiye Küçük ve Orta ölçekli işletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı
TPE	Türk Patent Enstitüsü
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKAK	Türk Akreditasyon Kurumu
UN-CEFACT	Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemleri Kolaylaştırma Merkezi (United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business)
UNIDO	Birleşmiş Milletler Sınâî Kalkınma Örgütü Ankara Ofisi (United Nations Industrial Development Organization)
YOİKK	Yatırım Ortamı İyileştirme Koordinasyon Kurulu

GİRİŞ

KOBİ'ler; yani "Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler" isimlerinden de anlaşılacağı üzere büyük ölçeklere sahip olmayan, bilanço değerleri ulusal ve global şirketler kadar değer kapsamayan ve çok fazla sayıda işçi çalıştırmayan işletmelerdir. KOBİ'ler sadece Türkiye'de değil, dünyadaki bütün ülkelerde varlıklarını sürdürmektedirler. Diğer ülkelerde KOBİ'lerin tanımlamaları farklı değer ölçütleri kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'deki nihai mal ve hizmet üretimin büyük çoğunluğu (%90'dan fazla) KOBİ'ler tarafından karşılanmaktadır. Bu durum Türkiye açısından değerlendirildiğinde, işsizlik sorunu ile yıllardır mücadele eden bir ülke için, en büyük istihdamı sağlayan KOBİ'lerin Türkiye için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

KOBİ'ler büyük ölçeklere sahip diğer işletmelere göre daha lokalize olmuş işletmelerdir. Bu durum KOBİ'ler için bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece, yerel pazarlarda büyük işletmelere göre, pazarlama satış ve ulaştırma maliyetleri açısından daha avantajlıdırlar. Ayrıca çok fazla sayıda personel çalıştırmadıkları için, örgüt içi iletişim kabiliyetleri büyük işletmelere nazaran daha hızlı, başarılı ve düşük maliyetlidir.

KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelere göre daha düşük kuruluş maliyetleri ile faaliyetlerine başladıkları için, ülke içi ekonomik seyre daha kolay ayak uydurmaktadırlar. Yani, üretim kapasiteleri daha likit olan KOBİ'ler, ekonomik

konjoktüre daha hızlı, kolay ve düşük maliyet ile adapte olma kabiliyetleri vardır. Ulusal ekonomide yaşanacak olan krizlerden, büyük işletmelere göre daha az etkilenmektedirler. Ayrıca KOBİ'ler üretim ve idare süreçlerinin fiziksel ve ekonomik yapıları gereği daha düşük sabit ve değişken maliyet kalemlerine sahiptirler. Bu durum acımasız rekabet koşullarında büyük işletmelere göre KOBİ'lere bir üstünlük sağlamaktadır.

KOBİ'ler, küçük sermayeli oldukları, personel sayısının kısıtlı olması, büyük işletmelere göre, işletmelerinin dış çevre ile olan ilişkilerinde yeteri kadar söz sahibi olmamaları ve KOBİ sayısının fazla olması nedeniyle rekabetçi ortamlarda faaliyetlerini sürdürmek zorunda kaldıklarından, birçok fırsatı değerlendirememekte ve bu fırsatlardan elde edilecek gelirden mahrum kalmaktadırlar. Bu durum özellikle Türkiye'deki ekonomik süreçte bariz bir şekilde görüldüğü için KOBİ'lerin büyüme ve gelişme kabiliyetlerinin gelişmemesine neden olmaktadır.

Türkiye'deki KOBİ'ler, devlet tarafından büyük işletmelere tanınan vergi ve harç indirim ve muafiyetlerin bazılarında mahrum kalmaktadır. İşletmelerin gelirlerini doğrudan etkileyen vergi, harç ve kesintilerdeki indirim veya muafiyet olanakları büyük işletmelere göre düşüktür. Bu durum neticesinde, Türkiye'deki KOBİ'ler belirli bölgelere odaklanmış lokalize pazarlarında, büyük işletmelerle rekabet etmek zorunda kalmaları nedeniyle, varlıklarını sürdürme olanaklarının azalmasına neden olmaktadır.

Dünyadaki diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de, işletmelere en yüksek katma değeri sağlayan unsur dış ticarettir. Ülke ekonomilerinin temel göstergesi olan Gayri Safi Milli Hasıla, Gayri Safi Yurt İçi Hasıla ve Ödemeler Dengesi Bilançosu gibi mali tabloların, ülke ekonomisinin lehine değerler içermesi, ancak dış ticarete başarılı olan işletmelerin var olmaları ve varlıklarını uzun yıllar sürdürmeleri ile gerçekleşebilir. Türkiye'deki KOBİ'lerin dış ticaret kabiliyetlerinin incelenmesi, aksaklıkların tespit edilmesi ve alınması gereken önlemlerin belirlenmesi, arzu edilen makro ekonomik mali tablolara sahip olunması için zorunludur. Ayrıca Türkiye'deki KOBİ'lerin gerek yurt içi satışlarının gerekse de yurt dışı satış hacimlerinin artırılması, işletme faaliyet giderlerinin düşürülmesi için en önemli yöntemlerin başında "Elektronik Ticaret" uygulaması gelmektedir. Dünya genelinde büyük, orta ve küçük işletmeler teknolojik

gelişmelere ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Türkiye’deki KOBİ’ler de elektronik ticaret uygulamasında başarı kaydetmedikçe, genel üretim, yönetim, satış ve tedarik maliyetlerini düşüremeyeceklerdir. Bu durumun sonucunda, yerel büyük işletmelerle veya global şirketlerle rekabet etme şansları oldukça azalacaktır.

Bütün bu etkenler nedeniyle, bu çalışmada, Türkiye’deki KOBİ’lerin mevcut durumları incelenmiş, avantaj ve dezavantajları belirlenmiştir. Türkiye’de KOBİ’lere sağlanan desteklerin neler olduğu ve bu destekleri sağlayan kurum ve kuruluşlar incelenmiştir. Ayrıca temel sorun alanlarının tespiti ile çözüm önerilerinin sıralanması, geliştirilmesi ve yukarıda ehemmiyeti sıralanan elektronik ticaret ve dış ticaret uygulamaların KOBİ’lerle olan ilişkilerinin saptanmasıyla mevcut durumun analizine yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LER VE GENEL ÖZELLİKLERİ

1. KOBİ KAVRAMI

1.1. KOBİ Tanımlaması

Genel olarak Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler, (KOBİ) az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile faaliyet gösteren, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilir.

Küçük işletmelerin tanımlanması ve büyüklük kriterlerinin saptanması tartışmalı bir konudur. Büyüklük ölçütü olarak hangi kriterlerin alınacağı ve bunların miktarı konusunda Türkiye'de çeşitli görüşler bulunmaktadır²

Türkiye'de ve dünyada KOBİ'ler için oluşturulmuş ortak bir KOBİ tanımı mevcut değildir. Türkiye'de KOBİ'lere yönelik hizmet veren kuruluşlar farklı KOBİ tanımlamaları yapabilmektedir. Bu farklı tanımlamalar KOBİ'lere hizmet veren

² Adnan ÇELİK, Tahir AKGEMCİ, *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Gazi Kitapevi, 2007/3, s107.

kuruluşlardan yararlanan KOBİ'lerin farklı sınıflandırmalara tabi tutulmalarına ve bazı uygulamaların dışında kalmalarına neden olmaktadır.³

KOBİ tanımı hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşımakta ve bu anlam ülkelerin ekonomik yapılarına göre değişiklik göstermektedir. Aynı ülke içinde bölgeden bölgeye, sektörden sektöre bile farklılık arz etmektedir. Ayrıca ülkelerin ekonomik yapıları değiştikçe KOBİ'leri tanımlayan kriterler de değişmekte ve ülkelerin ekonomik yapılarıyla bağlantılı olarak farklı ölçütler kullanılmaktadır. Bu ölçütler arasında ciro, işçi sayısı, işletme sermayesi gibi sayısal unsurların yanı sıra işletmenin yönetim yapısı sermaye piyasasına dahil olup olmaması, pazarlık gücü gibi sayısal olmayan unsurlarda yer almaktadır.⁴

Ayrıca KOBİ denildiğinde tek parça ve bir bütün olarak ifade edilen bir üretim biriminin olmaması da tanımı daha da zorlaştırmaktadır. Çünkü KOBİ kapsamı içine 3 farklı birim girmektedir. Bunlar; Mikro ölçekli işletmeler, küçük ölçekli işletmeler, orta ölçekli işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır. Bununla birlikte yapılan ayrımlar arasındaki sınırların ne olduğu konusunda oluşan ayrılık ve ihtilaflar daha da çeşitlenmektedir.⁵

Türkiye'de KOBİ konusunda kesin bir tanımlamanın olmaması 18 Kasım 2005 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanan bir yönetmelikle sonuca bağlanmıştır.

Bu Yönetmeliğe göre KOBİ tanımı şu şekilde yapılmıştır. “Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler (KOBİ) İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Türk Lirası'nı aşmayan ve bu Yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimleridir.”⁶

³ Figen YILMAZ, Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmeler, Ankara, İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü, Aralık 2003, s1

⁴ Ali KAYA, **Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi**, Eğitim Kitapevi Yayınları, 2007, s122.

⁵ M. Tamer MÜFTÜOĞLU **Türkiye'de Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler Sorunlar Öneriler**, Turhan Kitapevi, 1991 s134.

⁶ M. Tamer MÜFTÜOĞLU, **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler**, Turhan Kitapevi 2007/6, s145.

Tablo 1. Türkiye’de Resmi KOBİ Sınıflandırması⁷

KOBİ Sınıflandırması	Çalışan Sayısı	Yıllık Net Satış Hasılatı	Mali Bilanço Büyüklüğü
Mikro işletme (Çok Küçük İşletme)	10’dan az	1 Milyon TL’den az	1 Milyon TL’den az
Küçük Ölçekli İşletme	50’dan az	5 Milyon TL’den az	5 Milyon TL’den az
Orta Büyüklükteki İşletme	250’dan az	25 Milyon TL’den az	25 Milyon TL’den az

Türkiye’de KOBİ’lere yönelik çalışması bulunan bazı kurum veya kuruluşlar, görev anlayışları ve hizmet götürmeyi hedefledikleri işletme grupları açısından farklı tanımlamalar yapmışlardır. KOSGEB, Halkbank, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Eximbank kendilerine göre uygun görülen kapsam ve ölçütler ışığında KOBİ tanımlamaları ve sınıflandırmaları yapmışlardır. Bu tanımlamalar Tablo 2.’de kapsam ve ölçütlerine göre anlatılmaktadır.

Tablo 2. Türkiye’de KOBİ’lere Yönelik Çalışan Bazı Kurum ve Kuruluşların KOBİ Tanımları⁸

Kuruluş	Tanım Kapsamı	Tanım Ölçütü	Mikro Ölçekli İşletmeler	Küçük Ölçekli İşletmeler	Orta Ölçekli İşletmeler
KOSGEB	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı	-	1-50 İşçi	51-150 İşçi
Halkbank	İmalat Sanayi, turizm, yazılım geliştirme	İşçi Sayısı	-	-	1-250 İşçi
		Sabit yatırım tutarı (arsa ve bina dışında)	-	-	Toplam 600 Milyar TL’den az

7 M. Tamer MÜFTÜOĞLU, *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’ler*, Turhan Kitapevi, 2007/6, s.146.

8 DPT, KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2009, s.27

		İşçi Sayısı	1-9 İşçi	10-49 İşçi	50-250 İşçi
Hazine Müsteşarlığı	İmalat sanayi, turizm, tarımsal sanayi, eğitim, sağlık, yazılım geliştirme	Yatırım Tutarı, KOBİ Teşvik Belgesi'ne konu yatırım tutarı (arsa ve bina dışında)	-	350 Milyar TL	950 Milyar TL'den az
		Bağımsızlık Ölçütü	-	-	Başka işletmelere ait sermaye oranı %25'den az
		İşçi Sayısı	-	-	1-200 İşçi
Dış Ticaret Müsteşarlığı	İmalat Sanayi	Sabit Yatırım Tutarı (arsa ve bina dışında)	-	-	2006 öncesi 1,8 Milyon Dolar, sonrası 2 Milyon Dolar'dan az
		İşçi Sayısı	-	-	1-200 İşçi
Eximbank	İmalat Sanayi	Sabit Yatırım Tutarı (arsa ve bina dışında)	-	-	2 Milyon Dolar'dan az
		İşçi Sayısı	-	-	1-200 İşçi

1.2. KOBİ Tanımlamasının Gerekliliği

Gümrük Birliği' ne girilmesiyle birlikte, Türk işletmelerinin uluslararası pazarlara açılmasının artık bir zorunluluk haline gelmesiyle KOBİ sözcüğü Türkiye'nin gündemine yerleşmiştir. Gümrük Birliği ile birlikte KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki yeri ve önemi anlaşılmıştır. Ancak belki de bu sözcüğün yerleşmesindeki en büyük etken, Avrupa Birliği tarafından bu işletmelere verilecek olan büyük miktarlardaki krediler olmuştur. Kredilerin nasıl verileceği, kime verileceği tartışılırken, hangi işletmelerin KOBİ sayılacağı, hangilerinin ise sayılmayacağı tartışması da başlamıştır. Bu nedenle ulusal KOBİ politikası belirlenmesinin ve bir an önce bir KOBİ tanımının yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.⁹

⁹ Hüseyin DOĞAN, Selen DOĞAN Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunlarının Tespit Ve Çözümüne İlişkin Bir Araştırma”, Verimlilik Dergisi, MPM Yayını, Sayı:1997/2, s,18

KOBİ'leri tanımlayabilmek için birçok ölçüt kullanılmıştır. KOBİ tanımını etkileyen belli başlı faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Zaman,
- Ekonomik düzey,
- Sanayileşme düzeyi,
- Kullanılan teknoloji,
- Pazarın büyüklüğü,
- Faaliyette bulunulan iş kolu,
- Kullanılan üretim tekniği,
- Üretilen malın özellikleri,
- İş gören sayısı,
- Kuruluş ve araştırmalar.¹⁰

1.3. Çeşitli Ülkelerde KOBİ Tanımlamaları

Türkiye’de daha başarılı ve istikrarlı bir ekonomi politikasının bir parçası da, sayılarının ve ekonomik etkinliklerinin fazla olmasından dolayı KOBİ’ler için izlenecek olan mali, hukuki ve ekonomi politikalarıdır. Ekonomik açıdan, ülkemizden daha başarılı sayılabilecek bazı ülkelerdeki KOBİ tanımlamalarının bilinmesiyle Türkiye’de kabul edilecek ve uluslararası ticari platformlarda anlaşılacak bir KOBİ tanımlamasına ulaşılabilir. Diğer ülkelerdeki tanımlamalar Türkiye’nin sahip olduğu ekonomik ve hukuki değişkenler göz önüne alınarak uyarlamalar yapılabilir.

KOBİ tanımını ülkeden ülkeye, kurumdan kuruma, sektörden sektöre farklılıklar göstermektedir. Bazı ülkelerin resmi olarak belirlediği KOBİ tanımını mevcut iken

¹⁰ Adnan ÇELİK, Tahir AKGEMCİ, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, Gazi Kitapevi, 2007/3 s,108.

(Avustralya, Avusturya, Brezilya, Kolombiya, Hırvatistan, Danimarka, Almanya, Yunanistan, İzlanda, İtalya, Japonya, İrlanda, Hollanda, Norveç, Filipinler, Romanya, İsveç, İspanya, Amerika, Fransa gibi) bazı ülkelerde resmi bir tanımlama mevcut değildir (Arjantin, Belçika, Azerbaycan, Kanada, Finlandiya, Rusya, Slovenya, İngiltere gibi). Ülkelerin yanında ulusal ve uluslararası kurumlarında kabul ettiği KOBİ tanımlamaları vardır. ¹¹

1.3.1. Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.)

ABD'nin KOBİ tanımı Amerikan Kongresinin 1953'de çıkardığı küçük işletme kanunundaki tanıma dayanmaktadır. Kanundaki bu tanıma göre; Küçük işletme bağımsız olarak sahip olunan ve işletilen ayrıca faaliyet alanında hakimiyet gücü olmayan bir işletme olarak tanımlanmıştır. Bu kriter temel bir dayanaktır. Bu temel kritere bağlı olarak ABD'de çalışan kişi sayısına göre işletme sınıflandırması yapılmıştır. Bu sınıflandırma Tablo 3.'de gösterilmiştir. ABD'de ki KOBİ tanımında kullanılan çalışan işçi kıstası diğer ülkelerden daha büyük aralıktadır. Bu sınıflandırma ABD'nin ekonomik yapısına göre yapılmıştır. ¹²

Tablo 3. ABD'de İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği¹³

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük Ölçekli İşletmeler	20 ile 499 Kişi
Orta Ölçekli İşletmeler	500 ile 1499 Kişi
Büyük Ölçekli İşletmeler	1500'den Fazla

1.3.2. Almanya

Almanya'da küçük ve orta büyüklükte işletmelerin belirlenmesinde kullanılan bazı nitel ölçütler şunlardır:

- Girişimcinin işletmeyle özdeşleşmesi,
- İşletmenin sermaye piyasasında yer almaması,

¹¹ Serpil DÖM, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Detay Yayıncılık,2008, s,72-73.

¹² Mustafa DURMAN, Hüseyin ÖNDER, **Ekonominin Minik Devi KOBİ'ler ve KOSGEB Teşvikleri**, Alfa Aktüel Yayıncılık, 007, s,13.

¹³ DURMAN, ÖNDER s,13.

- Girişimcinin tüm sorumlulukları ve riskleri üstlenmesi,
- Bağımsızlık.

Almanya’da KOBİ değerlendirmesinde, girişimcinin işletmeyle özdeşleşmesi, sermaye piyasasına girmesi, bağımsız çalışması ve riskleri üstlenmesigibi nitel ölçütlerin yanında nicel ölçüt olarak işçi sayısı ve yıllık satış tutarları dikkate alınmaktadır. Alman KOBİ Araştırma Enstitüsü tarafından yapılan önceki işletme sınıflandırmaları ve AB sonrası yeni boyut Tablo 4.’de kapsamlı olarak gösterilmiştir.¹⁴

Tablo 4. Almanya’da KOBİ Sınıflandırması¹⁵

SEKTÖR	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI	
	AB’den Önce	AB’den Sonra
İmalat Sanayi - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-49 Kişi 50-499 Kişi	1 – 49 (dahil) 50 – 249 (dahil)
Toptan Ticaret - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-9 Kişi Kişi 10-99 Kişi	- -
Perakende Ticaret - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-2 Kişi 3-49 Kişi	- -
Ulaştırma,Haberleşme ve Hizmet - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-2 Kişi 3-49 Kişi	- -

1.3.3. Fransa

Fransa’da yasal düzenlemelere göre, Küçük ve Orta Boy işletme; genel olarak yöneticilerin şahsen ve doğrudan doğruya mali, teknik, sosyal, ahlaki ve yasal zorunluluklar üstlendiği işletmeler olup bu konuda resmi bir tanım yoktur. Tablo 5.’de işletme ölçeğine göre çalışan işçi sayıları gösterilmektedir.¹⁶

¹⁴ Adnan ÇELİK, Tahir AKGEMCİ, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, Gazi Kitapevi, 2007/3,s,117-118.

¹⁵ ÇELİK, AKGEMCİ, s,118

¹⁶ Ömer ASAL KOBİ’lerin Üretim Stratejilerini Etkileyen Etkenler Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi Ankara 2001 s 26

Tablo 5. Fransa'da İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği¹⁷

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük İşletmeler	10-50 Kişi Arasında
Orta İşletmeler	51-500 Kişi Arasında
Büyük İşletmeler	501 Kişiden Fazla

Yukarıdaki tablonun dışında Fransa Ekonomi ve Sosyal Komitesi bir de satış tutarı sınırı getirmektedir. Buna göre yıllık satışı 50 Milyon Fransız Frank'ını aşmayan işletmeler küçük ve orta ölçekli işletmeler sınıfı olarak kabul edilmektedir

1.3.4. İngiltere

İngiltere KOBİ tanımlamasını yaparken sektörleri göz önüne alarak bir tanımlama yapmıştır. İngiltere'de imalat sanayinde faaliyet gösteren bir firmanın KOBİ olarak sayılabilmesi için 20'den fazla çalışanın olmaması, inşaat ve madencilik sektöründe faaliyet gösteren bir firmada KOBİ sayılması için 25'den fazla çalışanın olmaması gerekmektedir. Perakende ve toptan ticaretle uğraşan firmaların KOBİ olarak tanımlanmasında yıllık cirolar değerlendirilmektedir. Perakende sektöründe faaliyet gösteren firmanın yıllık satış cirosu 50.000 Pound'u geçmemesi, toptan ticaret alanında faaliyet gösteren firmanın ise yıllık satış cirosunun 200.000 Pound'u geçmemesi gerekmektedir.¹⁸

Tablo 6. İngiltere'de Sektörlere Göre Küçük Boy İşletme Tanımlaması¹⁹

SEKTÖR	KÜÇÜK BOY İŞLETME TANIMI
İmalat Sanayi	200 İşgörenden Az
İnşaat	25 İşgörenden Az
Madencilik	25 İşgörenden Az
Perakende Ticaret	Yıllık Satış Cirosu 50 bin Pound'dan Az
Toptan Ticaret	Yıllık Satış Cirosu 200 bin Pound'dan Az

¹⁷ ASAL, s 26

¹⁸ Mustafa DURMAN, Hüseyin ÖNDER, **Ekonominin Minik Devi KOBİ'ler ve KOSGEB Teşvikleri**, Alfa Ektürl Yayıncılık,2007, s.12.

¹⁹ DURMAN, ÖNDER, s,12.

1.3.5. Avrupa Birliği (AB)

Avrupa Birliği ilk kez 1997 yılında gerek ulusal ve gerekse Birlik bazında karışıklığa meydan vermemek üzere tüm AB ülkeleri için geçerli sayılacak bir KOBİ tanımı geliştirmiş ve 1998 yılından itibaren yürürlüğe koymuştur. Söz konusu KOBİ tanımında küçük ve orta ölçekli şletmeler üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur.

- Mikro şletmeler (Çok Küçük şletmeler)
- Küçük şletmeler
- Orta Ölçekli (Boy) şletmeler

Bu sınıflandırmada üçü nicel biri de daha çok nitel karakterli olmak üzere dört ölçüt esas alınmıştır. Bu kriterler;

- şletmede çalışan personel sayısı
- şletmenin bilanço büyüklüğü ölçütü
- şletmenin yıllık ciro ölçütü
- Bağımsızlık ölçütü²⁰

2005 yılında yapılan AB'nin KOBİ tanımına ilişkin ölçütler Tablo 7.'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Avrupa Birliği'ne Göre KOBİ Tanımlaması²¹

KOBİ Sınıflandırması	Çalışan Sayısı	Bilanço Büyüklüğü	Yıllık Ciro
Mikro şletme	10'dan az	2 Milyon Avro'ya kadar	2 Milyon Avro'ya kadar
Küçük şletme	50'den az	10 Milyon Avro'ya kadar	10 Milyon Avro'ya kadar
Orta Ölçekli şletme	2502den az	43 Milyon Avro'ya kadar	43 Milyon Avro'ya kadar

²⁰ M. Tamer MÜFTÜOğLU, **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli şletmeler KOBİ'ler**, Turhan Kitapevi, 2007/6, s,122/123.

²¹ Müftüoğlu, s,123

1.4. KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçin Önemi

KOBİ'ler değişen piyasa koşullarına karşı hızlı uyum sağlama yetenekleri, esnek üretim yapıları, bölgesel kalkınmadaki rolleri, işsizliğin azaltılması ve yeni iş alanlarının açılmasındaki katkıları gibi bir dizi olumlu özellikleri nedeniyle ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmalarında önemli işlevleri vardır. KOBİ'ler sağladıkları bu katkılardan dolayı kamu politikalarının önemli uygulama alanlarından biri haline dönüşmüştür. Bu çerçevede başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkeler KOBİ'lerin gelişmesi, büyümesi ve korunabilmesi için elverişli ekonomik ortamı yaratacak politikaları geliştirmeye çalışmaktadır.²²

Tablo 8. KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yeri²³

	ABD	Almanya	Hindistan	Japonya	İngiltere	G.Kore	Fransa	İtalya	Türkiye
KOBİ'lerin Toplam İşletmelere Oranı	97,2	99,8	98,6	99,4	96	97,8	99,9	97	98,9
KOBİ'lerde Çalışanların İstihdamda Oranı	50,4	64	63,2	81,4	36	61,9	49,4	56	76,7
KOBİ'lerin Yatırımdaki Payı	38	44	27,8	40	29,5	35,7	45	36,9	38
KOBİ'lerin Üretimdeki Payı	36,2	49	50	52	25,1	34,5	54	53	37,7
KOBİ'lerin İhracattaki Payı	32	31,1	40	38	22,2	20,2	23	-	10
KOBİ'lerin Katma Değer İçindeki Payı	36,2	49	50	52	25,1	34,5	54	53	26,5
KOBİ'lerin Kredilerde Payı	42,7	35	15,3	50	27,2	46,8	48	-	25

Tablo 8.'de KOBİ'lerin ülke ekonomileri içindeki yerleri verilmiştir. Tablodaki verilere bakıldığında, KOBİ'ler Toplam işletmelerin çok büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Toplam istihdamın yarısından fazlası yine KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmiştir. Tablodaki ülkelerde yatırımların yaklaşık üçte biri KOBİ'ler tarafından yapılmakta olduğu görülmektedir. Ayrıca bu ülkelerde gerçekleşen katma değer ve yapılan ihracat içinde önemli paylara sahip olduğu görülmektedir.

²² Mehmet CANSIZ, Türkiye'de KOBİ'ler ve KOSGEB, 2008, s.4.

²³ OECD 2002, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı 2003, BDDK 2007.

Tablo 9. Ülkeler İtibarıyla İmalat Sanayindeki İşletmelerin ve İstihdamın İşletme Büyüklüğüne Göre Dağılımı (2002) ²⁴

Ülkeler İşletme Büyüklüğü	1-9		10-49		50-249		250+	
	İşletme Sayısı (Yüzde)	İstihdam (Yüzde)	İşletme Sayısı (Yüzde)	İstihdam (Yüzde)	İşletme Sayısı (Yüzde)	İstihdam (Yüzde)	İşletme Sayısı (Yüzde)	İstihdam (Yüzde)
Türkiye	90,3	27,6	7,8	20,9	9,1	34,9	0,4	30,5
Avustralya	72,6	14,1	21,8	20,5	4,1	17,8	1,5	47,7
Avusturya	71,0	10,3	21,8	18,9	5,5	26,9	1,6	43,8
Belçika	79,4	11,6	15,5	18,9	4,1	23,8	1,0	45,8
Çek Cumhuriyeti	89,2	14,2	7,6	15,6	2,6	25,5	0,7	44,7
Danimarka	71,4	7,4	21,1	18,9	6,0	26,3	1,5	47,4
Finlandiya	84,0	9,0	11,4	14,8	3,6	22,5	1,0	53,7
Fransa	81,6	12,0	14,0	19,0	3,4	22,3	0,9	46,7
Almanya	62,1	6,7	27,3	14,5	8,4	23,7	2,2	55,1
Yunanistan	-	-	79,4	26,6	17,1	34,0	3,5	39,5
Macaristan	87,2	16,1	9,4	16,5	2,7	23,2	0,8	44,2
İrlanda	39,0	4,4	42,0	19,2	15,2	32,3	3,8	44,2
İtalya	83,4	25,5	14,4	31,0	1,9	20,8	0,3	22,8
İngiltere	71,7	10,1	21,0	18,8	5,9	25,8	1,5	45
Kore	88,6	42,9	8,3	20,7	2,9	23,2	0,2	13,3
Hollanda	74,7	9,9	18,9	23,3	5,2	30,6	1,2	36,2
Norveç	60,6	8,7	29,4	22,9	7,6	28,3	1,7	40,1
Polonya	89,7	19,4	6,5	12,8	3,0	27,9	0,8	39,9
Portekiz	78,9	18,9	16,7	28,1	3,9	29,3	0,5	23,7
İspanya	78,4	19,2	18,4	31,9	2,8	22,6	0,5	26,2
İsveç	85,4	11,1	10,8	15,2	3,0	20,7	0,8	53,0
Japonya	50,9	10,8	39,2	28,4	8,5	29,9	1,4	30,9

Tablo 9.'da ülkeler itibarıyla imalat sanayindeki işletmelerin sayısı ve istihdamın işletme büyüklüğüne göre dağılımı verilmiştir. Tablo incelendiğinde, KOBİ'lerin, OECD ülkelerinde imalat sanayi işletmelerinin yüzde 98-99'unu ve istihdamın ise yaklaşık yüzde 60'ını oluşturarak temel iş yaratan kesimi oluşturduğu görülmektedir. Son yıllarda, KOBİ sayısı genel işletme sayısındaki artıştan daha hızlı bir büyüme göstermiştir. Ülkeler KOBİ'lerin endüstriyel yapılanma için çok önemli olduğunu kabul etmekte ve ulusal KOBİ politikalarını ve programlarını oluşturmaktadırlar.²⁵

²⁴ CANSIZ, s,6

²⁵ Mehmet CANSIZ, Türkiye'de KOBİ'ler ve KOSGEB, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2008, s,6.

2. KOBİ'LERİN SINIFLANDIRILMASI

Fabrikalardan el sanatkarlığına, ticarethanelerden hizmet birimlerine kadar çok sayıda işletmeyi kapsayan bir yapı söz konusu olduğunda KOBİ'leri sadece bir grupta toplamak oldukça zordur. Bu yapı içinde geleneksel yöntemlerle çalışan işletmeler, modern işletmeler, bağımsız çalışan işletmeler, uydu firmalar, fason imalatçılar ve ihracatçılar bulunmaktadır.²⁶ KOBİ'leri çalıştıkları alanlara ve istihdam ettikleri personel sayısına göre sınıflandırmak mümkündür.

2.1. KOBİ'lerin Çalıştıkları Alanlara Göre Sınıflandırılması

KOBİ'ler farklı iş alanlarında faaliyet göstermektedirler. KOBİ'leri üç farklı alanda incelemek mümkündür.

2.1.1. İmalat (Üretim) İşletmeleri

Üretim sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler, küçük çapta hammadde alarak işlerler veya tüketilir biçime getirirler. Bir imalat işletmesinde üretim, insan gücü, materyal ve donanım kullanılarak fiziksel bir maddeyi ortaya koymaktır. Bu sektörde çalışan KOBİ'ler üretimde kullandıkları hammadde ve malzemeyi bir tedarikçiden satın alabilecekleri gibi ekonomik olması koşuluyla doğadan da temin edebilirler.²⁷

2.1.2. Ticaret İşletmeleri

Ticari işletme kavramı, doğrudan müşterilere veya müşterilere satış yapan perakendecilere mal temin eden işletmeleri tanımlamaktadır. Bu işletmeler de toptancılar ve perakendeciler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Toptancı işletmelerle karşılaştırıldığında, perakendecilik yapan işletmeler sayısal olarak çoğunluktadır. Perakendeciler, bakkallar, benzin istasyonları, büfeler, eczaneler, mobilyacılarıdır. Toptancı ve perakendeci işletmeler dağıtım sisteminin araçlarındandır. Üreticiden son

²⁶ B.Zafer ERDOĞAN, *Girişimcilik ve KOBİ'ler Teori ve Uygulama*, Ekin Kitapevi, 2011, s,129.

²⁷ Rıdvan KARALAR, *İşletme Temel Bilgiler İşlevler*, Gürsel Kitapevi, 1994, s,54.

tüketicie kadar uzanan dağıtım zincirinin halkaları arasında komisyoncular, simsarlar, ithalatçılar ve ihracatçılar yer almaktadır.²⁸

2.1.3. Hizmet İşletmeleri

İmalat ve Ticaret işletmeleri ile doğrudan tüketicilere hizmet sunan işletmelerdir. İnsanların alım gücü ve sosyal refahı artıkça bazı hizmetleri kendileri yapmak yerine satın almayı tercih etmektedirler. Bunun sonucunda bu tür hizmet işletmelerinin sayısı artmıştır. Kuru temizleme, ayakkabı tamirciliği, çamaşırhaneler, oteller, kuaförler bu tür işletmelere örnektir. Bir hizmet işletmesinde mal, hizmetin kendisidir.²⁹

2.2. KOBİ'lerin İşgören Sayısına Bakımından Sınıflandırılması

Bu bölümde KOBİ'ler çalıştırdıkları personel sayısına göre sınıflandırılacaktır. KOBİ'ler, işgören sayısı açısından dört grupta incelenmektedir.

Esnaf işyerleri: Ücretli işgören çalıştırmayıp, sadece işletme sahibi ve aile bireylerinin çalıştığı işletmelerdir.

Mikro İşletmeler: 1–9 (dahil) kişi çalıştıran çok küçük işletmelerdir.

Küçük İşletmeler: 10 – 49 (dahil) kişi istihdam eden işletmeler.

Orta Boy İşletmeler: 50 – 249 (dahil) yıllık çalışan istihdam eden işletmelerdir.

Türkiye' de çok sayıda küçük işletme ile az sayıda büyük işletmenin varlığında dikkati çeken nokta, özellikle imalat sanayinde ortaya çıkan ikili yapıdır. Gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de küçük işletmeler genelde emek yoğun teknoloji kullanan ve finansal imkanları kısıtlı olan işletmelerdir. Büyük işletmeler ise,

²⁸ Ömer DİNÇER, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Alfa Yayınları, 1992, s, 351.

²⁹ B.Zafer ERDOĞAN, **Girişimcilik ve KOBİ'ler Teori ve Uygulama**, Ekin Yayınevi, 2011, s,131.

para ve sermaye piyasaları ile bütünleşmiş, ileri bilgisayar destekli tasarım ve üretim yapabilen ve kısıtlı da olsa robot teknolojisi transfer edebilen işletmelerdir.³⁰

3. KOBİ'LERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

KOBİ'lerin esnek bir yapıya sahip olmaları ve kapasitelerinin yeniliklere çabuk uyum sağlayabilmeleri nedeniyle yapısal değişimlere büyük işletmelere göre daha kolay uyum sağlayabilmektedirler. KOBİ'lerin ana yapısında girişimcilik ruhu esas teşkil etmektedir ve toplumsal yapıdaki konumu nedeniyle orta ekonomik sınıfa güçlendirerek, siyasi ve ekonomik istikrara katkıda bulunmaktadır. KOBİ'ler buldukları sektörde, sayılarının çoğalmasından dolayı sektörde tekelleşmenin önlenmesine yardımcı olmaktadır. Bunların yanında, KOBİ'ler bünyelerinde nitelikli eleman istihdam edememeleri, yönetim anlayışında yenilikçi yapılarının olmamasından ve büyük firmaların yıkıcı rekabetine karşı koyamamalarından dolayı zor durumlarda kalmaktadırlar.³¹

3.1.KOBİ'lerin Avantajları

Küçük bir işletmeye sahip olmak öncelikle büyük işletmelerle rekabet etmede girişimciye iki temel avantaj sağlayabilir. Bunlar, müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içersine girebilmek ve pazarlama, üretim ve hizmet konularında büyük işletmelere göre daha esnek olabilmektedirler.

KOBİ girişimcileri, faaliyette buldukları yerel pazarı daha iyi tanıyan, pazarın özelliklerini ve gereksinimlerini daha iyi görebilen, pazardaki alıcı ve satıcılarla daha yakın ilişkiler kurabilen kişilerdir. Özellikle müşteriyle kurulan yakın ilişkiler büyük işletmelerin sahip olamayacakları bir avantaj sağlamaktadır. Bunların yanında, KOBİ'ler üretim, pazarlama ve hizmet konularında büyük işletmelerden daha fazla bir esneklik kabiliyetine sahiptirler. Bu esneklik, dış çevrede meydana gelecek değişikliklere yerinde ve zamanında uyum sağlayabilme olanağı tanıdığından,

³⁰ Adnan ÇELİK, Tahir AKGEMCİ, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Turhan Yayınevi,2007/3, s122,123.

³¹ Cevdet KAYALI, Hüseyin AKTAŞ, Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yönetim Krizi ve Toplam Kalite Yönetimi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi,2003/10

KOBİ'ler birçok olumsuzluğu büyük işletmelere nazaran daha az bir zararla atlatabilmektedirler.³²

Bunlarla birlikte KOBİ'lerin sağlayabilecekleri bazı avantajlar şu şekilde sıralanabilir;

- Düşük yatırım maliyetleri ile yeni istihdam imkânı oluştururlar.
- Ülke içindeki tekeliği önlerler.
- Daha az yatırım ile daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaktadırlar.
- Yapıları itibarı ile ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedirler.
- Talep değişikliğine ve çeşitliliğine daha çabuk uyum sağlamaktadırlar.
- Gelir dağılımındaki çarpıklıkları asgariye indirmektedirler.
- Ferdi tasarrufları teşvik eder yönlendirir ve hareketlendirirler.
- Demokratik toplumun ve liberal ekonominin ana sigortalarından biridirler.
- Büyüklere oranla müşteri ve personel ile daha informel ilişkilerde bulunmaktadır.³³

KOBİ'lerin güçlü kılan etkenler şu şekilde sıralanabilir;

İstihdamın olumlu bir unsuru olup işsizlik sorununa çözümde önemli rol oynamaktadır.

Bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Yenilik, atılım ve girişimcilik için istek duymaktadırlar.

Ekonomik konjonktürdeki değişikliklere kolay uyum sağlayabilmektedirler.

Hızlı ve değişime uyum sağlayabilecek esnek yapıları vardır.

KOBİ'ler dinamik yapısıyla ülke ekonomisi için dinamizm kaynağıdır.

³² Rifat İRAZ, **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Çizgi Yayınevi,2010, s,222,223.

³³ ASAL s,36

Başarma ve kazanmaya yönelmiş girişimciler bulunmaktadır.

Girişimcilik zihniyeti gelişme trendine girmiş bulunmaktadır.

Girişimcilik kapasitelerinin yüksek olması nedeniyle uluslararası rekabet koşullarına uyumda azimli ve isteklidirler.

İşletmelerin yüksek öz sermaye oranı ile çalışması, onları finansal krizlere daha az duyarlı hale getirmektedir.

KOBİ'lerin sayısal açıdan fazlalığı, riskin dağılımı ve girişimciliğin gelişimi açısından olumludur.

KOBİ girişimcileri, üreticilik, dış piyasalara açılarak rekabet etme ve bunun için gereken enformasyona sahip olma konularında kendisine güvenmektedir.

Yatırım üretkenliği yüksektir.³⁴

KOBİ'lerin önlerindeki potansiyel fırsatlar şu şekilde sıralanabilir;

- KOBİ'lerin ekonomideki öneminin bilincine varılmıştır. Pek çok platformda KOBİ konusu tartışılmaktadır.
- AB vb. uluslararası fon kaynakları yeni fırsatlar sunmaktadır.
- AB pazarları KOBİ'lere yeni fırsatlar sunacaktır.
- Devlet, tüm kurumlarıyla KOBİ'lere sahip çıkmaktadır.
- Fikri ve sınâî mülkiyet hakları mevzuatı ve teknik alt yapısı oluşturulmuştur.
- Türkiye'de çoğu sektörde eksikliği hissedilen strateji ve eylem planı yaklaşımı devlet tarafından benimsenmiştir.
- Makro ekonomik göstergelerde iyileşme uzun vadede avantaj sağlamaktadır.
- KOBİ Stratejisinin hazırlanması ve AB KOBİ Sözleşmesinin imzalanması uygulamada yetersizliklere rağmen önemli bir gelişmedir.³⁵

³⁴ DOKUZUNCU KALKINMA PLANI, KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporu, s,38,

³⁵ DOKUZUNCU KALKINMA PLANI, KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporu, s,38,

3.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'lerin faaliyet süreçleri içinde, büyük işletmelere göre, insan kaynakları, finansal yapıları, örgütlenme ve yönetim politikaları ile birlikte, dünya ve ülkeler düzeyinde yaşanan ekonomik olumsuzluklar ile yerel ve merkezi yönetimlerin ticari ve hukuksal uygulamaları KOBİ'lerin dezavantajlı bir duruma düşmelerine neden olmaktadır. Bu durum KOBİ'lerin ticari güçlerinin zayıflaması sonucunu doğurabilir. Global rekabet, teknolojiadaki hızlı değişim ve değişen piyasa koşulları küçük işletmelere birtakım riskleri ve sorunları beraberinde getirmektedir. KOBİ'ler bu gelişmeler karşısında dezavantajlı bir konuma gelmektedirler.³⁶

KOBİ'lerin dezavantajlarında bazıları şu şekilde sıralanabilir.

- Olumsuz rekabet,
- Genel yönetim yetersizliği,
- Özellikle stratejik kararların işletme sahip veya ortaklarınca alınıp, orta ve/veya alt düzey görevlilerin tam katılımının sağlanamaması,
- İşletme bünyesinde, mali danışman veya uzman istihdam edememe,
- Uzman bir finansman ekibi veya departmanından yoksunluk,
- Sermaye yetersizliği,
- Finansal planlama yetersizliği,
- Banka ve diğer finansal kurumlardan yeterli desteği görememe,
- Sermaye piyasasından yeterince yararlanamama,
- Ürün geliştirme eksikliği,
- Üretim ve satış arasındaki koordinasyon yetersizliği,
- Modern pazarlama etkinlikleri sergileyememe,
- İşletmelerin küçük veya orta ölçekli olması sonucu ihale vb. etkinlikleri izleyememek.

³⁶ Serpil DÖM, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Detay Yayınevi, 2008/2 s, 82.

- İşyerinin veya yerleşim alanının küçüklüğü, Bağımsızlığını kaybetme ve batma riski, Kalifiye eleman sağlayamamak, Mevzuat ve bürokrasi.³⁷

KOBİ'leri diğer işletmelere göre zayıf kılan etkenler şu şekilde sıralanabilir.

- Teknoloji kullanma, Ar-Ge ve yeni ürün / yenilik konularında bilinç ve birikim eksikliği vardır.
- Kredilerden yeterince yararlanılamamaktadır.
- Teminat, garanti ve kefalet verme güçlüğü mevcuttur.
- KOBİ finansman kaynakları yetersizdir.
- Modern pazarlama tekniklerini kullanamamaktadırlar.
- Kalite ve markalaşma eksikliği vardır.
- KOBİ yönetici ve çalışanlarının eğitim seviyesi ve kalitesi istenilen düzeyde değildir.
- İleri teknolojik yatırımlar için kaynak eksikliği bulunmaktadır.
- Bilişim teknolojilerinin getirdiği imkânlardan yararlanma düzeyi düşüktür.
- KOBİ'ler kurumsallaşamamaktadır.
- KOBİ sahiplerinin yönetsel becerileri düşüktür.
- Kayıt dışılık yaygındır.
- Eski teknoloji kullanımı rekabet gücünü azaltmaktadır.
- İletişim eksikliği vardır.
- Proje hazırlama ve yönetim tecrübesi eksikliği bulunmaktadır.
- Göreceli üstün olduğumuz sektörler belirlenmemiştir.
- Uygun yatırım alanlarına sağlıklı yönlendirme yapılamamaktadır.
- İşbirliği ve verimlilik düzeyleri düşüktür.³⁸

³⁷ Adnan ÇELİK, Tahir AKGEMCİ, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Turhan Yayınevi, 2010/3,s,126.

KOBİ'lerin genel yapılarından dolayı onları bekleyen potansiyel tehditlerden bazıları şunlardır.

- Ekonomik belirsizlikler KOBİ'leri olumsuz etkilemektedir.
- KOBİ'lere hizmet ve destek veren kurumlar arasındaki eşgüdüm eksiktir.
- KOBİ'lere yönelik politika, strateji vb. dokümanların uygulaması yetersiz kalmaktadır.
- SGK primi, vergi vb. yükümlülüklerde oranlar yüksektir.
- İletişim, bilgilendirme ve güven sorunu bazı konularda yeterince aşılamamıştır.
- Sektörel bazlı yurtdışı tanıtım yetersizdir.
- AB rekabet ortamına yeterince hazırlanamaması KOBİ'leri olumsuz etkileyecektir.³⁹

³⁸ DOKUZUNCU KALKINMA PLANI, KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporu, s,39, Erişim Tarihi, 13.02.2010.

³⁹ DOKUZUNCU KALKINMA PLANI, KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporu , s,40, Erişim Tarihi, 13.02.2010.

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LER VE TÜRKİYE EKONOMİSİ

1. TÜRKİYENİN SANAYİ YAPISI VE KOBİLER

Aile işletmeleri tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de iktisadi açıdan büyük öneme sahiptir. Faaliyet gösteren işletmelerin %99' u KOBİ olup, %95'i aile işletmesidir. Bununla birlikte sadece KOBİ'lerin aile işletmesi olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Büyük ölçekli firmalar içinde de önemli sayıda aile işletmesi bulunmaktadır. Türkiye'deki aile işletmelerinin KOBİ konumunda olması, aile işletmelerini küçük işletmelerle aynı kabul etmek anlamına gelmemektedir. Bazen uluslararası bir firma veya bir ülkenin önemli bir işletmesi de aile işletmesi olabilir.⁴⁰

KOBİ'ler Türkiye ekonomisinde büyük bir paya sahiptirler. KOBİ'lerin ekonomi içinde bu kadar büyük bir paya sahip olmalarına karşılık, istihdamda da ve özellikle katma değerde nispeten düşük paya sahip olmaları KOBİ'lerin gerçek güçlerini yansıtamadıklarını göstermektedir. Bu durumun başka bir nedeni ise kayıt dışı ekonomik süreçlerin var olmasıdır.⁴¹

⁴⁰ Selim ÖZDEMİR, Selami ÖZCAN, Orta Asya'dan Balkanlar'a KOBİ Niteliğinde Aile İşletmeleri, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, s.156.

⁴¹ Mustafa DURMAN, Hüseyin ÖNDER, **Ekonominin Minik Devi KOBİ'ler ve KOSGEB Teşvikleri**, Alfa Aktüel Yayınevi, s.16.

KOBİ'lerin ekonomiye dolayısıyla ülke kalkınmasına önemli katkıları bulunmaktadır. KOBİ'ler büyük işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri üretip, onları rekabetçi bir ortama çekerek ekonomiye canlılık kazandırması yanında; büyük işletmelerin kullandıkları mamul veya yarı mamul girdilerini üreterek onların gelişmesini de tamamlamaktadır. Böylece ekonomide bir yan sanayi oluşturarak büyük işletmelerle ortak faaliyet göstermektedirler.

KOBİ'lerin tanımları ve yapıları çeşitli ülkelere göre farklılık gösterse de, KOBİ'lerin bütün ülkelerin ekonomilerine büyük katkılar sağladığı gerçeği göz ardı edilemez. Söz konusu durum Türkiye için de geçerlidir. KOBİ'ler hem tüm sektörler içindeki payları, hem gerçekleştirdikleri üretim miktarı, hem de yarattıkları istihdam ve ortaya çıkardıkları katma değer itibariyle Türkiye ekonomisinde çok önemli bir yer işgal etmektedirler.⁴²

Tablo 10. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Paylarının Yıllar İçindeki Seyri⁴³

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Toplam İstihdam İçindeki Pay %	78,7	79,2	80,6	79,4	78,5	78,0
Toplam Katma Değer İçindeki Pay %	60,9	56,6	58,5	57,3	56,2	55,2
Toplam Satışlar İçindeki Pay %	67,3	69,3	69,4	67,4	67,2	65,5
Toplam Yatırım İçindeki Pay %	61,3	57,6	62,0	44,6	44,6	50,0

Tablo 10. incelendiğinde; KOBİ'ler Türkiye ekonomisinde yaratılan toplam istihdamın %80'ine yakını oluşturdukları görülmektedir. KOBİ'lerin Türkiye ekonomisinde oynadıkları en güçlü ikinci rol ise toplam satışlar içinde % 70'e yakın aldıkları pay oluşturmaktadır. En zayıf oldukları toplam yatırım içindeki paylarında bile %50 ile %60 arasında payları olması KOBİ'lerin Türkiye ekonomisi için ne kadar önemli olduklarını göstermektedir. Bunun yanında toplam katma değer içinde yine göz ardı

⁴² Rıfat İRAZ, **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Çizgi Yayınevi, s.222,223.

⁴³ Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2011-2013, s.27. Erişim Tarihi 01/09/2012.

edilmeyecek düzeyde katkı sağlamaları, KOBİ'lerin Türkiye ekonomisi için bir gösterge olma gibi rol üstlendiklerini göstermektedir.

KOBİ'ler, dengeli gelir dağılımının tesisindeki olumlu katkıları nedeniyle sosyal kalkınmada da önemli bir işlev görmektedirler. KOBİ'ler, faaliyet gösterdikleri bölgelerde istihdam ve gelir artışı sağlayarak, büyük şehirlere doğru göçü önlemekte ve bölgede, yaşama ve büyüme potansiyeli yüksek olan yeni işletmelerin doğuşuna ortam hazırlamaktadırlar. Diğer yandan, KOBİ'ler, bölgesel kalkınma süreci içerisinde, ülkenin tüm yaratıcı girişimci potansiyelini ortaya çıkarmakta ve kalifiye eleman yetiştirilmesinde de önemli katkılar sağlamaktadır.⁴⁴

Tablo 11. Türkiye'deki İşletmelerin Sektörel Dağılımı⁴⁵

Sektörler	İşletme Sayısı	%	Çalışan Sayısı	%
Ticaret	794.715	46,19	2.048.2644	32,38
İmalat	246.899	14,35	2.043.815	32,31
Ulaştırma, Depolama, Haberleşme	244.490	14,21	500.104	7,91
Otel ve Lokantalar	163.112	9,48	526.845	8,33
Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	90.919	5,28	213.400	3,37
Gayrimenkul, Kiralama ve İş	90.473	5,26	325.697	5,15
İnşaat	35.702	2,07	229.400	3,63
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	31.546	1,83	99.966	1,58
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	13.538	0,79	123.178	1,95
Eğitim Hizmetleri	5.692	0,33	76.435	1,21
Madencilik ve Taşocakçılığı	1.809	0,11	80.341	1,27
Elektrik, Gaz ve Su Dağıtım	1.703	0,10	57.591	0,91
Toplam	1.720.598	100,00	6.325.036	100,00

Tablo 11. incelendiğinde Türkiye ekonomisinde en çok işletme sayısı ve çalışan sayısının ticaret ve imalat sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerde olduğu

⁴⁴ Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2011 2013, s.28.

⁴⁵ TÜİK, 2003

görülmektedir. İşletme sayısı açısından öne çıkan bir diğer sektör de, ulaştırma, depolama ve haberleşme sektörüdür. Türkiye ekonomisinde en fazla istihdam sağlayan, ticaret ve imalat sektörleri toplam istihdamın % 64,69 gibi büyük bir orana sahiptir. Elektrik, gaz ve su dağıtım sektörü, hem işletme sayısı hem de istihdam ettiği çalışan sayısı olarak en düşük değere sahip olmuştur.

Tablo 12. Türkiye’de İmalat Sanayindeki İşletmelerin Ölçeklerine Göre Dağılımı⁴⁶

Çalışan Sayısı	İşletme Sayısı	%
Sadece İşletme Sahibi	1.509	0,61
1-9	220.030	89,12
10-49	20.325	8,24
50-99	2.453	0,99
100-150	946	0,38
151-250	719	0,29
250 +	917	0,37
Toplam	246.899	100,00

Tablo 12.’de Türkiye’de imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmeler sahip oldukları çalışan sayılarına göre sınıflandırılmıştır. 1-9 işçi çalıştıran işletmelerin Türkiye’deki imalat sanayinde toplam işletme sayısının %89’nu oluşturduğu görülmektedir. Türkiye’de KOBİ sınıflandırması ve KOBİ tanımlamasında, 1 ile 9 işçi arasında çalışan olan işletmeler küçük işletme olarak değerlendirilmektedir. İmalat sanayisinin Türkiye ekonomisinde toplam işletmelerin %14,35’ini toplam çalışan sayısının da %32,31’ini oluştururken, imalat sektörü içinde 1-9 işçi çalıştıran küçük işletmelerin Türkiye ekonomisi için ne kadar önemli bir rol oynadıkları Tablo 12.’de gösterilmektedir. Tablo 12.’de, 250’den fazla çalışanı olan işletmelerin Türkiye’deki imalat sektöründe işletme sayısı bakımından en düşük yüzdeye (%0,37) sahip olduğu görülmektedir.

⁴⁶ TÜİK 2003

Tablo 13. Türkiye’de İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren İşletmelere İlişkin Veriler (2001)⁴⁷

YIL	BÜYÜKLÜK GRUBU	İŞYERİ SAYISI	ORTALAMA ÇALIŞAN SAYISI	KATMA DEĞER (2001) (Bin Euro)	İŞYERİ SAYISI İÇİNDEKİ ORAN (%)	ORTALAMA ÇALIŞAN SAYISI İÇİNDEKİ ORAN (%)	KATMA DEĞER İÇİNDEKİ ORAN (%)	
2001	TOPLAM	TOPLAM	211.028	1.593.914	33.808.251.551	100	100	100
		1-9	199.735	500.721	1.927.226.924	94,65	31,41	5,70
		10-49	7.253	183.470	2.290.468.585	3,44	11,51	6,77
		50-99	1.697	119.953	1.800.700.911	0,80	7,53	5,33
		100-199	1.188	168.003	4.050.313.300	0,56	10,54	11,98
		200-499	762	232.429	6.295.094.353	0,36	14,58	18,62
		500 +	392	389.330	17.445.814.973	0,19	24,43	51,60
2001	DEVLET	TOPLAM	197.013	609.106	9.166.851.099	100	100	100
		1-9	196.755	494.221	1.891.412.597	99,87	81,14	20,63
		10-49	34	896	8.286.847	0,02	0,15	0,09
		50-99	16	1.273	30.424.597	0,01	0,21	0,33
		100-199	51	7.781	116.786.029	0,03	1,28	1,27
		200-499	87	27.203	667.698.286	0,04	4,47	7,28
		500 +	69	77.724	6.453.610.238	0,04	12,76	70,4
2001	ÖZEL	TOPLAM	14.015	984.808	24.641.400.452	100	100	100
		1-9	2.980	6.500	35.814.327	21,26	0,66	0,15
		10-49	7.219	182.574	2.282.181.738	51,51	18,54	9,27
		50-99	1.681	118.680	1.770.276.314	11,99	12,05	7,19
		100-199	1.137	160.222	3.933.527.271	8,11	16,27	15,96
		200-499	675	205.226	5.627.396.067	4,82	20,84	22,83
		500 +	323	311.606	10.992.204.735	2,3	31,64	44,6

Tablo 13.’daki veriler incelendiğinde Türkiye’de imalat sanayinde özel sektör kadar devletin de, sahip olunan işletme sayısı (197.013), çalıştırılan işgören sayısı (609.106) ve sağlanan katma değer miktarında (9.166.851.099.000 EURO) büyük rol oynadığı görülmektedir. İmalat sektöründe devletin KOBİ’lerle birlikte 1.593.914 işgören istihdam etmiş olması, KOBİ’ler ile devletin imalat sürecinde ülkedeki ekonomik refah düzeyini ne kadar etkilediğinin bir göstergesidir.

⁴⁷ TÜİK, 2001 (1 Avro: 1.281.287 TL)

1.1. Türkiye’de KOBİ’lerle İlgili Yaklaşımlar

1.1.1. Olumlu Yaklaşımlar

Bilişim çağının belirginleşen eğilimlerinin küreselleşme sürecinde ülke ekonomilerinin makro ekonomi politikalarını önemli ölçüde değiştireceği kaçınılmazdır. Çünkü çağımızın gereği olarak, bireylerin araştırmacı ve yaratıcı olmaları nasıl zorunluluk haline gelmişse, ekonomik sistemlerde yeni yaratıcılık ruhu çerçevesinde ortaya çıkacak yaratıcı fikirleri, rekabetçi bir piyasa ekonomisi içinde fırsat eşitliğinin tüm ekonomik birimlere yaratacak bir mekanizmayı kurmak zorunluluğu da arz etmektedir. Böyle bir mekanizmanın kurulmasının ve etkin işleminin temel taşlarından biri KOBİ’ler olacaktır. Bu durumun nedenleri şöyle sıralanabilir;

- Evrenselleşen piyasa ekonomisinin temeli olan rekabetin yerleşmesi ve sürdürülmesi KOBİ’lerin varlığına bağlıdır.
- KOBİ’ler teknolojik gelişmelerin kaynaklarından biridir.
- KOBİ’ler diğer işletmelere göre daha yenilikçidir. Değişme ve yenilikleri çabuk uygulama esnekliğine sahiptirler. Yerleşik büyük işletmelerin kısa sürede uyum esnekliği oldukça sınırlıdır.
- Ölçek ekonomisine dayalı yığın üretim sistemlerinin yerini farklılaşan özel ihtiyaçları karşılayacak ve çok sayıda farklı ürünü üretebilme yeteneğine sahip esnek üretim sistemlerine bırakmaktadır. Esnek üretim sistemlerinin gerektirdiği işletme tipi KOBİ’lerdir.
- Yeni ve yaratıcı fikirlerin gelişimini tüm toplum kesimini kapsayacak biçimde yaygınlaştırmanın en etkin yollarından biri, fırsat eşitliğini tüm ekonomik birimlere sağlamaktır. Toplumun tüm kesimlerini kapsayan, coğrafik olarak her yere yayılmış ve tüm ekonomik birimlerin genelinde %98’den fazlasını oluşturan ekonomik birimler KOBİ’lerdir.⁴⁸

1.1.2. Olumsuz Yaklaşımlar

KOBİ’ler; yetersiz özkaynağa sahip olmaları, teknoloji düzeylerinin genellikle düşük olmasıyla birlikte üretim verimliliklerinin de genellikle gereken düzeyde

⁴⁸ Ahmet KARAKOÇ, KOSGEB Kaynaklı KOBİ Destekleri ve Bütçe İlişkisinin Değerlendirilmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s.21.

gerçekleşmemesi, işletme fonksiyonlarının tek elde toplanmasının karar alma konusunda hızlı olunması avantajına rağmen, işletme sahip ve ortaklarının üretim, pazarlama, finansman ve yönetim konularının tümünde bilgili ve başarılı olmalarının mümkün olmamasına neden olmaktadır. Ayrıca kayıt KOBİ'lerde dışılığın mevcut olması ve bu nedenle gerçek performanslarının mali tablolarına yansıtılmaması, finansal kredi kuruluşlarında gerekli fonu temin etmelerinde birçok sıkıntıyla karşılaşmalarına neden olmaktadır. Bunların yanında, kayıt dışı personel istihdamı ve düşük ücretler nedeniyle kalifiye eleman sıkıntısı yaşamaları, ayrıca sosyal güvencesi olmayan personelin daha uygun şartlar bulması halinde işletmeden ayrılmalarının kolay olmasıyla personel sirkülasyonunun büyük işletmelere göre daha fazla olması sonucunu doğurmaktadır. Ayrıca uzun vadeli yatırımlarını finanse etmek için gereksinim duydukları fonları temin etmede şu nedenlerden dolayı zorluk yaşamaktadırlar.

- Tamamıyla istikrarlı denilemeyecek bir idari yapılarının olması,
- Sınırlı bir büyüklük,
- Büyük ölçekli firmalarla birlikte çalışma fikrine açık olmamaları,
- Üretim alanının darlığı ve talebe göre üretim yapılması nedeniyle hammadde stoku yapılmaması, böylece hammadde fiyatlarının artışlarından büyük ölçüde olumsuz etkilenme.⁴⁹

1.2. Türkiye'de KOBİ'ler İçin Öncelikler, Politikalar ve Eylemler

Türkiye'de ekonomik ve sosyal yapısında önemli bir yeri bulunan KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunların başında finansman güçlükleri ve maliyetleri gelmektedir. KOBİ'lerin Türkiye ve dünyadaki yerine bakıldığında da bu durum kendini açıkça göstermektedir. Nitekim Türkiye'de, imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin %99,5'i KOBİ'lerden oluşmaktadır. Yaratılan katma değer içindeki KOBİ'lerin payı %27,3 iken aynı zamanda imalat sanayindeki istihdamın %61'ini KOBİ'lerin sağladığı görülmektedir. Bütün bunlara rağmen KOBİ'lerin kredilerden aldığı payın ise düşük düzeylerde kaldığını görülmektedir. KOBİ'lerin kredilerden aldıkları pay düşük iken diğer finansman imkânlarından da haberdar olmadıkları görülmektedir. KOBİ'lerin dış

⁴⁹ KARAKOÇ, s,26.

finansman kaynaklarından banka kredisinin yanında leasing ve factoring imkânlarından faydalandıklarını belirtmiş olmalarına rağmen reel olarak rakamlar banka kredilerinin KOBİ'lere giden kısmının oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde KOBİ'lerin finansman kaynakları içinde %51-100 oranında öz kaynağa sahip işletmelerinin oranının %85.7 olarak tespit edilmiştir. Bu durum halka açılmama, kendi öz kaynakları ile iş yapma, yüksek faiz batağına saplanmama, hayatiyetlerini zora sokmama düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Öyle ki; KOBİ'lerin büyük çoğunluğu (%85.7) halka açılmayı düşünmediklerini belirtmektedirler. Hem büyümeyi, hem de fon teminindeki sıkıntıları olduğunu, ayrıca da ihracatı arttırma yönündeki taleplerine rağmen halka açılmayı şirket stratejisi arasına almamaktadırlar. Oysa büyüme stratejik konum elde etme açısından yeni finansman kaynaklarının varlığı ve bunların kullanılması gerekmektedir.⁵⁰

1.3. KOBİ'lere Sağlanan Devlet Destekleri

KOBİ'lerin gerek makro ekonomik istikrarsızlıklardan gerekse işletme yapılarından dolayı maruz kaldıkları sorunları çözebilmek amacıyla bazı destek sistemleri geliştirilmiştir. Bu sistemler ile KOBİ'lerin Genel Teşvik Sisteminde yer alan vergisel desteklerden yararlanma imkânı sağlamış ve büyük ölçekli işletmeler için geliştirilen belgeli sistem, KOBİ'lerin müracaat edebilecekleri ve yarar sağlayabilecekleri şekilde yapılandırılmıştır. Ayrıca bu sistem ile genel sistemde yer alan desteklere ilave olarak düşük faizli yatırım ve işletme kredileri de tahsis edilmiştir.

23.06.1999 tarihinde 99/1 sayılı Tebliğ çerçevesinde; yatırımları teşvik fonundan kredi tahsis imkanları incelendiğinde; Devlet Yardımları ile ilgili mevzuat çerçevesinde Araştırma- Geliştirme(Ar-Ge), Teknopark, Çevre Korumaya Yönelik Yatırımlar, Öncelikli Teknoloji Alanındaki Yatırımlar ve KOBİ Yatırımları ile Bölgesel Gelişmeye Yönelik Yatırımların desteklenmesi ve yönlendirilmesi amacıyla fondan kredi tahsisi yapılabilir. Bu çerçevede;

⁵⁰ Nihat Kaya, Ümit Peçen, **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler için Rekabet Stratejileri**, Demirbank Yayınevi, s,191.

1. Ar-Ge Yatırımı: Yeni ürün geliştirme, ürün kalite ve standardını yükseltme, maliyet düşürücü ve standart yükseltici yeni bir teknolojinin ülke şartlarına uyumunun sağlanması amacıyla yapılan araştırma ve geliştirme çabalarıyla, bu tür faaliyet sonuçlarını faydalı araç, gereç, malzeme, ürün, yöntem, sistem ve üretim tekniklerine dönüştürülmesi, mevcutların teknik açıdan iyileştirilmesi ve teknoloji uyarlanması için yapılan ve her aşaması belirlenmiş araştırma ve geliştirme çabaları için gerçekleştirilecek yatırımları,

2. Teknopark Yatırımı: Yüksek/ ileri teknoloji kullanan veya yeni teknolojilere yönelik küçük ya da orta ölçekli firmaların, bir üniversite ya da araştırma kurumunu imkanlarından yararlanarak teknolojik bir buluşu; ticari bir ürün, yöntem ya da hizmet halinde dönüştürmek için faaliyet gösterdikleri aynı üniversite ya da araştırma kurumu yakınında kurulan site yatırımlarını,

3. Çevre Yatırımı: Acil önlem gerektiren çevre kirliliklerinin giderilmesi dahil katı, sıvı, gaz, tehlikeli atık ve benzeri her türlü atığın toplanması, geri kazanılması, arıtılması ve bertaraf edilmesine ilişkin teknolojilere ilaveten doğal kaynakların rasyonel kullanımına yönelik “temiz üretim teknolojileri”, temiz ürünler üreten teknolojiler,” temiz biyoteknoloji”, “temiz enerji teknolojileri”, “sürdürülebilir tarım teknolojileri” gibi çevre ile uyumlu teknolojiler konusundaki yatırımları,

4. Öncelikli Teknoloji Alanındaki Yatırımlar: Bilim ve teknoloji yüksek kurulunca belirlenen yatırımlar,

5. Bölgesel Gelişmeye Yönelik Yatırımlar: Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Hakkari, Hatay, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şırnak, Tunceli ve Van illerindeki komple yatırımları ifade eder.⁵¹

⁵¹ Deniz Başaran ÇAYIR, Avrupa Birliğinde ve Türkiye’de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Teşvik Politikaları ve Türk KOBİ’lerinin Avrupa Birliğinde Rekabet Olanakları, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006, s.11,12.

1.4. Türkiye’de, KOBİ’lere Yatırım ve İhracat Teşvikleri Dışında Sağlanan Diğer Destekler

a) Ar-Ge Destekleme Sistemleri: Bu kapsamda, söz konusu faaliyetlerde bulunan firmalara proje bazında finansal destek sağlanmaktadır. Ayrıca, ürün geliştirme ve stratejik odak konuları projelerine de Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan sermaye desteği sağlamaktadır.

b) Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi: Uluslararası mevzuata uygun “çevre standartlarına uygunluk belgesi ve logosu” almak için yapılan harcamalar ve hassas eko-sistemlerin bulunduğu bölgelerde atık kontrolüne yönelik kamu yönetimindeki ortak tesislerden faydalanmaları ile ilgili olarak belgelendirilmiş harcamalarının belli bir kısmı bu kapsamda karşılanmaktadır.

c) Pazar Araştırma Desteği: Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından tespit edilen hedef pazarlara yönelik pazar araştırması yapan KOBİ’lerin ve bunların bir araya gelerek oluşturdukları SDTS (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri)’ nin yapmış olduğu harcamalar belli oranda karşılanmaktadır

d) Yurtdışı Ofis-Mağaza İşletme ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi: Türkiye dışında mevcut veya yeni açılacak ofis mağazaların kuruluş işletme ve tanıtım giderlerinin belirli bir kısmı finanse edilmektedir.

e) Yurtdışında Düzenlenen Fuar ve Sergilere Katılım Desteklenmesi: Söz konusu fuar ve sergilere katılan firmaların yapmış oldukları masraflar kısmen karşılanmaktadır.

f) Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi: Türkiye’de, uluslararası nitelikte fuar düzenleyen yerli organizatörlerin fuar öncesi ve sonrası faaliyetleriyle ilgili harcamaların belirli bir kısmı finanse edilmektedir.⁵²

⁵² Deniz Başaran ÇAYIR, Avrupa Birliğinde ve Türkiye’de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Teşvik Politikaları ve Türk KOBİ’lerinin Avrupa Birliğinde Rekabet Olanakları, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006.

2. TÜRKİYE’DEKİ KOBİ’LERE DESTEK VEREN ULUSAL VE ULUSLARARASI KURUM, KURULUŞLAR ve DESTEK PROGRAMLARI

KOBİ’ler bir ülkenin sosyo-ekonomik yapısı içerisinde endüstrileşmenin, sağlıklı kentleşmenin ve uygun dağıtım ve ticaret uygulamalarının sürükleyici faktörü önemli ve vazgeçilmez bir ögesini teşkil etmektedir. Hükümetler, son yıllarda çeşitli platformlarda Türk KOBİ’lerinin desteklenmesi ve her türlü yardımın yapılması için bütün meslek kuruluşlarını göreve çağırarak ve bu işletmelere yönelik düzeltmeler getirmektedirler.

Burada, Türk KOBİ’lerine finansal ve teknik yardım sağlayan ve çeşitli konularda danışmanlık hizmeti veren belli başlı kurum ve kuruluşlar tanıtılmıştır. Kesin bir ayırım yapılmamasına karşın, "Türk KOBİ’lerine destek veren ulusal ve uluslararası kurum kuruluşlar ve uygulanan destek programları" başlığı adı altında aşağıdaki beşli grupta hedeflenmiştir.⁵³

Kamu kurumu niteliğindeki kuruluşlar: KOSGEB, Türkiye Halk Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası Kredileri, KOBİ A.Ş. Kredi Garanti Fonu, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi ve El Sanatları Genel Müdürlüğü, Küçük Sanayi, Sanayi Bölge ve Siteleri Genel Müdürlüğü, GAP Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi, Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü ve Milli Produktivite Merkezi.

Mesleki teşekküller: Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf Kefalet Kooperatifleri ve Küçük Sanayi Kooperatifleri.

Özel kuruluş-vakıflar: Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı.

⁵³Tahir AKGEMCİ, KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s. 39
<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Yayinlar.aspx?ref=9&refContent=33>

Teknik yardım ve danışmanlık hizmetleri veren diğer kurum ve kuruluşlar ile Yurtdışı destekli veya örgütlü diğer kurum ve kuruluşlar: Hollanda Yönetim İşbirliği Programı, Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi, Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü Ankara Ofisi ve Avrupa Yatırım Bankası.⁵⁴

2.1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

KOSGEB; küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini yükseltmek ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini artırmak amacıyla kurulmuştur.

KOSGEB, ülkemiz KOBİ'lerinin varlığı ve yaşamlarını başarıyla sürdürebilmelerini kendine temel amaç edinen bir kurum olarak, aşağıda sıralanan hizmetleri sürdürmektedir.

- Bilgilendirme, Elektronik Ticaret
- İşletmelerarası İşbirliği Hizmetleri
- Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Destekleri
- Finansman Destek Hizmetleri
- Girişimciliği Geliştirme Hizmetleri
- Pazar Araştırma ve İhracatı Geliştirme Hizmetleri
- Bölgesel Kalkınma Hizmetleri
- Laboratuar Hizmetleri
- Danışmanlık Hizmetleri
- Kalite Geliştirme Hizmetleri
- Eğitim

⁵⁴ Birgül SARIKAYA KOSGEB 1999 Faaliyet Raporu
http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=3&vtadi=TPRJ%2CTTAR%2CTTIP%2CTMUH%2CTSOS&c=google&s_f=5&detailed=1&keyword=99337 s, 39

- Uluslararası Gözetim Hizmetleri ⁵⁵

2.2. Türkiye Halk Bankası

Türkiye Halk Bankası ülkedeki KOBİ'lerin finansman bankası olarak 1938 yılında kurulmuştur. Ancak zamanla görev alanı genişlemiş ve banka, uzun ve orta vadeli proje kredisi vermek, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Kuruluşlarının gelişmesini ve büyük sanayiye geçmesini sağlamak üzere danışmanlık hizmeti yapmak, proje ve teknik bilgi akışı ile desteklemek işlevlerini de üstlenmiştir.

Türkiye Halk Bankası'nca KOBİ'lere sağlanan teknik yardım ve danışmanlık hizmetleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Esnaf ve sanatkârların kooperatifler halinde örgütlenmelerine yardımcı olmak.
- Sanatkâr ve Küçük Boy İşletmelerin ürünlerinin pazarlanmasını sağlamak amacıyla çalışmalar yapmak.
- Esnaf ve küçük sanayicilerin eğitim sorunları ile ilgilenme mesleki görgü ve bilgilerini artırıcı çalışmalar yapmak.
- Küçük ve orta boy Sanayi İşletmelerinin gelişmesi ve büyük boy gruba geçişini kolaylaştırmak için danışmanlık hizmeti vermek; proje ve teknik bilgi sunarak destek sağlamak. ⁵⁶

2.3. Türkiye Vakıflar Bankası

Türkiye Vakıflar Bankası'nın kullandığı krediler, T.C Merkez Bankası reeskont, Dünya Bankası ve diğer kaynaklardan oluşmakta ve şu işkollarında kredi kullanılmaktadır:

Bitkisel üretim, Madencilik, Gıda sanayi, İçecek sanayi, Dokuma sanayi, Deri işleme sanayi, Kâğıt sanayi, Plastik ürünleri, İnşaat ve bayındırlık, Turizm, Depolama,

⁵⁵ Tahir AKGEMCİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s, 40 Erişim Tarihi 12.01.2010

⁵⁶ Tahir AKGEMCİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s, 41. Erişim Tarihi 12.01.2010

Seramik sanayi, Demir-çelik, Elektronik sanayi, Taşıt araçları ve parça imalatı, Diğer imalat sanayi, Sağlık, Eğitim, Makine imalatı.⁵⁷

2.4. KOBİ A.Ş.

Halkbank, Halk Leasing, TOBB ve TOBB'a, KOSGEB, TESK gibi kuruluşlar bir araya gelerek KOBİ'lere önemli finansman desteğinde bulunacak KOBİ AŞ'yi kurmuşlardır. KOBİ AŞ, KOBİ'lere ortak olarak sermaye desteğinde bulunacaktır. KOBİ AŞ'nin 1997–98 yılında kuruluş çalışmalarının tamamlanamaması nedeniyle Dünya Bankası ve Avrupa Birliği'nden gelecek olan 150 milyon dolarlık kredi paketinden yoksun kalmıştır. Kaçan bu fırsata alternatif olarak Avrupa Yatırım Bankası ve Dünya Bankası'ndan 50 milyon dolarlık kredi için girişimde bulunmaktadır.

KOBİ AŞ'nin kayıtlı sermayesi 320 milyar TL'dir. Bu sermayenin 100 milyar liralık bölümü Halkbank tarafından karşılanmış olup, 2001 yılı itibariyle sermayesi 1 trilyon TL'ye çıkarılmıştır. Halen çalışmaları süren KOBİ AŞ'de, öncelikle firmalar KOBİ AŞ'ye başvuracaklar. Başvurunun uygun bulunması halinde, firmaya yüzde 49 hisse hisse alınarak ortak olunacaktır. Böylece küçük işletmeler faizsiz kaynağa ulaşarak, finansman problemini çözeceklerdir.⁵⁸

2.5. Kredi Garanti Fonu A.Ş.

KGF, küçük ve orta ölçekli işletmeler için sağladığı kefaletle bu işletmelere destek vermekte, yatırımlarının ve işletmelerinin finansmanında banka kredisi kullanmalarını mümkün hale getirmektedir.

Gerçekten de özellikle yeni ve küçük işletmelerin banka kredisine ulaşması çok güçlü bir teminatı gerekli kılmaktadır. Öte yandan KOBİ'lerin uzun vadeli kredi kullanmalarında da bankaca talep edilen yüksek teminatlar önemli bir engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun dışında KOBİ'lerin işlerini büyütürken mevcut kredi

⁵⁷ Tahir AKGEMCİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s, 43.

⁵⁸ Tahir AKGEMCİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s, 48.

limitlerinin artırılmasında bankaca talep edilen ek teminatlar çoğu kez işletme ve banka arasında çözülmesi gereken bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

KGF, KOBİ'lere verdiği kefalet ve üstlendiği risk ile bu işletmelerin daha çok banka kredisi kullanabilmelerini sağlamakta, uzun vadeli ve uygun maliyetli kredilerden küçük işletmelerimizin de yararlanmasını mümkün hale getirmektedir. Bu sayede girişimcilik teşvik edilmekte, KOBİ'ler lehine ek bir kredilendirme yaratılarak ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkı sağlanmaktadır. KGF kefaletlerinde genç ve kadın girişimciliğin geliştirilmesi temel amaçtır. Yenilikçi yatırımların gerçekleştirilmesi, ileri teknoloji içeren küçük girişimler, ihracatın desteklenmesi, istihdam artışı sağlayacak yatırımlar ve bölgesel kalkınma amaçlı yatırımlar KGF kefaletlerinde öncelikli olarak değerlendirilen konulardır.⁵⁹

2.6. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi ve El Sanatlar Genel Müdürlüğü

Temel amacı, KOBİ'lerin işlerinin mevzuat çerçevesinde tanzim edilmesi ve denetlenmesi ile küçük sanat kooperatiflerinin kurulmasına yardımcı olmaktır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığının kuruluş konumunda; Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri planlamak, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içinde plan hedeflerine paralel olarak mevzuat düzenlemeleri yapmak, üst yapı kredisi sağlamak, KOBİ' lere örgütlenme, eğitim, tedarik, tanıtma ve pazarlama, teknik ve ekonomik konularda hizmet vermek, varlıklarını korumak ve geliştirmek için gerekli hukuki ve yönetsel düzenlemeleri yapmak gibi görev ve sorumluluklar sayılmıştır.

Bakanlığa bağlı Küçük Sanayi ve El Sanatları Genel Müdürlüğü, KOBİ ürünlerinin yurtiçi ve yurtdışı fuarlarda sergilenmesi gibi teknik ve ekonomik danışmanlık hizmetleri de vermektedir.⁶⁰

⁵⁹ Kredi ve Garanti Fonu A.Ş. Amaçlar, <http://www.kgf.com.tr/2amac.htm>

⁶⁰ Tahir AKGEMCİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s, 46.

2.7. Küçük Sanayi, Sanayi Bölge ve Siteleri Genel Müdürlüğü

Küçük sanayi siteleri veya bölgeleri şeklinde oluşmuş olup, KOBİ' lere finansal destek sağlamak amacıyla Kuruluşun bazı görevleri şunlardır.

Çeşitli illerde yapılan organize sanayi bölgeleri ve küçük sanayi sitelerini mevcut imar planlarına uygun olarak planlamak, küçük sanayi sitelerinin alt yapılarının tamamını, üst yapılarının ise % 70'ine kadar olan kısmını kredi ile desteklemek, organize sanayi bölgelerini kredilendirmek, inşaatlarını kontrol etmek ve denetlemek, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde plan hedeflerine paralel olarak gerekli mevzuat düzenlemelerini yapmak ve bütün bu faaliyetleri koordine etmek.

2.8. GAP Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi

GAP İdaresi ve Türkiye Kalkınma Bankası'nın ortak bir girişimi olup, GAP'a dâhil 9 ildeki KOBİ'lere kuruluş ve yatırım aşamasında; danışmanlık ve yatırım bankacılığı hizmetlerinin sunulması amacıyla taşımaktadır.

2.9. Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü

Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü'nce hazırlanan "Kalkınmada Öncelikli Yörelere Yapılacak İstihdam Yaratıcı ve Teşvik Belgeli Yatırımlar İçin Gerçek ve Tüzel Kişilere Hazine'ye Ait Arazi ve Arsaların Bedelsiz Devrine İlişkin Yönetmelik" uyarınca; en az 10 kişilik istihdam düzeyi amaçlayan teşvik belgeli yatırımlara karşılıksız hazine arsası tahsis edilebilmektedir. Tahsiste en yüksek istihdam üreten ve yatırım tutarı yüksek projelere öncelik verilmektedir. Ayrıca, Organize Sanayi Bölgeleri de öncelik kapsamındadır.⁶¹

2.10. Milli Prodüktivite Merkezi

580 sayılı kanunla kurulmuş olan Milli Prodüktivite Merkezi (MPM), yurt ekonomisinin verimlilik esaslarına uygun olarak gelişmesine yardımcı olacak tedbirleri

⁶¹ Tahir AKGMECİ, **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, Turhan Yayınevi, s, 47.

araştırmak, bu tedbirlerin uygulamaya konulmasını sağlayacak çalışmalarda bulunmak, kamu ve özel sektör işyerlerindeki verimliliği artıracak yöntemleri saptamak ve bunların uygulama imkânlarını araştırmak ve milli prodüktiviteyi ölçmekle görevlendirilmiştir. Merkez, işletmelere danışmanlık, eğitim ve teknik bilgi hizmetleri vermektedir. MPM, retim, insan kaynakları ve hizmet içi eğitim alanlarında eğitim çalışmaları yapmak; eğitim, yeniden örgütlenme ve ücret sistemleri alanında danışmanlık yapmak; teknik bilgi vermek; soruları yanıtlamak, teknik gelişmeleri yayınlamak, işletmecilikteki son gelişmeleri iletmek gibi hizmetleri yerine getirmektedir.⁶²

2.11. Sanayi Kooperatifleri

Bölgesel sanayi siteleri ve organize sanayi bölgelerinde bulunan işletmelerin bir araya gelerek kurdukları kuruluşlardır. Üyelerin rnlerinin alım ve pazarlanması işlevlerini yerine getirmektedir. yelerini gereken platformlarda temsil etmek, iş süreçleriyle ilgili üyeleriyle ilişki kurmak isteyen diğer yerli ya da yabancı kuruluşlarla yardımcı olmak görevleri arasındadır.

2.12. Esnaf ve Sanatkrlar Kefalet Kooperatifleri

Küçük esnafın finansman ihtiyacını karşılamak amacı ile kurulmuştur. Birliğinin asıl amacı, ye kooperatiflerin ve birliklerin eğitim, denetim ihtiyaçlarını gidermek ve kamu kaynaklarının verimli ve etkili kullanımını sağlamak üzere faaliyet göstermektir. Gelişen ve değişen dünya koşullarına ayak uydurabilmek için kendi bünyesinde organizasyon yapmış, yeni bir yapılanma anlayışı ile Uluslararası organizasyon ve kuruluşlara üyelik başvurusu yaparak dinamik, ağdaş ve üretken bir çalışmanın yapılmasına katkı sağlamayı amaçlamıştır.⁶³

⁶² Tahir AKGEMCİ, **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, Turhan Yayınevi, s. 48.

⁶³ TESKOMB Kurulun Amaç ve Misyonu. <http://www.teskomb.org.tr/index.asp?p=40> Erişim Tarihi, 18/09/2013.

2.13. Ticaret ve Sanayi Odaları

Ticaret ve Sanayi Odaları, üyelerinin mesleki sorunlarının çözümlenmesi amacıyla araştırmalar yapmakta, bunları yayımlamakta ve eğitim seminerleri, panel ve toplantılar düzenlemektedirler. Üyelerin; ekonomik, mesleki ve sosyal sorunları ilgili mercilere iletilmekte, takip edilmekte ve kamuoyu oluşturulmaktadır. Odalar, üyelerini ilgilendiren hukuki düzenlemelerin her aşamasında görüş bildirerek hükümetlere müşavirlik görevi görmektedirler.

Ayrıca, esnaf ve küçük sanatkârların sicilini tutmak, üyelerinin mesleki, ekonomik ve sosyal gereksinimlerini gidermek, mesleki ilerlemelerinde yardımcı olmak, sorunların çözümü için araştırmalar yapmak, yayınlamak, eğitim seminerleri düzenlemek gibi işlevlerde de bulunmaktadır.⁶⁴

2.14. Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı

TOSYÖV KOBİ'lere hizmet vermek amacıyla 1989 yılında Ankara'da kurulmuştur. Amacı, hür teşebbüs ilkesine dayalı ekonomik yapının ülkemizde gelişmesine destek olmak ve toplum düzenimizde özel teşebbüs ve serbest pazar ekonomisi uygulamalarının yayılmasına yardımcı olmaktır.

Vakıf, ülkemizin ekonomik politikası ile ilgilenen kişilere ve özel girişimcilere, serbest meslek mensuplarına, özel ve kamu kesiminde çalışan yöneticilere hitap etmektedir. TOSYÖV Vakfının amacı KOBİ'lerin problemlerini ortaya koyarak bu problemlere çözüm yolları bulmaktır. Aynı zamanda, küçük ve orta ölçekli işletmelerin, kadın ve genç girişimcilerin yolunu açmak, üretim ve rekabet gücünü artırmak, sağlıklı bir kalkınma için KOBİ'lerin büyümesini sağlamak TOSYÖV'ün amaçlarını oluşturmaktadır.⁶⁵

⁶⁴Tahir AKGMEÇİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s,50
<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Yayinlar.aspx?ref=9&refContent=33>

⁶⁵Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı,
http://www.tosyov.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=27.

2.15. Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi

Balkan İşbirliği Süreci çerçevesinde dördüncüsü 9–10 Haziran 1997 tarihlerinde Yunanistan'ın Selanik kentinde yapılan Dışişleri Bakanları Toplantısı sonucunda "Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi"nin Türkiye'de kurulması kararlaştırılmıştır. Bu merkez aracılığıyla, Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi ile Balkan ülkeleri arasındaki ekonomik ve ticari işbirliğinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu amaca yönelik olarak İGEME'nin Balkan ülkeleri nezdinde bir bilgi Merkezi olması ve Balkan ülkelerine ilişkin ticari bilgileri ilgili kesimlere elektronik ortamda veya hızla aktarması ve bölgesel ticaretin geliştirilmesi amacıyla çeşitli organizasyonlar gerçekleştirmesi planlanmaktadır.⁶⁶

2.16. Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (United Nations Industrial Development Organization UNIDO)

Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO), gelişmekte olan ülkelerin sınai kalkınma faaliyetlerine destek olmak amacıyla 1966'da kurulmuş, 1986'da BM'in bir uzman kuruluşu olmuştur. Yabancı yatırım, uygun teknolojilerin geliştirilmesi ve transferi, KOBİ'lerin güçlendirilmesi ve çevresel konular, Türkiye-UNIDO ilişkilerinin her düzeyde geliştirilebileceği alanlar arasında yer almaktadır.⁶⁷

2.17. Avrupa Yatırım Bankası (European Investment Bank-EIB)

Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Birliği'nin finansman kuruluşu olup, kamu ve özel sektör kuruluşlarına uzun vadeli finansman sağlamak suretiyle Birliğin politik hedeflerinin hayata geçirilmesine yardımcı olmaktadır. Avrupa Yatırım Bankası, kâr amacı gütmeyen bir kurum olup, özellikle kalıcı projelerin finansmanını sağlamaktadır. Banka, Avrupa Birliği'ne üye devletlere ait olup, kurulduğu 1958 yılından bu yana Birliğe üye ve partner ülkelerdeki projelerin desteklenmesi için 540 Milyar Euro'dan fazla finansman sağlamıştır.

⁶⁶ Tahir AKGEMCİ, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, s,52 Erişim Tarihi 12.01.2010

⁶⁷ T.C. Dış İşleri Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü,
http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-sinai-kalkinma-teskilati-_unido_.tr.mfa.

Bankanın sunmuş olduğu finansal enstrümanlar yelpazesinin genişletilmesi ve yerel para birimi bazında kredi sağlanması suretiyle yabancı kökenli şirketlerin yanı sıra özellikle de ulusal özel sektörün teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Özellikle kırsal kesim planlarını hedef alan doğrudan yabancı yatırımlara tanınan öncelik bundan sonra da devam edecek, bu bağlamda az gelişmiş bölgelerdeki gelişmeyi teşvik eden projelerin yanı sıra sınır ötesi ticareti veya bölgesel entegrasyonu canlandıracak girişimler de desteklenmektedir.⁶⁸

2.18. Teknik Yardım ve Danışmanlık Hizmetleri Veren Diğer Kurum ve Kuruluşlar

KOBİ'lere iş faaliyetlerinde ihtiyaç duydukları konularda doğrudan destek veren kurum ve kuruluşlardır. Bu kuruluşlar kendi uzmanlık alanlarına göre gerek teknik yardım ve destek veren, gerekse periyodik veya sürekli olarak KOBİ'lere danışmanlık hizmeti verebilecek nitelikte kuruluşlardır.

- Üniversiteler (Yüksek Öğretim Kurumları),
- Yüksek Teknoloji Enstitüleri,
- Fakülteler,
- Meslek Yüksekokulları,
- Araştırma Enstitüleri, Konsey, Vakıf ve Diğerleri,
- İlgili Meslek Kuruluşları,
- TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kooperatifi),
- Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK),
- İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME),
- MESS Vakfı,
- Mesleki Eğitim Küçük Sanayi Destekleme Vakfı (MEKSA),

⁶⁸Avrupa Yatırım Bankası (EIB) Dış Ekonomik ilişkiler Kurulu
http://www.deik.org.tr/pages/TR/DEIK_CokTaraflıKuruluslar.aspx?ctID=13&IKID=10

- Avrupa Küçük İşletmeler Konseyi (ECSB),
- İktisadi Kalkınma Vakfı.

3. AVRUPA BİRLİĞİ ENTEGRASYON SÜRECİNDE TÜRKİYE'DE KOBİ'LER

3.1. AB'ne Göre KOBİ Tanımlaması

Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler çalışan sayısı ile yıllık ciroları veya bilançolarına göre tanımlanmaktadır. Avrupa Birliği'nde 1996 yılında belirlenen "KOBİ Tanımı" 2003 yılında yapılan yeni tanımın 01 Ocak 2005 tarihinden itibaren yürürlüğe girmesiyle değişmiş olup, tüm üye ülkeler ve aday ülkelerin KOBİ tanımlarını AB tanımına uyumlaştırmaları gerekmektedir.⁶⁹

Yeni tanımla gelen önemli değişiklikler firmaların bağımsızlığı ilkesi ve mikro işletmelerin tanımlanmasında kullanılan mali eşiklerdir. Yeni tanıma göre, cirosu 50 milyon Euro'nun altındaki işletmeler orta ölçekli sayılmaktadır. Bunun yanı sıra büyük bir grubun bir KOBİ'nin yüzde 25'ten fazla hissesine sahip olmaması şartı aranmaktadır. Çalışan sayısı aynı kalmış; mali tavanlar ise 1996 yılından beri gerçekleşen fiyat ve üretkenlik artışları göz önünde tutularak yükseltilmiştir. 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren AB'de KOBİ tanımı 250'den az işçi çalıştıran işletmeler olarak yapılmıştır. Orta ölçekliler 50-250 işçi çalıştıran, küçük işletmeler 50'den az işçi çalıştıran ve çok küçük işletmeler ise 10'dan az işçi çalıştıran işletmeler olarak tanımlanmıştır.⁷⁰

3.2. Türkiye ve AB'deki KOBİ'lerin Karşılaştırılması

AB'ye üye olan ülkelerde yapılan KOBİ tanımlamaları incelendiğinde, sınıflamalar arasından küçük farklılıklar olsa da, benzer değişkenler gözlenebilmektedir. Bu benzerlik aynı zamanda, bu ülkelerdeki KOBİ'lerin finansal ve yönetim yapılarında ve ülke ekonomileri içindeki etkilerinde görülebilmektedir.

⁶⁹ KOBİ STRATEJİSİ EYLEM PLANI 2007-2009 Devlet Planlama Teşkilatı s,20.

⁷⁰ Öznur ŞAKLAK, Türkiye'nin KOBİ Politikaları ve Bu Politikaların AB ile Karşılaştırılması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,19.

Türkiye'de KOBİ'ler sayı olarak AB ülkelerine yakın, istihdam sağlama açısından yaklaşık, üretim açısından yaklaşıma çalışan, kredi payları açısından ise AB KOBİ'lerini çok uzaktan takip eden bir durumdadır. Toplam ihracat paylarını ele aldığımızda, Türkiye'deki KOBİ'lerin ihracat payı, AB üyesi ülkelerin ihracat paylarının çok altındadır. Yani; Türkiye'de KOBİ'lerin birçoğu uluslararası piyasalara uygun şekilde ürün üretmemekte ve uluslararası piyasalarda rekabet edememektedir. Ayrıca KOBİ'ler ihracat için gerekli bilgiden ve bu işleri yapabilecek personelden yoksundurlar. Bu sebepten KOBİ'lerin ihracat payları AB'deki KOBİ'lere göre daha düşüktür.⁷¹

3.2.1. Çalışan Kişi Başına Düşen Katma Değer Farklılıkları

İstihdam edilmiş personelin aktif iş faaliyetlerinden dolayı işletmeye sağladığı mali veya beşeri fayda, o personelin katma değeri olarak nitelendirilir. Büyüklükleri farklı olan işletmelerde çalışan personel başına sağlanan katma değer farklılıkları gösterir. Aynı zamanda, işletmelerin faaliyet gösterdikleri ülke ve piyasalara göre işgörenlerin sağladıkları katma değer açısından farklılıklara rastlanabilmektedir.

Tablo 14. İşletme Büyüklüklerine Göre, AB ve Türkiye'de Personel Başına Sağlanan Katma Değerdeki Farklılıklar.⁷²

İşletme Büyüklüğü	Ülke Grupları (Sadece imalat sanayinde)			
	Avrupa-15	İzlanda, Norveç, İsveç	Avrupa-19	Türkiye
Mikro (1-9 kişi)	30	55	30	30
Küçük (10-49 kişi)	50	50	50	92
Orta (50-250 kişi)	95	60	90	141
Büyük (250+ kişi)	90	85	90	278

⁷¹ Öznur ŞAKLAK, Türkiye'nin KOBİ Politikaları ve Bu Politikaların AB ile Karşılaştırılması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,93

⁷² Rasih DEMİRCİ, Ayşe AKPINAR İzzet ÇEVİK, AB ve Türkiye'de Esnaf Sanatkarlar Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmeler, TESKOMB Yayını 2001 s,117.

3.2.2. Türkiye ve AB'deki KOBİ'lerin Devlet Yardımlarının Değerlendirilmesi

AB'de devlet yardımlarına genel olarak bakılırsa, teşvik araçlarının daha çok kredi programları, ihracat kredi sigortası ve garanti programları çerçevesinde yoğunlaştığı, özellikle devlet garantisi altında dış kaynaklı kredi kullanımının yaygın olduğu görülmekte, ayrıca kredi programlarının sigorta ve garanti mekanizmaları ile tamamlayıcı nitelik taşıdığı belirlenmektedir. Türkiye'de benzer araçlar kullanılmakla birlikte, ihracat kredilerinde ağırlıklı olarak düşük faizli devlet kaynağına yönelik kredi programları uygulanmaktadır. AB'de kredi programlarının sigorta ve garanti mekanizmaları ile bütünleşerek etkin biçimde uygulanmasının en önemli nedenlerinden biri, AB ülkelerindeki ekonomik istikrarın sağlanmış olmasıdır.

Avrupa Birliği, verilen destek unsurlarının dışında bunların etkileri ve amaçları ile ilgilenmektedir. Türkiye'de bu tedbirlerin uygulanması, takibi ve kontrolü Hazine Müsteşarlığı yanında görevlendirilen diğer birimlerce yürütülmekte olduğundan, verilen desteklerin firma ve ekonomiye etkileri ve gerçekleşme değerleri ile ilgili bilgilerin sağlıklı olarak toplanabilmesi, ancak alınan karar ile görevlendirilen birimlerle irtibat halinde olduğu zaman temin edilebilir. Ayrıca verilen desteklere bakıldığında bu desteklerin büyük çoğunluğunun vergi muafiyeti ve istisnası şeklinde olduğu görülmektedir. Bu desteklerin bölgesel gelir dağılımı dengesizliğini giderici ve genel nitelikli olduğu göz önüne alındığından uygulamayı sübvansiyondan farklı olarak ülkenin ekonomik ve sosyal dengesizliklerini giderici vergi politikaları şeklinde değerlendirmek mümkündür.⁷³

⁷³ Ufuk SÖYLEMEZ Türkiye'nin Teşvik Sisteminde Bazı Yeniliklere İhtiyacı Var, Asomedyo Dergisi, Yayınlanmış Makale, Mart 1997 s.6-9

3.2.3. Türkiye ve AB Ülkelerindeki KOBİ'lerin Araştırma Geliştirme (AR-GE) Faaliyetlerinin Karşılaştırılması

Türkiye'deki KOBİ'lerin AB ülkelerindeki KOBİ'lere göre yetersiz kaldığı noktalardan biri AR-GE faaliyetlerinde gözlemlenen farklılıklardır. AB ülkelerindeki KOBİ'lerin AR-GE faaliyetlerinin Türkiye'deki KOBİ'lere göre üstün olduğu tespit edilebilir. Bu durumu destekleyecek veriler Tablo 15.'de verilmiştir.

Tablo 15. AB Ülkeleri ve Türkiye'deki Ar-Ge Harcamaları Oranları (%)⁷⁴

Ülkeler	İşletme Grupları			
	<100 Çalışan	10-150 Çalışan	500-1.000 Çalışan	1.000> Çalışan
Almanya (1995)	5.4	9.0	4.8	80.8
Belçika (1995)	19.0	17.3	12.3	51.4
Birleşik Krallık (1997)	5.9	23.0	12.5	58.6
Danimarka (1995)	10.3	30.4	14.6	44.7
Finlandiya (1997)	14.3	15.0	14.5	56.2
İspanya (1995)	17.9	30.1	17.3	34.7
İsveç (1997)	3.3	12.8	11.2	72.7
İtalya(1995)	4.3	15.5	15.1	65.1
Türkiye (1996)	6.0	31.5	13.2	49.2

100 kişi veya daha az çalışanı olan işletmeler açısından yapılan incelemede, Danimarka, Finlandiya ve İspanya gibi ülkelerin Türkiye'ye göre bu işletme grubunda daha fazla ar-ge harcaması yaptıkları tespit edilmektedir. Ancak Almanya, İtalya ve Birleşik Krallık gibi gelişmişlik düzeyi daha yüksek ülkelerin Türkiye'ye göre bu işletme grubunda daha az ar-ge harcaması yaptığı görülmektedir. Başlangıç için biraz şaşırtıcı gelen nokta, bu karşılaştırmanın oransal olarak yapıldığı ve harcama tutarının

⁷⁴ ŞAKLAK, s,98

dikkate alınmadığı düşünüldüğünde anlam kazanmaktadır. Bu son grup ülkelerde ar-ge için ayrılan tutarın yüksekliği göz önüne alındığında, bu toplam üzerinden KOBİ'lerin ar-ge harcama oranları Türkiye'ye göre daha düşük görünse de, tutar olarak çok büyük boyutlara ulaşmaktadır.⁷⁵

3.3. Devlet Planlama Teşkilatının KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007–2009)

AB'nin KOBİ tanımına uyumun sağlanması hususu; Türkiye'nin, AB'ye adaylık sürecinde Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanarak Türkiye'ye sunulan İlerleme Raporlarında ve 2003 yılında Türkiye için hazırlanan Katılım Ortaklığı Belgesinin kısa vadeli tedbirleri arasında da vurgulanmaktadır. KOBİ'lere ilişkin tüm uygulamalarda, AB'ye uyumlu bir tanımın kullanılması amacıyla gerekli yasal düzenlemenin gerçekleştirilmesine yönelik olarak bu çalışmalar, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmüş ve 16 Nisan 2005 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 5331 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanuna Bir Ek Madde Eklenmesine İlişkin Kanun çerçevesinde tanımın belirlenmesine yönelik hukuki altyapı oluşturulmuştur. Bu kanuna istinaden yürütülen KOBİ Tanımı uyum çalışmaları çerçevesinde hazırlanan "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik", 2005/9617 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ekinde 18 Kasım 2005 ve 25997 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış ve 18 Mayıs 2006 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik KOBİ tanımlamasını şu şekilde yapmaktadır.⁷⁶ Küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ): İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan ve bu Yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca "KOBİ" olarak adlandırılan ekonomik birimlerdir.⁷⁷

⁷⁵ Öznur ŞAKLAK, Türkiye'nin KOBİ Politikaları ve Bu Politikaların AB ile Karşılaştırılması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,99

⁷⁶ KOBİ STRATEJİSİ EYLEM PLANI 2007-2009 Devlet Planlama Teşkilatı s,20.

⁷⁷ Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri Ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik,

<http://rega.basbakanlik.gov.tr/Eskiler/2005/11/20051118-5.htm>

Tablo 16. AB KOBİ Tanımı ve Türkiye'deki Yeni KOBİ Tanımı (Tüm Sektörler İtibariyle)⁷⁸

	Tanım Kriteri	Mikro İşletme	Küçük İşletmeler	Orta Ölçekli İşletmeler
AB	Çalışan Sayısı	<10	<50	<250
	Yıllık Net Satış Hasılatı	<2 Milyon Avro	<10 Milyon Avro	<50 Milyon Avro
	Yıllık Mali bilançosu	<2 Milyon Avro	<10 Milyon Avro	<43 Milyon Avro
TÜRKİYE	Çalışan Sayısı	0-9	10-49	50-249
	Yıllık Net Satış Hasılatı	<1 Milyon TL (606,000 Avro)	<5 Milyon TL (3 Milyon Avro)	<25 Milyon TL (15.15 Milyon Avro)
	Yıllık Mali Bilançosu	<1 Milyon TL (606,000 Avro)	<5 Milyon TL (3 Milyon Avro)	<25 Milyon TL (15.15 Milyon Avro)

Tablo 16. incelendiğinde Türkiye'deki KOBİ'lerin çalışan sayısı, yıllık satış hâsılatı ve yıllık mali bilanço değeri gibi kriterler sınıflandırma ve tanımlama yapılmasında esas alınmıştır. Çalışan sayısına göre sınıflandırmada AB ülkelerindeki sınıflandırmayla benzerlik gösterilmiştir. Yıllık satış hâsılatı kriterinde ise, büyük oranda farklılıklar mevcuttur. Satış hâsılatında AB ülkelerindeki KOBİ'ler Türkiye'deki KOBİ'lere göre üç katından daha fazla değerlere sahip olacak şekilde sınıflandırılmıştır. Aynı durum yıllık mali bilanço değerlerinde de gözlenebilmektedir. Bu durum Türkiye'deki KOBİ'lerin AB ülkesi KOBİ'lerden daha düşük mali değerlere ve finansal yapıya sahip olmalarından kaynaklanmaktadır.

3.4. Avrupa Birliği Katılım Ortaklığı Sürecinde KOBİ'leri İlgilendiren Olumlu Gelişmeler ve Yaşanan Eksiklikler

AB Komisyonununun 9 Kasım 2005 tarihinde yayınladığı 2005 Türkiye İlerleme Raporunu, Strateji Belgesini ve Yenilenmiş Katılım Ortaklığı Belgesine göre KOBİ'leri ilgilendiren olumlu gelişmeler ve eksiklikler bulunmaktadır.⁷⁹

⁷⁸ DPT (KOBİ Strateji Eylem Planı 2007–2009 s,22)

⁷⁹ Ramazan AKTAŞ KOBİ'lerin Ülke Ekonomisinde Taşdığı Önem, Sorunları ve Çözüm Önerileri <http://www.sbe.yildiz.edu.tr/KOBİ.pdf s.13>

3.4.1.Olumlu Gelişmeler

- Yarım zamanlı ve süreli kontratlı iş imkanları sayesinde istihdam piyasalarının biraz daha esnekleşmesi,
- Merkez Bankasının enflasyonist baskıları azaltması ve faiz oranlarının düşmesi,
- Merkez Bankasının 2006'dan itibaren enflasyon hedeflemeye geçmesi,
- Mali disiplinin daha da güçlenmesi,
- Faiz dışı fazla hedeflerinin tutması,
- 2003 yılında GSYH' nin %9,7si olan bütçe açığının %3,9'a gerilemesi,
- Vergi gelirlerinin 2004 yılında % 20 oranında artması,
- Piyasaların güveninin artması sonucunda daha kolay ve daha uzun vadeli borçlanma imkanlar bulunması,
- Türk Lirası olarak borçlanma kapasitesinin artması,
- Fiyat serbestleşmesi,
- Pazar ekonomisi için gerekli olan yasal çerçevenin büyük ölçüde oluşturulması,
- Pazara girişin önündeki engellerin büyük bölümünün kaldırılması,
- Mülkiyet haklar dâhil olmak üzere yargı sisteminin işleminde ilerleme sağlanması,
- Özel sektöre verilen kredilerin artması(2003 yılında GSYH'ye oran % 18,6 iken Mayıs 2005'te % 24,4 oldu),
- Kredi ve mevduat faizleri arasındaki faiz oranının azalması (2003'te %18 iken 2004'te % 8 oldu),
- Başarısız kredi oranındaki düşüşün sürmesi,
- Bankacılık ve mali sektörün gelişimini sürdürmesi,
- Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsasının açılması,
- Kurumsal Yönetim gerekliliklerinin güçlendirilmesi,

- Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurumu ve Merkez Bankasının Basel II çerçevesinde yeni sermaye yeterlilik kurallarının uygulanması hazırlıklarına başlanması,
- İstikrarlı ekonomik gidişin ekonomik ve iş ortamı üzerinde olumlu etkisi,
- Eğitim düzeyinin yükselmesi,
- Eğitimi iyileştirmek için önceliklerin belirlenmesi ve bütçe kısıntılarının yapılmaması
- Sermaye birikiminin hızlanması,
- Yıllık Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) girişinin artması,
- Gayri safi sabit sermaye yatırımlarının GSYH'ya oranla % 26 artması,
- Devlet bankalarının işlem kalitesinin ve organizasyon yapısının bir derece iyileşmesi,
- Tarım ekonomisinden hizmet ekonomisine geçişin sürmesi (tarım sektörünün katma değeri %11 iken hizmet sektörünün % 62),
- Rekabet Kurulunun adil bir rekabet ortam sağlamak için çabalaması.⁸⁰

3.4.2.Eksiklikler

- Dış ticaret açığı ve cari işlemler açığının artması,
- Ekonomi politikalarının belirlenmesi ve uygulanması sürecinde sorumlulukların farklı bakanlıklarca üstlenilmesi ve aralarındaki eşgüdüm eksikliğinin uzun zaman alması,
- Sosyal güvenlik reformuna ilişkin yasa tasarısının benimsenmesinin ertelenmesi,
- Bölgesel vergi teşvikleri gibi bazı geçici hükümet politikalarının mali sürdürülebilirliği riske atarak, reform programının güvenilirliğini zedelemesi,
- İşsizlik oranının genç nüfus başta olmak üzere çok yüksek olması,
- Kadınların işgücüne katılım oranının düşük olması,

⁸⁰ Ramazan AKTAŞ KOBİ'lerin Ülke Ekonomisinde Taşıdığı Önem, Sorunları ve Çözüm Önerileri <http://www.sbe.yildiz.edu.tr/KOBİ.pdf> s.13

- Etkin istihdam politikalarının kapsamının sınırlı olması ve piyasadaki dengesizlikleri düzeltmede yetersiz kalması,
- Pazardan çıkışın önündeki engellerin sürmesi,
- Özellikle ticari mahkemelerin yavaş çalışması,
- Fikri mülkiyet haklarına ilişkin yasaların etkin bir şekilde uygulanamaması,
- Piyasada var olan ekonomik dinamizm ve fırsatlara rağmen risk sermayesi oluşumunun yetersiz kalması,
- Mali sektör denetiminin daha da güçlendirilmesi,
- Baz sektörlerde devlet müdahalesinin sürmesi,
- Bütçeden eğitime ayrılan payın 1999–2003 döneminde de olduğu gibi GSYH'nin %4 oranında sınırlı kalması,
- Altyapı yatırımlarının sınırlı olması sonucunda yol ve demiryolu yapılamaması,
- Bütçe kaygısı nedeniyle kamunun sabit sermaye yatırımlarını sınırlaması,
- 2001 krizinden sonra başlayan şirketlerin yeniden yapılanma çalışmalarının yavaşlaması,
- Devlet bankalarının yeniden yapılanmasının yavaşlaması ve bazı ayrıcalıkların sürmesi,
- Enerji sektörünün yeniden yapılanmasının yavaş olması,
- KOBİ'lerin sermaye erişiminin sınırlı olması,
- KOBİ'lerin verimlilik ve teknoloji düzeylerinin yetersiz olması,
- Rekabet politikası kapsamında devlet yardımlarının düzenleyen yönetmeliklerin benimsenmemesi ve denetleme kurumunun kurulmaması, Rekabet Kurulu'nun çalışmalarının etkisinin, yavaş yargı süreci ve yasama nedeniyle kısıtlanması.⁸¹

⁸¹ Ramazan AKTAŞ KOBİ'lerin Ülke Ekonomisinde Taşıdığı Önem, Sorunları ve Çözüm Önerileri <http://www.sbe.yildiz.edu.tr/KOBİ.pdf>, s,15.

4. TÜRKİYE’DE KOBİ’LERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Türkiye’deki KOBİ’ler ülke ekonomisinde büyük önem taşımalarına rağmen, genel faaliyet konularında ciddi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunların etkileri, işletmenin faaliyet gösterdiği endüstriye, işletmenin fiziki ve mali büyüklüğüne ve sahip olduğu kaynaklara göre farklılık göstermektedir.

Türkiye’deki KOBİ’lerin karşılaştıkları temel sorun alanları, üretim, pazarlama, finans ve genel yönetim konularında yaşadıkları sorunlardır.

4.1. KOBİ’LERİN ÜRETİM YÖNETİMİ KONUSUNDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Üretim yöntemleri açısından KOBİ’lerde emek yoğun üretim teknikleri daha yaygın olarak görülmektedir. Bunun nedeni ise KOBİ’lerin düşük sermaye ile kurulmuş olmalarından kaynaklanmaktadır. KOBİ’ler üretimlerini gerçekleştirirken gerek kendi seviyesindeki işletmelerle ve gerekse büyük işletmelerle rekabet etmek zorundadırlar. Fakat bu alanda da önlerinde önemli sorunlar bulunmaktadır. KOBİ’lerin önlerine çıkan sorunları iki grupta toplamamız mümkündür. Birinci grubu tedarik aşamasında yaşanan sorunlar, ikinci grubu ise mal veya hizmetin üretimi sürecinde yaşanan sorunlar oluşturmaktadır.⁸²

4.1.1. Üretim Sürecinde Tedarik Aşamasında Karşılaşılan Sorunlar

KOBİ’ler genel faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için dışarıdan bazı mal ve hizmetleri satın almak zorundadırlar. İşletme büyüklüklerine ve ürettikleri mal veya hizmet grubuna göre bu satın alma süreci farklılık göstermektedir.

Üretim maliyetlerini doğrudan etkileyen tedarik süreci, başarılı satın alma veya tedariklenme politikaları ile KOBİ’lerin rakipleri karşısında avantajlı bir duruma gelmelerini sağlayabilir. Daha uygun fiyatlarla ihtiyaç duyduğu ara mamul veya hammadde satın alabilen KOBİ’ler daha uygun fiyatlarla müşterilerine mal ve

⁸² Tolga YILMAZ Türkiye’deki KOBİ’lerin Sorunları ve Çözüm Önerileri Yayınlanmış Yüksek Tezi 2005 s,8.

hizmetlerini satma şansını elde edeceklerdir. Bu durum tedarik sürecinin önemini ortaya koymaktadır.

KOBİ'lerin çeşitli malzemelere ilişkin sipariş hacmi büyük işletmelere göre daha düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu işletmeler, büyük işletmelere göre finansman ve çalışma sermayesi bakımından daha kısıtlı imkânlarla sahip olduklarından malzeme alırken sipariş miktarlarında, kısıtlamaları da göz önüne alarak sipariş vermek zorunda kalmaktadırlar. Bunun sonucunda daha az fiyat indirimi (iskonto) sağlanabilmekte, bu da birim mamul maliyetini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu işletmelerin büyük hacimli sipariş verip iskontolardan faydalanma yoluna gitmeleri halinde ise stok maliyetleri artmaktadır. Dolayısıyla bir maliyet kıskacı içinde kalmaktadırlar. Esasen bu işletmelerin finansal imkânları da genellikle büyük siparişleri karşılamaktan uzaktır.

KOBİ'ler sipariş tarzı üretim yaptıklarından, ihtiyaç duydukları malzemeler alacakları siparişe göre değişir. Sürekli olarak aynı malzemeyi kullanmadıklarından uzun vadeli malzeme tedariklerine gidemezler. Çoğu zaman da mali durumları büyük çaplı alımlara da izin vermez. Bu nedenle bu işletmelerde istenilen malzemenin, istenilen miktarda ve istenilen zamanda tedarikinde büyük güçlüklerle karşılaşılır. Bu güçlüklerin aşılması ancak malzemeye yüksek fiyat ödemekle veya malzeme standartlarına ilişkin toleransları geniş tutmakla mümkün olabilmektedir. Bu ise, hem maliyet ve hem de kalite yönünden fedakârlık gerektirebilmektedir.⁸³

4.1.2. Üretim Sürecinde Teknoloji Açısından Karşılaşılan Sorunlar

Bilgi işlem teknolojisinin yönetim, üretim ve dağıtım alanlarındaki etkinliğinin artması, işletme bazında yeni örgütsel düzenlemelere gidilmesini ve değişen tüketici talebi karşısında üretim sistemlerinin daha esnek bir yapıya kavuşturulmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Buna rağmen, üretim yönetimi ve teknolojisindeki büyük bilgi eksikliğinin neden olduğu sorunların çözümlenememesi, kalitesiz üretim, yüksek

⁸³ Binnur TORUN, KOBİ'lerin İhracatında Pazarlama Sorunları ve Kocaeli'de Demir Çelik Sektöründe İmalat Yapan İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Çalışma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,20

maliyet, hammadde, işgücü, makine, tezgâh kapasitesi israfının daha da artmasına sebep olmaktadır.⁸⁴

4.1.3. Standardizasyon Konusunda Karşılaşılan Sorunlar

KOBİ'ler Gümrük Birliği'ne girilmesiyle kalite ve standardizasyon konusunda da önemli zorluklar yaşamaktadırlar. Eski teknolojilerin kullanılması, KOBİ'lerin dış pazarlardaki rekabet gücünü azaltmaktadır. Bugün, CE işareti ve ISO 9000 standartları, yüksek maliyetli ve detaylı çalışmaları gerektirmektedir. Bunun için de, Türkiye'de gerekli test laboratuvarları kurulması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu konularda KOBİ'lere destek verebilecek kurum sayısının az olması bu sorunun aşılmasına engel olmaktadır.⁸⁵

4.1.4. Üretim Maliyetleri Konusunda Karşılaşılan Sorunlar

Bütün işletmelerin en temel amacı müşterilerine kaliteyi ucuza sunabilmektir. Bunu yapabilmek için de üretim maliyetlerini minimuma indirmeleri gerekmektedir. Büyük işletmeler açısından maliyetleri düşürmek KOBİ'lere göre daha kolaydır. Çünkü büyük işletmeler her zaman için kitle üretimin avantajlarını kullanabilmektedirler. Büyük işletmeler büyük partiler halinde üretim yaptıklarından ölçek ekonomisinden faydalanmaktadırlar. Ölçek ekonomisi sayesinde de parça başına üretim maliyetleri düşmektedir. KOBİ'ler ise sipariş tarzı üretim yaptıklarından dolayı ölçek ekonomisinden yararlanamamaktadırlar.⁸⁶

⁸⁴ İlhan EROĞLU, Mehmet İNCE, Hasan GÜL, Küresel Sistemde KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Stratejik Boyutuyla Yeniden Yapılanma Gereği, Yayınlanmış Makale, <http://www.gau.edu.tr/bildiriler/Bildiri1.pdf> s,2,

⁸⁵ Hüseyin ÖZGEN, Selen DOĞAN, Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları, Yayınlanmış Makale, <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/kobisayi9.doc> s,3, Erişim Tarihi 08.06.2010

⁸⁶ YILMAZ s,16

Tablo 17. Üretim Yönetimi İle İlgili Sorunlar, Çözüm Önerileri, Sağlanan Destekler⁸⁷

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
1. Tedarik Konusunda KOBİ'lerin Yaşadığı Sorunlar (Atik ve Sezer, 2001; Akgemci, 2001) <ul style="list-style-type: none"> KOBİ'lerin Satın Alma Bölümünde Yeterli Nitelikli Eleman Olmamasından Kaynaklanan Sorunlar Hammadde ve Ana Malların Tedarikinde Karşılaşılan Nitelik Sorunu Hammadde ve Ana Malların Tedarikinde Karşılaşılan Miktar ve Bunun Sonucu Fiyat İndiriminden Yararlanamama Sorunu Hammadde ve Ana Malların İhtiyaç Duyulan Zamanda Karşılanamaması Sorunu 	<ul style="list-style-type: none"> Sektörel Dış Ticaret şirketlerinin kurulması desteklenmelidir. Bu sayede dış pazarlara açılmak isteyen KOBİ'lerin üretim ve teknoloji ile ilgili sorunları çözüme kavuşturulabilir, ölçek ekonomilerinden yararlanmaları sağlanabilir (Ekinci, 2003) KOBİ'lere yönelik olarak geliştirilen örgütlenme modeli ile hammadde maliyetleri önemli ölçüde düşürülebilir (Özgen ve ark. 2003). KOBİ'lerin küçük miktarlarda girdi alımlarında karşılaştıkları pazarlık güçlerini koruyacak, kanuni düzenlemeler yapılmalıdır (Atik ve Sezer, 2001). 	<ul style="list-style-type: none"> Ürün Geliştirme Kredi Desteği KOBİ Spot Kredi Desteği Tedarikçi KOBİ Kredi Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Halkbank
		<ul style="list-style-type: none"> İstihdam Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Dış Ticaret Müsteşarlığı
		<ul style="list-style-type: none"> Üretim Planlaması Danışmanlık ve Yayın Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Milli Produktivite Merkezi Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)
		<ul style="list-style-type: none"> Fon Kaynaklı Kredi Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Hazine Müsteşarlığı
2. KOBİ'lerin Üretimde Teknoloji Açısından Karşılaştıkları Sorunlar (Akgemci, 2001) <ul style="list-style-type: none"> Nitelikli Eleman Bulunmaması Milli Gelirin Düşük Olması Üretim Aşamasında Kullanılacak Bilgisayarlar İçin Yeterli Bir Ağ Bağlantısının Olmaması. 	<ul style="list-style-type: none"> Yönetim, üretim ve dağıtım alanlarında bilgi işlem teknolojisinin etkinliğinin artırılması gerekir. İşletme bazında yeni örgütsel düzenlemelere gidilebilir. Değişen tüketici talebi karşısında üretim sistemlerinin daha esnek bir yapıya kavuşturulması gerekir. Milli gelirin artırılmasıyla KOBİ'lerdeki bilgisayar sayısının belli bir seviyeye ulaştırılması gerekir. İnternet kullanımında karşılaşılan bağlantı probleminin ortadan kaldırılması gerekir. Bu sayede diğer KOBİ işletmeleri ile rahat bir haberleşme ortamı sağlanabilir (Haspolat, 2002). 	<ul style="list-style-type: none"> İleri Üretim Teknikleri ve Yeni Teknolojiler Konulu Eğitim Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> İngilizce Dil Eğitim Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme (MEKSA) Vakfı
		<ul style="list-style-type: none"> İstihdam Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Dış Ticaret Müsteşarlığı
		<ul style="list-style-type: none"> Teknoloji Transferi Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> TTGV
		<ul style="list-style-type: none"> İnternette Bilgi Paylaşımı Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> İstanbul Sanayi Odası
		<ul style="list-style-type: none"> İnternet Kiraathaneleri Hizmeti KOBİ-NET Hizmeti 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> Üretim Prosesleri Geliştirme Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> KÜGEM
		<ul style="list-style-type: none"> Bilgisayar Yazılım Kredisi KOBİ Takım Tezgahlar Kredisi KOBİ Yüksek Teknoloji Kredi Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Halkbank
<ul style="list-style-type: none"> Enerji Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Hazine Müsteşarlığı 		

⁸⁷ YILMAZ s,10.

Tablo 18. Üretim Yönetimi İle İlgili Sorunlar, Çözüm Önerileri, Sağlanan Destekler⁸⁸

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
3. Standardizasyon	<ul style="list-style-type: none"> Yapılan işbirliği anlaşmalarıyla üretim ve hizmette bir standardizasyon, uygunluk sağlanabilir (Doğan ve Marangoz, 2002). Standardizasyon, kalite, tüketicinin korunması gibi konularda, KOBİ'lere sürekli bir bilgi sağlama hizmeti sunulmalıdır (Özgen ve Doğan, 1998). 	<ul style="list-style-type: none"> İşletmeler Arası İşbirliği Desteği İnternet Kıraathaneleri Hizmeti KOBİ-NET Hizmeti 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> Bilgi Temini veYayımlı Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Küçük İşletmeleri Geliştirme Merkezi(KÜGEM)
		<ul style="list-style-type: none"> Standartlar İle İlgili Yayımlı Desteği Standartlarla İlgili Eğitim Desteği Standartlarla İlgili Proje Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Türk Standartları Enstitüsü (TSE)
		<ul style="list-style-type: none"> Ürün Kalitesinin Yükseltilmesi İle İlgili Danışmanlık Desteği Standartlara Uygunluk Sertifikası Alımı İçin Danışmanlık Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)
4. Üretim Maliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Takas(Barter) atıl kapasitenin ürüne dönüştürülmesinde ve ürünlerin pazarlanmasında en düşük maliyetli yöntemlerden birisidir. Sektörel Dış Ticaret şirketleri oluşturarak üreticilerin mali, teknik ve idari imkânlarını dış pazarlama faaliyetleri için bir araya getirerek, ihracat performansları artırılır ve daha etkin yöntemlerle dış pazarlara açılmaları sağlanır. Firmalarda İnternet kullanımının artırılmasıyla pazarlama giderleri düşer ve bunun etkisiyle de üretim maliyetleri düşürülmüş olur (Doğan ve Marangoz, 2002). 	<ul style="list-style-type: none"> Yazılım Kullanımı Desteği İç finansman olanakları ve teknikleri konulu eğitim desteği İnternet Kıraathaneleri Hizmeti KOBİ-NET Hizmeti 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> Üretim Prosesleri Geliştirme Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB- Küçük İşletmeleri Geliştirme Merkezi(KÜGEM)
		<ul style="list-style-type: none"> Yeni Ürün Teknikleri ve Teknoloji Kullanılması İle İlgili Danışmanlık Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)

⁸⁸ YILMAZ s13

4.2. KOBİ'lerin Pazarlama Konusunda Karşılaştıkları Sorunlar

KOBİ'ler, diğer işletmeler gibi kar elde etme amacıyla tüm faaliyetlerini gerçekleştirirler. Sorunsuz bir yönetim, üretim, finans sistemine sahip olsalar bile ürettikleri mal veya hizmetlerin pazarlanamaması ve satılamaması diğer tüm faaliyetlerin önemini yitirmesine neden olur. Tüm işletmeler gibi KOBİ'ler kar elde edemezler ise varlıklarını sürdürme şanslarını büyük ölçüde kaybetmiş olacaklardır. Bu durum pazarlama faaliyetinin KOBİ'ler için ne kadar büyük bir önem taşıdığı göstermektedir.

KOBİ'ler sahip oldukları mali ve fiziksel yapı, belirlemiş oldukları yönetim politikaları, mevcut kaynaklarının niteliği gereği pazarlama ve satış faaliyetlerinde bazı sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Türkiye'deki KOBİ'lerin pazarlama faaliyetlerinde karşılaştıkları temel sorunlar, nitelikli eleman ihtiyacının giderilememesi, pazarlama araçlarından yararlanmadaki yetersizlik, pazarlama araştırmasının yapılamaması ve satış kanallarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlardır.

4.2.1. Nitelikli Eleman İhtiyacının Giderilememesi

KOBİ'lerin ticari faaliyetlerinden dolayı daha yüksek oranda kar elde etmelerinin en önemli yollarından biri dış ticarete yönelik satış gerçekleştirmeleridir. Dış ticarete başarılı olmak isteyen KOBİ'ler, iyi eğitim almış, yabancı dil bilen, güncel teknolojiyi takip eden ve kullanabilen personeli istihdam etmeleri gerekmektedir.

Pazar bilgisi eksikliği ve dil bilmeme sorununu, standardizasyon, kalite kontrolü ve teknoloji seçimindeki bilgisizlik izlemektedir. İyi bir satış organizasyonuna sahip olamama, nitelikli yönetici ve uzman personeli istihdam edememe KOBİ'lerin pazarlama sorunlarıyla karşılaşmalarına neden olmaktadır.⁸⁹

⁸⁹ Sezer KORKMAZ, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Pazarlama ve Finansman Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesinin Kullanılabilirliği Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmış Makale s,8 <http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2003/Sayi2/233-258.pdf>

4.2.2. Pazarlama Araçlarından Yararlanamama

Pazarlama araçlarının en önemlisi reklam, tanıtım ve tutundurma faaliyetleridir. Reklam ve tanıtım işletmelerin mevcut pazar paylarını artırmalarının önemli yöntemlerinden biridir. Bununla birlikte reklam ve tanıtım faaliyetleri büyük bütçeler gerektiren faaliyetlerdir. KOBİ'lerin mali yapıları bu büyük bütçeler gerektiren faaliyetleri gerçekleştirmede yetersiz kaldıklarından dolayı, hedef müşterilerine ulaşmada ve ürettikleri mal veya hizmeti tanıtımda sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Özellikle büyük işletmelerin finansal güçlerinden dolayı, ulusal ve uluslararası düzeyde yaptıkları tanıtım faaliyetleri rekabet açısından KOBİ'lerin yetersiz kalmalarına neden olmaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle alternatif reklam ve tanıtım teknikleri gelişmektedir. Bu durumun en etkin örneği internet üzerinden yapılan tanıtım ve tutundurma faaliyetleridir. Yeni teknolojilere ayak uydurmada sorunları olan KOBİ'ler, bu teknolojiye faydalanabilecek personele sahip olmamalarından dolayı bu süreçte yetersiz kalmaktadırlar.

4.2.3.Pazarlama Araştırması Yapılamaması Sorunu

Teknolojinin hızla gelişmesi sayesinde günümüzde artık tüketici istekleri hızla değişir bir hale gelmiştir. Bundan dolayı işletmelerin tüketicilerle iç içe olmaları, onların istek ve ihtiyaçlarını tespit etmeleri kısaca pazarlama araştırması yapmaları vazgeçilmez bir gerçektir. KOBİ'lere bu alanda destek sağlamak için maliyeti onların ödeyebileceği tutarda olmak kaydıyla bölgesel araştırma ajansları kurulmalıdır. Kurulacak bu ajanslar sayesinde KOBİ'ler müşteri istek ve ihtiyaçlarını kolaylıkla tespit edebileceklerdir

4.2.4.Satış Kanalları ile İlgili Yaşanılan Sorunlar

Dış pazarlara girmek isteyen KOBİ'lerin girilecek olan pazarda belirli satış ve dağıtım kanallarına sahip olmaları veya bu tür aracı şirketlerle anlaşma yapmaları gerekmektedir. Büyük işletmelerin günümüz şartlarında kendi bünyelerinde oluşturdukları satış örgütleri bulunmaktadır. Fakat KOBİ tarzı işletmeler için bu sistem oldukça maliyetli bir işittir. Dış pazarlarda ürünlerini satmak isteyen işletmeler için bu önemli bir sorun haline gelmektedir. Ülkemizde KOBİ'ler arasında yapılacak işbirliği ya da kooperatifleşme

faaliyeti ile bu sorun rahatlıkla ortadan kaldırılabılır. Bu nedenle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kurulması teşvik edilmeli ve bu sayede KOBİ'lerin dış pazarlarda rekabet edebilmeleri sağlanmalıdır.⁹⁰



⁹⁰ YILMAZ s,26

Tablo 19. KOBİ'lerin Pazarlama Yönetimi İle İlgili Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler⁹¹

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
1. KOBİ'lerde pazarlama konusunda uzman kişilerin istihdam edildiği ayrı bir pazarlama bölümü yoktur.	<ul style="list-style-type: none"> • KOBİ yönetimleri, ölçekleri oranında büyük işletmelerde olduğu gibi pazarlama departmanları oluşturup, burada amaca yönelik planlar hazırlayarak, etkinlik hedefleyebilmelidirler. • Pazarlama örgütünde yer alan işgörenlere kararları doğrudan alıp, uygulama serbestisi tanınması bu etkinliği olumlu yönde etkileyebilecektir 	• Eğitim Desteği	* İGEME * KOSGEB * TTGV
		• Nitelikli Eleman İstihdam Desteği	* KOSGEB * Dış Ticaret Müsteşarlığı
		• Pazarlama Danışmanlık Desteği	* KOSGEB
2. KOBİ'ler pazarlama araçlarından yeterince yararlanamamaktadırlar	<ul style="list-style-type: none"> • Finansal açıdan sağlanacak desteklerle KOBİ'ler pazarlama araçlarından daha fazla yararlanmalıdır. • KOBİ'lerin yararlanabilecekleri bilgi bankaları kurulmalıdır. • KOBİ'lerin yararlanabileceği bir franchising sistemi kurulmalıdır 	• KOBİ-NET İşletmeler Arası Bilgi Temini Desteği	* KOSGEB
		• Teknik Konularda Yayım Desteği	* MPM * Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
3. KOBİ'lerde düzenli bir pazarlama araştırması yapılmamaktadır.	<ul style="list-style-type: none"> • Maliyeti KOBİ'lerin ödeyebileceği tutarda olmak koşulu ile pazarlama araştırmaları yapan bölgesel araştırma servisleri oluşturulmalıdır 	• Sektörel Araştırma Desteği • İş Ortamları Oluşturma Gezileri ve İşletmeler Arası Ticari İşbirliği Geliştirme Desteği	* KOSGEB-Pazar Araştırma ve İhracatı Geliştirme Enstitüsü
		• Pazar Araştırmaları Danışmanlık Desteği	* Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
		• Pazar Araştırma Desteği	* İGEME * İktisadi Kalkınma Vakfı * Dış Ticaret Müsteşarlığı
4. KOBİ'ler, genellikle ürünlerinin pazarlamasında pahalı ve karmaşık satış kanalları ve satış örgütleri kullanamamaktadırlar	<ul style="list-style-type: none"> • Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kurulması teşvik edilmeli ve bu sayede KOBİ'lerin ihracat pazarlarına girmeleri sağlanmalıdır. • KOBİ'lerin pazarlama sorunlarının çözümünde kooperatifleşme bir çözüm yolu olarak önerilebilir. Pazarlama kooperatifleri, vergi muafiyeti veya kredi vermek için öncelik sağlama yolu ile teşvik edilmelidir. • İşletmeyi yönetenlerin arzu ettikleri mal ve hizmet üretmek yerine, mevcut ve potansiyel müşterilerin beklentilerine cevap verebilecek nitelikte mal ve hizmet üretmelidirler 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuar ve Sergilere Katılma Kredi Desteği • Uluslararası Nitelikte Yurtiçi İhtisas Fuarları Desteği • Yurt Dışında Düzenlenen Fuar ve Sergilere Milli veya Bireysel Katılım Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> * Halkbank * İhracatçı Birlikleri * KOSGEB

⁹¹ YILMAZ s,30

4.3. KOBİ'lerin Finansman Yönetim Konusunda Karşılaştıkları Sorunlar

Ekonomide yaşanan dalgalanmalar neticesinde devlet çok yüksek oranlarda iç borçlanmaya gitmiştir. Bunun sonucunda da finans kaynaklarının en önemli parçası olan bankalar üretim yapan işletmelere kaynak sağlamak yerine devlete kaynak sağlama pozisyonunda bulunmaktadır. Üretim sektörü için sağlanan fonların faiz oranlarının yüksek olması KOBİ'lerin bu fonlardan faydalanmasını engellemiştir. Sağlanan bu fonlardan sadece büyük işletmeler faydalanabilmiştir.⁹²

Enflasyonun yüksek olması KOBİ'ler açısından işletme sermayesinin erimesine neden olmaktadır. Bunun paralelinde işletmeler kredi ihtiyacı duymakta fakat faizin yüksek olması neticesinde yüksek kredi maliyetleri ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Ayrıca enflasyonist ortam KOBİ'leri stok yapmaya zorlamaktadır. Stok yapmak da işletmelere ek bir maliyet yüklemektedir. KOBİ'lerin büyük bir çoğunluğu hammadde alımını peşin olarak yapmasına karşılık ürettikleri ürünleri vadeli olarak satmaktadırlar. Vadeli satışlarda enflasyondan dolayı nakit dengeleri büyük ölçüde bozulmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak işletmede dönemler arası mukayese başarılı bir şekilde yapılamamaktadır. Enflasyon karşısında güçlü olabilmek için işletmeler enflasyon muhasebesini uygulamalıdır. Böylelikle hem sermayelerini hem de maliyetlerini daha iyi yönetebileceklerdir.⁹³

⁹² Alövsat MÜSLÜMOV, **Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler**, Literatür Yayınevi, 2002 s,15.

⁹³ YILMAZ. S, 38

Tablo 20. KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler⁹⁴

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
<p>1-KOBİ'lerin Kendi Dışından Kaynaklanan Finansman Sorunları :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Türkiye'de Mali Yapının Zayıflığı • Sektörel bazda kredi hacminin dağılımında dengesizlik vardır. • Şirketler bazında mali sistemden istifade edilmiş ve kapatılması zor bir uçurum vardır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomiyi tam istihdam seviyesinde tutacak iktisat politikası tarafından oluşturulmalıdır. • Para ve maliye politikalarının gerçekleştirilmesi ve reel faizin de düşürülerek toplam talebin tam istihdam toplam talep seviyesine çıkarılması uygun bir seçim olacaktır • Özellikle merkezi hükümet bütçesi olmak üzere kamu finansmanının konsolidasyonu, sermaye piyasalarındaki baskıların azaltılması amacıyla kamu kredilerinin doğru bir şekilde yönetilmesi sağlanmalıdır. • KOBİ'lerin elverişli bir iş ortamında kalkınabilmeleri için kamu sektörü reformuna devam edilmelidir. • Devlete ait işletmelerin özelleştirilmesi programı güçlendirilerek, devlet müteşebbis kimliğinden kurtarılmalı ve ekonomiye sarf edilen kaynağı ve faaliyetlerini denetim ve düzenleme rolüne kanalize etmelidir 	<ul style="list-style-type: none"> • Özelleştirme Danışmanlık Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> • Sınai Yatırım ve Kalkınma Bankası
<p>2-Enflasyonist Ortam</p>	<ul style="list-style-type: none"> • İşsizlik ve enflasyon sorununun çözümlenerek KOBİ'lerin yaratıcı güçlerini ortaya koyabilecek makroekonomik istikrarın sağlanması bu alandaki sorunu ortadan kaldırır • Enflasyonun Avrupa Birliği hedeflerine paralel olarak aşağıya çekilerek istikrara kavuşturulması suretiyle faiz oranlarında enflasyon kaynaklı artışların önüne geçilmesinin sağlanması ve döviz kurlarının tatmin edici uluslararası rekabet edebilirliği sağlayacak istikrarlı bir seviyeye kavuşturulması sağlanmalıdır 		

4.3.1. Para Piyasalarında Karşılaşılan Sorunlar

Para piyasalarını oluşturan ticari bankalara göre sahip oldukları ekonomik değerlerin yeterli görülmemesi sebebiyle KOBİ'ler altından kalkamayacakları faiz, vade ve teminat şartlarından dolayı kredi bulmakta ve kullanmakta sürekli problem yaşamışlardır. KOBİ'ler genellikle, kuruluş aşamasında bile bir fizibilite etüdü yapılmadan karar verdiklerinden dolayı pazar payı, üretim kapasitesi ve ilk yatırım tutarları

⁹⁴ YILMAZ s,42

hesaplamalarında sürekli yanlışlıklar yapmaktadırlar. Türkiye'de KOBİ'lerin ilk yatırım tutarları yani başlangıç sermayeleri genellikle kişisel tasarruf ve öz kaynaklardan oluşmaktadır. Bunun nedeni, para piyasasının kurumlarının büyük tutarlarda ipotek ve kefalet biçiminde teminat istemeleridir. Kredi talebinde bulunan KOBİ'ler ise büyük işletmelere göre daha yüksek faiz oranlarıyla kredi kullanmak zorunda bırakılmışlardır. Bu durumun sebepleri kredi talep hacimlerinin küçük olması, kredi işlem maliyetlerindeki artışlar ve işletme riskinin yüksek hesaplanmasıdır.⁹⁵

4.3.2. Sermaye Piyasasında Karşılaşılan Sorunlar

Türkiye'deki KOBİ'lerin günümüzde sermaye piyasalarında fon sağlamaları mümkün değildir. Bu durumun nedeni, KOBİ'lere menkul kıymetleri karşılığı sermaye piyasalarından fon sağlayacak finansal kuruluşların mevcut olmamasıdır. Aynı zamanda KOBİ'lerin genellikle limited ve komandit şirket türünde kurulması, hukuksal açıdan KOBİ'lerin menkul kıymet ihraç etme imkanları kısıtlamıştır.

KOBİ'lere finansal kiralama yöntemiyle fon sağlayacakları leasing şirketleri bulunsada, bilgi eksikliği ve fon taleplerinin küçük olması nedeniyle işlem yapamamaktadırlar.

Finansal sistemlerinin ve ulusal ekonomisi gelişmiş birçok ülkede KOBİ'ler için ikinci nitelikte borsalar ve piyasalar mevcuttur. Fazla likit olmayan riskli firmalara yatırım yaparak risk alan yatırımcıların göze aldıkları risk oranında kazanç elde etmektedirler.⁹⁶

⁹⁵ M. Akif DENİZ, Türkiye'de KOBİ'lerin Avrupa Topluluğuna Uyumlaştırılması Aşamasında Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi s,23

⁹⁶ M. Akif DENİZ s,24

Tablo 21. KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler⁹⁷

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKL	İLGİLİ
<p>Para Piyasalarında Karşılaşılan Sorunlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kredi Meselesi • Faizle İlgili Sorunlar (Özgen ve ark., 2003; Ekinci, 2003) • Kredi Temininde Gerekli Olan Belgeler ve Şartların Sebep Olduğu Sorunlar (Ölmez, 2003; Ekinci, 2003) • Kredi Miktarı ve Vadeleri İle İlgili Sorunlar (Ekinci, 2003; Zengin, 2002; Atik ve Sezer, 2001; Oktay ve Güney, 2002) • KOBİ'lere Yönelik Kredi Açılmasında Yapılan Hatalardan Dolayı Yaşanan Sorunlar (Ölmez, 2003): i)Plasman Tahsisinde Yapılan Hatalar ii)Esnaf ve Sanatkara Kredi Tahsisinde ve Kullandırmada Yapılan Hatalar 	<p>KOBİ'lerin teminat gösterme zorluğu bir ölçüde giderilmeli ve devlet desteği ile kredi maliyetinde eşitlik sağlanmalıdır.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teminat sorununu çözmek için; garanti-kefalet sorunlarını giderecek fonların oluşturulması sağlanmalıdır. Bununla ilgili olarak yasal zeminin oluşturulmalıdır. • Kredi alımında ortaya çıkan yüksek maliyetler düşürülmelidir • KOBİ'lere yönelik bir banka oluşturulmalıdır • KOBİ'ler uzun vadeli kredi kullanamadıklarından dolayı yatırım yapmaktan kaçınmaktadırlar. Uzun vadeli kredi imkânı KOBİ'lere sağlanmalıdır • KOBİ'lere esnek garanti anlaşmaları adı altında uygun oranlarda orta ve uzun vadeli kredilerin verilmesi amacıyla özel kamu ve yarı kamu finans kurumları oluşturulmalıdır • KOBİ'ler teminat sağlayan kuruluşlar hakkında bilgilendirilmelidir • KOBİ'lere hizmet vermek amacıyla özellikle yerel düzeyde olmak üzere daha iyi donanıma sahip bir bankacılık kültürü geliştirilmelidir. • İşletme sahiplerine nasıl iyi bir mali plan hazırlanacağını ve bankaya nasıl kredi talebi sunulacağını öğretilmesi gerekmektedir. • Banka yetkilileri belli bir endüstri dalındaki küçük ve büyük girişimler arasındaki farklar anlayarak KOBİ kredi taleplerini değerlendirmeyi öğrenmelidir 	<p>Kredi Teminat Desteği</p>	<p>Kredi Garanti Fonu (KGF)</p>

⁹⁷ YILMAZ s,45

Tablo 22. KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler⁹⁸

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
<p>Sermaye Piyasasında Karşılaşılan Sorunlar</p> <p>Sermaye Piyasalarına Girişte KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sermaye piyasalarında kritik başarı faktörlerini yakalayabilen işletmelere rekabeti bozmayacak, fakat bu işletmeleri teşvik edecek desteğin verilmesini sağlanmalıdır. • Türkiye'de uygulaması olmayan organize olmamış bağımsız borsalar yoluyla küçük ve orta ölçekli firmaların fon ihtiyaçlarının karşılanması sağlanabilir. • Sadece KOBİ'lerin yer alacağı bir Pazar oluşturulmalıdır. • Kurumsal yatırımcılara bu şirketlerin hisse senetlerini alma olanağı sağlanmalıdır. • Halka arz yoluyla fon sağlama olanağını daha iyi tanıtılmalıdır. • Bürokratik engeller azaltılmalıdır. • Küçük işletmelerin birleşerek oluşturacakları şirketlerle sermaye piyasasına gelmeleri sağlanmalıdır. • KOBİ' lere, sermaye piyasası içinde daha etkin yer verilmelidir. • İMKB kapsamındaki bölgesel pazarlar, hiç olmazsa ülkemiz orta ölçekli işletmelerini kapsayabilecek şekilde yeniden yapılandırılmalıdır. • Küçük işletmelerin birleşerek oluşturacakları şirketlerle sermaye piyasasına gelmeleri sağlanmalıdır. • Tezgahüstü piyasaların geliştirilmesi KOBİ'lere sermaye sağlanması açısından önemli katkı sağlayacaktır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Yatırım Finansman Danışmanlık Desteği • Yabancı Şirket Evlilikleri Hizmeti • KOBİ'lerin Yurtdışında Halka Arz İşlemleri Hizmeti • Yurtiçi Sermaye Piyasası İşlemleri Hizmeti • İşletmelerin Devir ve Birleşme İşlemleri Hizmeti 	<ul style="list-style-type: none"> • Halkbank

⁹⁸ YILMAZ s,49

4.4. KOBİ'lerin İşletme Yönetimi, Planlama Ve Örgütlenme Konularında Karşılaştıkları Sorunlar

4.4.1. Yönetim Sürecinde Yaşanan Sorunlar

İşletmelerde faaliyetlerin yapılabilmesi için insan, para, makine, malzeme ve yönetim kavramlarının bir arada tutulması gerekmektedir. Saydığımız bu faktörlerin bir araya getirilmesinin yanında ortak bir hedefe doğru yönlendirilmesi de gerekmektedir. İşletmelerde bütün bu işler yönetimin görevidir. Bu kavramlardan birinin eksik olması işletmede başarısızlığa neden olabilmektedir.

İşletmelerin başarısı onları yöneten kişilerin etkili bir şekilde çalışmasına bağlıdır. Etkin bir yönetim sistemi ister büyük ister küçük olsun tüm işletmelerde başarıyı sağlayan temel anahtardır. Bu nedenle yönetim fonksiyonu işletmelerde genel bir departman olarak düşünülür. Bunun paralelinde de organizasyon yapısı oluşturulmaktadır ⁹⁹

4.4.2. Planlama Sürecinde Yaşanan Sorunlar

Planlama, işletmede hangi faaliyetlerin gerçekleştirileceğinin önceden kararlaştırılması veya neyin ne zaman, nerede ve kim tarafından yapılacağını önceden belirlenmesi süreci şeklinde ifade edilebilir.

KOBİ 'lerde yapıları itibariyle uzun vadeli planlama yapılamamakta ve genelde bir planlama uzmanı istihdam edilememektedir. Planlamayı genelde işletme sahibi ve ortaklar yapmaktadır. İşletme sahibi veya ortakların örgütsel planları hazırlarken temel istatistiki metodlara değil, sezgiye dayanarak planlama yapmaları işletmenin ileride önemli sorunlarla karşılaşmasına neden olabilir. İşletme sahibi ve ortakların yeterli eğitim almamış olmaları ve yalnızca tahmin ve sezgi yoluyla planlamaya gitmeye çalışmalarıyla, hata payı gittikçe artan bir karar alma işlemiyle bulunabilmektedirler.¹⁰⁰

⁹⁹ Oktay ALPUGAN, **İşletme Ekonomisi ve Yönetimi**, Beta Basım Yayınevi, 1998, s,251.

¹⁰⁰ Taner SUBAŞI, **KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlarda Karşılaştıkları Sorunlar ve Örgütlenme**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,23

4.4.3. Örgütlenme Sürecinde Yaşanan Sorunlar

Örgütlenme; üretim faktörlerini sistemli, uyumlu ve etkili biçimde kullanarak mal ve hizmet üretmek amacıyla personelin görevlerini en yüksek verimlilikte gerçekleştirmek üzere düzenlenmesi ve her türlü araç, gereç ve malzeme ile donatılması sürecidir.

KOBİ'lerin genelde, büyük işletmelere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmalarından dolayı, işbölümü uygulaması daha kolay olabilir. Ancak küçük işletmelerde formel yapılanmaya yeterince önem verilmediğinden ve yönetici kimin ne yapacağını kendisi belirlediği için, yöneticinin işletmede bulunmadığı zamanlarda işletme faaliyetlerinin aksaması durumuyla karşılaşmaktadır.¹⁰¹

KOBİ'lerin örgütlenmesi aşamasında, işletmenin faaliyetlerinin bölümlere ayrılmasında, yetki ve sorumluluk alanlarının belirlenmesinde açıklık olmadığı için, faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde karmaşıklık ve belirsizliklerle karşılaşmaktadır. Bu durum, personelin motivasyonunu, etkinliğini ve işletmenin verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

¹⁰¹ SUBAŞI, s,25

Tablo 23. KOBİ'lerin Örgütlenme ve Yönetim Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler¹⁰²

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
<p>1-KOBİ'lerin Planlama Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amaç veya amaçlar dizisinin belirlenmemesi, • Amaçlara ulaştırmayı kolaylaştırıcı veya sınırlayıcı faktörlerin yeterince analiz edilmemesi, • Alternatif planlar geliştirilmemesi • Alternatif planların karşılaştırılmasında yetersiz kalınması, • En uygun seçeneğin belirlenmesinde bilimsel ilkelerden çok şahsi yetenek veya deneyimlere güvenilmesi, • Planların uygulanmasında astların göz ardı edilmesi veya tam katılımlarının sağlanamaması. 	<p>KOBİ'ler de diğer işletmeler gibi, aşağıda yer alan türden planlar yapmak durumundadırlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bir seferlik veya sürekli planlar, • Stratejik ve yönetsel planlar, • Kısa, orta ve uzun süreli planlar, • Değişmez ve değişken planlar, • Genel veya işletmenin tüm departmanlar ile ilgili planlar. <p>KOBİ'lerde planlama yapılırken, çok dikkatli olunmalı ve gelişen ortamlara göre planlar gözden geçirilip, gerekli düzeltmeler yapılabilmelidir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sanayi Politikaları Oluşturma ve Planlama Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> • Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO) Ankara Ofisi
<p>2-KOBİ'lerin Örgütlenme (Organizasyon) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amaç Birliği İlkesinin Olmaması, • Kumanda Birliği İlkesinin Olmaması, • Yetki ve Sorumluluk Denkliği Olmaması, • Görevlerin Açıkça Belirlenmemesi, • Hiyerarşik Basamakların Belirtilmemesi, • Fonksiyonel Görev Benzerliği Olmaması, • İşe Göre Adam İstihdam Edilmemesi, • Yönetim Birliği İlkesinin Olmaması • Örgüt İçi Açık İlişkiler Olmaması, • Yetki Devrine Gidilmemesi, • Esnek Bir Yapı Kurulamaması, • Merkezi ve Yerinden Yönetim Dengesinin Sağlanamaması, • Örgütsel Yaşamda Sürekliliğin Amaçlanmaması, • Örgüt Yapısının Geleneksel Olması ve Modernleştirilememesi • Verimlilik Ölçme Sisteminin Olmaması • Toplam Kalite Yönetimine Uygun Yapılanılmaması 	<ul style="list-style-type: none"> • KOBİ'lerde örgüt amaçlarını gerçekleştirecek işler, rasyonel bir takım kriterlere göre parçalara ayrılmalı ve herkes kabiliyetli olduğu işte derinlemesine uzmanlaşmaya çalışmalıdır • İşletme sahiplerinin amaçlarının gerçekleşmesi için KOBİ'lerde uygun bir liderlik biçimi seçilmelidir. • Günümüz koşullarında, çalışanların önerilerini dikkate alan, onlara güvendiğini belli eden, yaptıkları başarılı işlerden dolayı onları madden ve manen ödüllendiren bir liderlik biçiminin benimsenmesinin uygun olacağı söylenebilir • KOBİ'ler için Türkiye'de geçerli olabilecek örgütlenme alternatifleri tek tek değerlendirilerek, optimal örgütlenme şeklinin belirlenmesi gerekmektedir 	<ul style="list-style-type: none"> • Danışmanlık Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> • KOSGEB • Milli Produktivite Merkezi (MPM)
		<ul style="list-style-type: none"> • Sanayi Politikaları Oluşturma ve Planlama Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> • Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO) Ankara Ofisi

¹⁰² YILMAZ s,65

Tablo 24. KOBİ'lerin Örgütlenme ve Yönetim Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler¹⁰³

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
<p>KOBİ'lerin Yönetim (Yön verme) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar KOBİ sahibi veya yöneticisinin;</p> <p>Piyasa verilerinin temini ve değerlendirilmesinde, mesleki ve teknik bilgilerinin yetersiz kalması, Sorunların giderilebilmesi için uzman eleman istihdamından kaçınmaları Alternatif yönetici istememeleri Yetki devretmemeleri.</p>	<p>KOBİ'lerde, işletme sahiplerinin girişimcilik ve yöneticilik konularında kendilerini yetiştirmeleri veya girişimcilik özelliklerine sahip kişilere, işletme kurabilmeleri için imkânlar verilmesi gerekmektedir. KOBİ'lerin aile işletmesi niteliği göz ardı edilmemeli ve zamanı geldiğinde kurumsallaşmaya gidilmelidir. Özellikle yöneticilerin ve çalışanların, çeşitli fonksiyonel alanlarda bilgi ve becerilerinin artırılmasına ve mesleki formasyonun geliştirilmesine çalışılmalıdır. KOBİ'lerin, yöneticilerin eğitilmesi ve işyerlerinin sürekli bir şekilde, günlük işleyişini düzenleyebilmelerine yönelik bilgi sahibi olmaları için, gerekli eğitim programları düzenlenmelidir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Yönetici ve Personel Eğitim Desteği 	<p>KOSGEB MPM Ticaret ve Sanayi Odaları Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Yönetim Danışmanlık Desteği 	KÜGEM
<p>KOBİ'lerin Kontrol (Denetim) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar</p> <p>Mal ve hizmetler ile beşeri kaynaklarda kabul gören bir standart olmaması, Örgütsel uygulamalarda zamanı etkin kullanacak yöntemler geliştirememek, Mal ve hizmet üretiminde plan ve program yoksunluğundan kaynaklanan kargaşa ortamı, Başarı değerlendirme ölçülerinde istikrarlı bir sistem geliştirememek, Bilgi işlem sistemlerinden yeterince yararlanamamak, Düzeltici eylemlerin patron, ortak veya yakınlarının inisiyatifine bırakılması.</p>	<p>Her KOBİ yöneticisi işletme içerisinde uygulayabileceği bir kontrol tekniği benimsemelidir</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Yönetim Danışmanlığı Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> • KOSGEB-KÜGEM
		<ul style="list-style-type: none"> • Liderlik Konulu Eğitim Desteği 	•KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> • Danışmanlık Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> • Milli Produktivite Merkezi • KOSGEB

¹⁰³ YILMAZ s,70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LERİN TİCARİ UYGULAMALARI

(ELEKTRONİK TİCARET ve DIŞ TİCARET)

1. ELEKTRONİK TİCARET

1.1 Elektronik Ticaretin Tanımlanması

Elektronik ticaret konusunda pek çok kaynakta farklı ülkelerin kuruluşları ile uluslararası veya uluslararası organizasyonlar tarafından yapılan birbirinden farklı tanımlara rastlanmaktadır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır;

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne göre; elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, reklâm, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır.¹⁰⁴

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından yapılan bir tanıma göre, "elektronik ticaret, genel olarak birey ve organizasyonların metin, ses ve görsel imajları kapsayan dijital verilerin aktarımına dayalı olarak ticari faaliyetleri yerine getirmeleridir."¹⁰⁵

¹⁰⁴ Avrupa Birliği Türkiye İş Geliştirme Merkezi Ağı,
http://www.abigem.org/appmanager/tr/portal?_nfpb=true&_pageLabel=pageKobiPazarlama.

¹⁰⁵ Önder CANPOLAT, E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği Yayınlanmış Makale, s.13.

Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemleri Kolaylaştırma Merkezince (UN-CEFACT) yapılan bir diğer tanımlama şöyledir. "İş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar (elektronik posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılmasıdır.¹⁰⁶ Bu tanımlamaya göre elektronik ticaret kısaca, elektronik ortamda ticari iş, işlem ve fiillerde bulunmaktır.

Öte yandan Avrupa Komisyonu'nun 1997 yılında yapmış olduğu bir tanımlamaya göre, elektronik ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik olarak yapılmasıdır.¹⁰⁷ Bu faaliyetler metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. Elektronik ticaret bu boyutuyla mal ve hizmet alımı ve ödemelerinin sayısal olarak yapılmasını kapsamaktadır. Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları, özellikli ekipmanları) ve hizmetleri (bilgi hizmeti, finansal ve yasal hizmetler) ve hem de geleneksel faaliyetleri (sağlık, bakım ve eğitim) kapsamaktadır.

Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Hukuk Çalışma Grubu'nun 8 Mayıs 1998 tarihli raporunda elektronik ticaret; "bireyler ve kurumların, açık ağ ortamında (internet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında (intranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir." şeklinde tanımlanmıştır.¹⁰⁸

1.1.1. Elektronik Ticaretin Araçları

Elektronik ticaretin temel araçları:

Telefon, Faks, Televizyon, Bilgisayar, Elektronik ödeme ve para transferi sistemleri, Elektronik veri değişimi (Electronic Data İnterchange-EDI), Sayısal Televizyon,

¹⁰⁶ CANPOLAT, s,13.

¹⁰⁷ CANPOLAT, s,13.

¹⁰⁸ CANPOLAT, s,14

İnternet, Telekomünikasyon, GSM olarak sıralanabilir.

Yukarıda sayılanlarla sınırlı olmamak üzere on ana araç e- ticaret kavramını geniş bir bakış açısıyla tanımlamaktadır. Ancak, e-ticaret kavramı çoğu zaman internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılanmakta ve değerlendirmeler bu araçlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. İnternet ve Elektronik Veri Değişimi (EDI) elektronik ticaret açısından diğer dört araca göre daha önemli ve gelecekte daha yoğun kullanılacak bir niteliğe sahiptir. Elektronik ticarete zaman ve mekân sınırı olmaksızın, ticari işlemlerde bir veya daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin eş ya da ardışık zamanlarda interaktif bir biçimde iletilmesi nedeniyle klasik ticaret yöntemine göre, işlemler daha kısa bir sürede tamamlanmakta ve nispeten daha düşük maliyetle gerçekleşmektedir.¹⁰⁹

1.1.2. KOBİ'ler İçin Elektronik Ticaret İşlemleri

Elektronik ticaret işlemleri, teknolojik unsurların ve işletme süreçlerinin birlikte geliştirilmesi ve uyumunun sağlanması ile gerçekleştirilebilir. Burada bahsi geçen teknolojik unsurlar bilgisayar ağları ve telekomünikasyon, istemci ve sunucu mimarili bilgi işlem, mültimedya uygulamaları, bilgi toplama sistemleri, EDI, mesaj alma ve iş akışı yönetim sistemleri, video-konferans, çalışmaları ve şifreleme olarak sıralanabilir.¹¹⁰

Kapalı ve Açık ağlar kullanılarak yapılabilecek iş ve ticaret aktiviteleri şu şekilde sıralanır:

- Mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi,
- Üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma,
- Tanıtım, reklâm ve bilgilendirme,
- Sipariş verme,
- Anlaşma/sözleşme yapma,

¹⁰⁹ Önder CANPOLAT E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği s,16.

¹¹⁰ Cemil ŞETVAN, KOBİ'lerin Elektronik Ticarete Geçişleri ve Yaşadıkları Problemler, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,31

- Elektronik banka işlemleri ve fon transferi,
- Elektronik konşimento gönderme,
- Gümrükleme,
- Elektronik ortamda üretim izleme,
- Elektronik ortamda sevkiyat izleme,
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik,
- Elektronik ortamda kamu alımları,
- Elektronik para ile ilgili işlemler,
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa,
- Ticari kayıtlarının tutulması ve izlenmesi,
- Doğrudan tüketiciye pazarlama,
- Sayısal imza, elektronik noter gibi güvenilir üçüncü taraf işlemleri,
- Sayısal içeriğin anında dağıtımını,
- Anında bilgi oluşturma ve aktarma,
- Elektronik ortamda vergilendirme,
- Fikri, sınaî ve ticari mülkiyet haklarının korunması ve transferi.¹¹¹

1.1.3. KOBİ'ler için Elektronik Ticaretin Tarafları

Elektronik ticaretin tarafları aşağıdaki gibi sıralanabilir. Bu sıralama sözleşme hukuku çerçevesinde, e-ticaretin süreçleri ile birlikte, e-ticaretle ilgili konularda kamusal görev üstlenen/üstlenecek olan kurumları da kapsamaktadır.

Alıcılar, Satıcılar, Üretici/imalatçılar, Komisyoncular, Sigorta şirketleri, Nakliye şirketleri, Özel sektör bilgi teknolojileri Sivil toplum örgütleri, Üniversiteler, Onay

¹¹¹ Hilmi KUŞÇU Elektronik Ticaret http://hilmi.trakya.edu.tr/ders_notlari/e_ticaret/ETICARET.pdf s,4
Erişim Tarihi 03.02.2010

kurumları, Elektronik noter, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Gümrük Müsteşarlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Diğer kamu kurum ve kuruluşları.

Ülkelerin elektronik ticaretin tarafları olan kamu ve özel sektör kuruluşlarının elektronik ticarete geçiş sürelerini kısalttıkları, başka bir deyimle gerekli idari ve teknik alt yapıyı kurdukları, ihtiyaç duyulan kurumsal yapıları oluşturdukları ve hukuki düzenlemeleri gerçekleştirdikleri ölçüde uluslararası piyasalarda rekabet edebilecekleri ve ticarete üstünlük sağlayacakları tartışmasıdır. Bu anlamda internet kullanımına uygun telekomünikasyon alt yapısı ile kamu ve özel kuruluşların bilgisayar donanım ve yazılım projelerini gerçekleştirmeleri de dâhil, ulusal kurumlarca yerine getirilmesi gereken birçok görev bulunmaktadır.¹¹²

1.2. KOBİ'ler İçin Elektronik Ticaretin Sağlayacağı Avantajlar ve Dezavantajlar

Teknolojik gelişmeler KOBİ'lerin ticari faaliyetlerini doğrudan etkilemektedir. Bu durum, emek yoğun çalışan KOBİ'leri sermaye yoğun çalışmaya doğru bir geçiş sürecini yaşamalarına sebep olmaktadır. Üretim, pazarlama, finans ve genel yönetim faaliyetleri günümüzde bilgisayar ve diğer teknolojik cihazların yardımı ile daha hızlı ve düşük maliyetle gerçekleştirilebilmektedir. Uygulamadaki bu değişikliklerin sağladığı avantajlar olduğu gibi sebep olduğu bazı dezavantajlarda olabilir. Faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde yaşanan bu yöntem değişiklikleri, KOBİ'lerin, müşterilerin ve tedarikçilerin bu değişime adapte olmasının ve alışkanlıkların terk edilmesinin kolay olmaması, elektronik ticaretin bazı dezavantajları beraberinde getirmesine neden olmaktadır.

1.2.1. Elektronik Ticaretin Avantajları

Elektronik ticaret modelleri işletmelerin yeni pazarlara açılmasına yardımcı olmaktadır. Bu yeni pazar, hayatlarının önemli bir kısmında internet kullanan yüz milyonlarca insandan oluşmaktadır ve burada herhangi bir coğrafi sınır yoktur. Ayrıca, iletişim teknolojilerinin sağladığı hız, ucuzluk ve güvenli pazarlama stratejileriyle birleştiğinde, global olarak işletmelerin kar oranlarını arttırmaktadır. Ticaret ve iş

¹¹² CANPOLAT, s,19.

ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla; mevcut iş imkânları büyüyecektir, halen pazarlanan ürünlerin satışı kolaylaşacak ve reklam, ürün tanıtımı, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha efektif kullanılabilir. Otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, müşterilere ve daha geniş kitlelere kolayca ulaşılabilir. Global olarak iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır. İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılacak, uluslararası pazarlara kolayca ulaşabilme imkânı doğacaktır ¹¹³

Geleneksel ticaret karşısında elektronik ticaretin başlıca avantajları şunlardır;

- Ticari sürecin tamamlanması için gerekli standart bilgiler bilgisayar ortamında bir defa doldurulmakta ve defalarca kullanılabilir. Böylece, işlemler minimum hata ile kısa bir süre içinde ve kırtasiye masrafı ödenmeksizin tamamlanmaktadır.
- Alıcı ve satıcının bir araya gelmesi gerekmediğinden, özellikle hizmet ticaretinde işlem maliyetleri düşmekte, araçların yerini web sayfaları veya elektronik bülten panoları almaktadır.
- Ticari bilgiler hızlı ve etkin biçimde iletilebilmektedir.
- Ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesi on-line olarak mümkün olduğundan tüketicilere göre üreticiler daha hızlı uyum göstermektedir.
- Elektronik kataloglar aracılığıyla satıcılar pek çok ürün sunabilmekte, alıcılar sorgulama ve arama sistemleriyle aradıkları ürüne kısa süre içinde ulaşarak siparişi gerçekleştirmektedirler.
- Tüketiciler için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşürülmektedir. ¹¹⁴

Geleneksel yöntemlerle yapılan ticaret ile elektronik ticaret yöntemiyle yapılan ticari faaliyetlerde ticari işlem maliyetlerinin karşılaştırması Tablo 25.'de gösterilmiştir.

¹¹³ Vedat BAL, Elektronik Ticaretin KOBİ'ler Açısından İncelenmesi ve Uygulanması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,35

¹¹⁴ Ahmet Ramazan ALTINOK, Elektronik Ticaretin KOBİ'ler Açısından Uygulanabilirliği, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,35

Tablo 25. Geleneksel Ticaret ile E-ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırması¹¹⁵

	Uçak	Banka	Bilgisayar
Geleneksel	8.0	1.08	15.00
E-ticaret	1.0	0.13	0.20-0.50
Kazanç(%)	87.5	87.9	99-97
Not: Tabloda yer alan değerler, her bir işlem için, ABD Doları cinsinden			

Elektronik ticaret uygulamasının işletme maliyetleri azaltıcı etkisi ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Uçak biletinin temini ve banka işlemlerine maliyetler %87 oranında azaltılmıştır. Bilgisayar yazılımlarının işletmeye olan maliyetinde %99'a varan düşüşler göze çarpmaktadır. Bu durum karşısında, maliyetlerin bu ölçüde azaltılması tüm işletmelere olduğu gibi KOBİ'lere de rekabet kabiliyeti açısından büyük avantajlar sağlayacağı sonucu çıkarılabilir.

1.2.2. Elektronik Ticaretin Dezavantajları

Elektronik ticaretin faydalarının yanı sıra bazı zorlukları ve dezavantajları da bulunmaktadır. Bu etkenlerden bazıları duruma göre hem fayda hem de zorluk olarak karşımıza çıkabilir. Elektronik ticarete geçmeyi planlayan işletmelerin, geçiş sürecinin getireceği bu zorlukları göze almaları gerekmektedir. Bu zorlukları kısaca şöyle sıralayabiliriz:

- Hedef kitlenin internete ılımlı yaklaşmaması,
- Doğrudan satış seçeneğinin ortadan kalkması,
- Tedarik zincirlerinde oluşabilecek aksaklıklar,
- Banka ve finans kurumları ile yaşanabilecek problemler,
- Ürünlerin iade edilmesinde karşılaşılabilecek sorunlar,

¹¹⁵ Yüksel SALTER Elektronik Ticaret ve İstanbul'daki Bazı KOBİ'ler Üzerinde Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi s,78

- Güvenlik ile ilgili sorunlar.¹¹⁶

1.3. Elektronik Pazaryerleri ve Sağlayacağı Faydalar

E-pazaryerleri; alıcılar ile satıcıların, online ortamda buluştukları ve karşılıklı ticari faaliyetlerini gerçekleştirdikleri elektronik ortamlardır. Özellikle ülkemizde tedarikçilerin büyük bir çoğunluğunun KOBİ olması kendi çabaları ile pazar büyütme faaliyetlerini yürütmelerini imkânsız kılmaktadır. Bu bağlamda e-pazaryerleri, KOBİ'ler arasında daha etkin ilişkilerin kurulabilmesi açısından çok önemli ortamlar olabileceklerdir.

Elektronik pazaryerlerinin sağlayabileceği faydalardan bazıları şunlardır.

Şeffaflık: Alım yapan işletmelerin tedarikçilerden ve dolaysı ile pazardan beledikleri en önemli unsur şeffaf bir yapıdır. Özellikle pazar bilgisi açısından yeterli ve açık ortamlar, alıcıların daha iyi karar vermesine ve ürün, fiyat ve benzeri bilgileri çok daha doğru olarak elde etmesine imkân verecektir.

Alımlar Üzerinde Kontrol: Alım yapan işletmeler, genellikle büyük ölçekli alımlar yaparak belirli fiyat avantajlarına gitme yolunda anlaşmalar yapmayı tercih ederler. Bunun yanında, işletme içerisinde çalışanlar da kendi acil ihtiyaçları dolaysı ile belirli ölçüde alımlar gerçekleştirirler.

Alım Konsorsiyumları: Büyük ölçekte alım yapan işletmelerin, daha uygun fiyatlarla alım yapabilmek için ve pazarlık kabiliyetlerini artırmak amaçlı kendi aralarında bir birlik oluşturmalarıdır.

KOBİ'lere Uygun Ortam: Tedarikçiler, klasik süreçler içerisinde, küçük ölçekli siparişlere sıcak bakmamaktadır. Bunun nedeni, küçük ölçekte sabit maliyetlerin oranının artması ve kârın düşmesidir. E-pazaryerleri, bu maliyetleri çok aşağıya çektiği için büyük ve küçük ölçekli siparişler de kârlı hale gelmektedir.

Müşteri Edinme Maliyetlerinde Azalma: Klasik pazarlama yöntemlerinde yeni müşteri edinmek zorlu ve pahalı bir süreçtir. E-pazaryerinde müşteriler merkezi bir yapıda

¹¹⁶ ŞETVAN, s,38

bulduklarından tedarikçilerin ilişki kurmaları ve müşteri kazanmaları hem daha kolay hem de daha az maliyetli bir sürece dönüşür.

Güvenilirliğin Yüksek Olması: Alım yapan işletmelerin hakkında detaylı bilgiler ve e-pazaryeri yönetiminin belirli güvenceler vermesi, tedarikçilerin daha rahat hareket etmesini sağlar. Ayrıca alıcıların ihtiyaç duyduğu güvenilir tedarikçi imajının sağlanmasında e-pazaryeri yönetiminin garantörlüğü tedarikçilere avantaj kazandıracaktır.

Satış Maliyetlerinde Azalma: Online ortamda gerçekleşen satış işlemlerinin hata oranı klasik sürece göre çok daha düşük olacaktır. Klasik sistemlerde işlemlerin hata oranı bazı hassas endüstrilerde %40'larda olduğu düşünülürse elektronik pazaryerlerinin sağladığı avantaj daha net görülebilir.

Alıcı-Tedarikçi İlişkisinin gelişmesi: Bir tedarikçi açısından belki de en önemli avantaj alıcı ile kurulacak sıcak ve samimi ilişkilerdir. Birçok işbirliği, kısa vadede işleme dönüşme bile gelecekte önemli bir basamak olacaktır.

Fiyat Baskısı: Büyük ölçekli işletmelerin, birlikte hareket etmeleri ile oluşacak yapıların, tedarikçiler üzerinde başta fiyat olmak üzere bazı konularda taviz vermeye yönelik baskı oluşturması ihtimali olabilir. Bu aşamada pazaryeri yönetiminin tavrı önem kazanacaktır.¹¹⁷

1.4. Elektronik Ticaret Uygulayan Firmaların Web Sayfalarında Şu Özellikler Olmalıdır:

- Site içinde dolaşım kolay ve eğlenceli olmalıdır,
- Benzer ürünleri kategoriler altında toplayarak müşterinin aradığı ürünü bulması kolaylaştırılmalıdır,
- Ürünlerle ilgili bilgilerin müşterilere detaylıca sunulması gerekir,
- Satın alma işleminin kolay, kısa ve açık olması gerekir,¹¹⁸

¹¹⁷ Ayşe ŞAHİN Elektronik Ticaret ve Elektronik Pazarlamanın KOBİ'lere Sağlayacağı Faydalar Yayınlanmış Makale http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/bildiri_17.pdf s,6 Erişim Tarihi 02.03.2010

¹¹⁸ ŞETVAN, s,65

- E-Ticaret Bilgi Merkezi ve Müşteri Hizmetleri servis çalışanları, yükümlülüklerinin farkında olmalıdır, (müşteri bilgi güvenliği vb.)
- Firma, mümkün olduğu kadar mevcut ürün miktarını, teslimat süresi ya da olabilecek tahmini gecikmeleri müşteriye bildirmelidir,
- Müşteri, garanti hizmetinden kolaylıkla yararlanabilmelidir,
- Firma, malı teslimat sırasında oluşabilecek hasarlara karşı sigortalamalıdır,
- Firma, müşteriye daha önceden bildirdiği bir süre için, ürün iade hakkı vermelidir ve en kısa zamanda geri ödemedede bulunmalıdır,
- Firma, müşterinin soru ve şikâyetlerini inceleyip geribildirim yapmalıdır.¹¹⁹

1.5. Türkiye'deki KOBİ'lerin Elektronik Ticaret Sürecindeki Mevcut

Durumları

Elektronik ticaret uygulamasıyla, KOBİ'ler, müşterilerine ulaşmada, ürünlerinin tanıtımında ve satış işleminin gerçekleştirilmesinde büyük işletmelerle mücadele edebilecek imkanlar kazanmışlardır. Bunun nedeni, elektronik ticaret araçlarının çok geniş müşteri kitlelerine ulaşabilmesi, kullanımlarındaki kolaylıklar ve düşük maliyet rakamlarıdır. Ancak, Türkiye'de bazı alt yapı eksiklikleri nedeniyle umulan sonuçlar elde edilememektedir. KOBİ'ler genellikle interneti sadece haberleşme ve reklâm amaçlı kullanmaktadır. Bu durum elektronik ticaret uygulamasının KOBİ'ler tarafından etkin şekilde kullanılmadığının göstergesidir. Türkiye'de elektronik ticaret uygulamasına yönelik, fiziki, teknik ve hukuksal altyapı çalışmalarının her geçen artan hızla devam etmesine rağmen KOBİ'ler tarafından yaygın şekilde kullanılmamaktadır. Bu duruma neden olabilecek bazı etkenler şunlardır;¹²⁰

- Elektronik ticaretin öneminin fark edilmemesi,
- Sınırlı bilgi düzeyi,
- Sağlanacak faydaların belirsizliği,

¹¹⁹ Ziff DAVIS KOBİ'ler İçin Elektronik Ticaret Standartları yayınlanmış Makale http://www.platinmarket.com/eticaret_standartlari-pkh51.html Erişim Tarihi 03.02.2010

¹²⁰ Ahmet Ramazan ALTINOK, Elektronik Ticaretin KOBİ'ler Açısından Uygulanabilirliği, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,138

- İnsan kaynaklarının eksikliği,
- Kuruluş maliyeti olarak tespit edilmiştir.

Türkiye’de elektronik ticaretin gerekli olan seviyeye gelmemiş olmasına rağmen, bu konuda yaşanan olumlu gelişmelerden bazıları şunlardır;

- Ürün tanıtım amaçlı internet kullanımında artış kaydedilmekte,
- İnternet karlı bir satış yöntemi olarak algılanmakta,
- İnternet, Pazarlama ve yeni müşterilere ulaşma aracı olarak benimsenmekte,
- Elektronik ticaret firma-müşteri ilişkilerini geliştirmekte,
- İşletmelerin elektronik ticarete ilgisi gün geçtikçe artmakta ancak firma bütçesinde bu işe ayrılan oran sabit kalmakta,
- İşletmelerin elektronik ticarete geçen rakiplerini yakalamaları için oldukça az süre bulunmakta,
- İşletmelerin rakiplerinin elektronik ticaret konusunda ne yaptıklarını mutlaka izlemeleri gerekmektedir.¹²¹

Türkiye, elektronik ticaret uygulamalarının yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi yoluyla bilim ve teknoloji yeteneğini geliştirmeyi, küreselleşmenin olumlu yönlerinden yararlanmayı ve uluslararası ticaretten daha çok pay almayı, sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlamayı, hedeflemeli ve bu hedefi gerçekleştirmeye yönelik kaynaklar temin edilmelidir.¹²²

1.6. KOBİ’lerin Elektronik Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar

Firmaların elektronik ticaret uygulamasında karşılaştıkları sorunlara bakıldığında, bu sorunların, elektronik ticaret yapmama nedenleri ile paralellik gösterdiği göze çarpmaktadır. Genel olarak uygulama sürecinde ortaya çıkan sorunlara bakıldığında,

¹²¹ Vedat BAL, Elektronik Ticaretin KOBİ’ler Açısından İncelenmesi ve Uygulanması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,48 Erişim Tarihi 16.02.2010.

¹²² Önder CANPOLAT E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği s,178 Erişim Tarihi 16.01.2010.

altyapı yetersizliği, sermaye kısıdı, müşterilere güven sorunu, eğitim sıkıntısı gibi elektronik ticarete ilişkin güncel olan birçok sorunla benzer olduğu görölmektedir. Bu sorunlardan bazıları;

- Firma müşterilerinin güvenlik kaygısı nedeniyle elektronik ticareti tercih etmemeleri
- Elektronik ticaret konusunda eğitim yetersizliği
- Firma müşterilerinin görüp dokunmadığı bir ürünü satın almak istememeleri
- Firmanın teknik altyapı yetersizliği nedeniyle elektronik ticaretten yeterli düzeyde yararlanmaması
- Yeni teknolojik değişikliklere uyum sağlayabilmek için gerekli olan işletme sermayesinin kısıtlı olması
- Yeterli teknik bilgi düzeyine sahip kalifiye eleman olmaması nedeniyle karşılaşılan sorunların çözülememesi.¹²³

2. TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LER ve DIŞ TİCARET

2.1. Dış Ticaretin Tanımı

Ülkeler arasında gerçekleştirilen dış ticaretin amacı, iç piyasada bulunmayan ya da bulunsa bile maliyetleri yüksek olan mal ve hizmetleri uluslararası piyasalardan sağlamak veya iç piyasada üretim fazlası olarak sahip oldukları mal ve hizmetleri satarak elde edeceği gelire, ülke refahını yükseltmeye çalışmaktır. Ancak ülkeler arasında gerçekleştirilen her ekonomik hareket dış ticaret olarak nitelendirilmemektedir. Ülkeler arasında mal ve hizmet hareketlerinin yanı sıra, sermaye ve teknoloji transferleri, işgücünün dolaşımı gibi çeşitli diğer ekonomik hareketler de mevcuttur. Ancak bunlar ülkelerin genel ekonomik hareketleri olarak nitelendirilirler ve dış ticarete dâhil edilemezler.

¹²³ Cahit AYDEMİR, Diyarbakır Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Firmaların Elektronik Ticaret Uygulamalarının Araştırılması Raporu, s,35 Erişim Tarihi 22.06.2014

Uluslararası cari hareketler, sermaye hareketleri, uluslararası krediler ve merkez bankalarının rezerv hareketleri, ülkeler arasında gerçekleşen genel ekonomik olayların başlıcalarıdır. Dış ticaret uluslararası ekonomik hareketlerden sadece,“Cari İşlemler” içerisinde yer alıp, uluslararası mal alım ve satımları ile ilgilidir. Diğer cari işlemlerde hizmetlerdir ve “Görünmeyen Kalemler” içerisinde yer alırlar.

Dış Ticaret, bir ülkenin dış dünya ile yaptığı yalnızca mal alım ve satımlarını kapsayan işlemlere denir. Diğer hareketler uluslararası üretim faktörleri hareketleri olup, dış ticaretin içerisine girmemekte ve genel ekonomi politikaları içerisinde yer almaktadırlar. Dış Ticaret; Uluslararası ekonomik hareketler içerisinde sadece Cari İşlemler içerisinde yer almasına karşılık, tüm sözü edilen hareketlerin yarısından fazlasını oluşturur. Yukarıdaki tanımlardan sonra “Dış Ticaret; Ülkeler arasında gerçekleştirilen ithalat ve ihracat hareketlerinin ve bu hareketlere konu olan dövizlerin toplamı” olarak daha net ifade edilmektedir.¹²⁴

2.2. Türkiye’de Dış Ticaretin Mevcut Durumu

Türkiye ekonomisi 17 Ağustos 1999 tarihinde yaşanan depremin etkisi ile %6,1 oranında daralmış ve ihracatı da olumsuz yönde etkilemiştir. 1989 yılından itibaren sürekli artış gösteren Türkiye ihracatı 1999 yılında %1,4 oranında azalarak 26,5 milyar dolara gerilemiştir.

2000 yılı gerek uluslararası piyasalarda Euro/Dolar paritesinde Euro aleyhine yaşanan gelişmeler, gerekse ham petrol fiyatlarında gözlenen yüksek artışın maliyetleri artırıcı etkisi gibi dışsal faktörlerden kaynaklanan olumsuz gelişmeler sebebiyle, ihracatçılar açısından zor bir yıl olmuştur. Ayrıca Ekonomik Program'ın ilk yılı olması sebebiyle, enflasyon hedefine paralel olarak yürütülmekte olan kur politikası, ihracatımızı olumsuz yönde etkileyen diğer bir gelişme olmuştur.

Diğer taraftan, dış ticaret hacmimizdeki artış ülkeye farklı bir prestij sağlamaktadır. Cumhuriyet dönemlerinde tarımla başladığımız ihracat girdileri günümüzde sanayi

¹²⁴ Cengiz ÖZCAN Dış Ticaret Nedir? Yayınlanmış Makale
http://www.cengizozcan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=79:cccc&catid=1:yazlar&Itemid=50 Erişim Tarihi 16.02.2010

ürünleriyle devam etmektedir. Bu durum sektörel bazda gelişmişliğimizin göstergesidir. Yeni teknolojilerin yeni iş alanlarının yaratılması Türkiye'yi daha da ileri aşamalara götürmesi muhtemeldir

Türkiye ihracatı 2008 yılında 130 milyar dolar gibi rekor bir rakamla tamamlamıştır. 2009 yılında ise Dünya ekonomisi finansal piyasalarda yaşanan gerilimlerden dolayı düşüş eğilimine girmiştir. 2009'a yönelik global büyüme projeksiyonları 2002 yılından beri en düşük seviyeye işaret etmekte olup, %3'e kadar gerilemiş ve genel ekonomi önemli bir düşüş riskine maruz kalmıştır. Önemli ekonomiler ya durgunluk içinde ya da durgunlaşmak üzeredir. Bazı ülkeler istikrarlı mal fiyatlarına rağmen, önemli enflasyon baskısına maruzlarken, gelişmekte olan ekonomiler yavaşlama göstermektedirler. Geçtiğimiz yıl boyunca global ekonomi, finansal piyasalardaki krizden, gelişmiş ülkelerdeki konut piyasasındaki başlıca düzenlemelerden ve mal fiyatlarındaki dalgalanmalardan oldukça etkilenmiştir. ABD'de riskli mortgage piyasasının çöküşünden sonra Ağustos 2007'de patlak veren finansal kriz, 2008 yılı Eylül ayında yeni bir safhaya girmiş olup global finansal piyasalardaki güveni oldukça sarsmıştır. Zor şartlar sebebiyle global ekonominin büyümesinde belirgin ölçüde yavaşlama yaşanmıştır.¹²⁵

Tablo 26. 2000–2007 Yılları arasında Türkiye'nin Dış Ticaret İstatistikleri (Milyon TL)¹²⁶

	Yıllar							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
İHRACAT (FOB)	27.77 5	31.33 4	36.05 9	47.253	63.167	73.476	85.535	107.27 2
İTHALAT (CIF)	54.50 3	41.39 9	51.55 4	69.340	97.540	116.77 4	139.57 6	170.06 3
DIŞ TİCARET HACMİ	82.27 8	72.73 3	87.61 3	116.59 3	160.70 7	190.25 1	225.11 1	277.33 4
DIŞ TİCARET AÇIĞI	- 26.72 8	- 10.06 5	- 15.49 5	- 22.087	- 34.373	- 43.298	- 54.041	- 62.791

¹²⁵ Yasin SAVCI, KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi s,5 Erişim Tarihi 16.02.2010

¹²⁶ SAVCI s,7

İHRACAT/İTHALAT (%)	51,0	75,7	69,9	68,1	64,8	62,9	61,3	63,1
İHRACAT/GSMH (%)	10,5	15,9	15,6	15,5	16,2	15,3	16,2	16,3
İTHALAT/GSMH (%)	20,5	21,0	22,4	22,7	25,0	24,3	26,5	25,8

Tablo 26’da 2000–2007 yılları arası Türkiye'nin dış ticaret rakamları gösterilmektedir. Her yıl artan ihracat rakamları karşısında ithalat rakamlarının da artması, dış ticaret dengesinde negatif büyüme oluşmasına neden olmaktadır

Diğer taraftan, dış ticaret hacmimizdeki artış ülkeye farklı bir prestij sağlamaktadır. Cumhuriyet dönemlerinde tarımla başladığımız ihracat girdileri günümüzde sanayi ürünleriyle devam etmektedir. Bu durum sektörel bazda gelişmişliğimizin göstergesidir. Yeni teknolojilerin yeni iş alanlarının oluşturulmasıyla Türkiye’yi daha da ileri aşamalara taşıyacaktır.¹²⁷

¹²⁷ Yasin SAVCI, KOBİ’lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi s,9.

Tablo 27. Türkiye'nin En Çok İhracat Yaptığı Ülkeler (Milyar Dolar)¹²⁸

ÜLKE GRUPLARI	Yıllar			
	2006	2007	2008	2009
A. Avrupa Birliği Ülkeleri (AB-27)	47.934,7	60.398,5	63.390,4	47.013,5
B. Türkiye Serbest Bölgeleri	2.967,2	2.942,9	3.008,1	1.956,4
C. Diğer Ülkeler	34.632,7	43.930,1	65.622,1	53.194,9
Avrupa Ülkeleri	7.961,7	10.842,7	15.678,1	11.359,4
Afrika Ülkeleri	4.565,8	5.976,3	9.062,6	10.181,8
Amerika Ülkeleri	6.328,4	5.603,2	6.531,6	4.838,1
Asya Ülkeleri	15.257,3	20.308,6	32.504,5	25.894,9
Ortadoğu Ülkeleri	11.315,8	15.081,3	25.430,4	19.189,9
Diğer Ülkeler	519,5	1.199,3	1.845,3	920,8
Seçilmiş Ülke Grupları				
OECD Ülkeleri	54.481,0	65.674,8	70.471,7	54.256,1
EFTA Ülkeleri	1.189,3	1.328,0	3.261,7	4.327,1
Karadeniz Ekonomik İşbirliği	11.583,7	16.784,1	20.867,3	12.315,8
Ekonomik İşbirliği Teşkilatı	3.341,0	4.700,1	6.247,7	5.945,3
Bağımsız Devletler Topluluğu	6.992,5	10.088,3	13.938,2	8.742,7
Türk Cumhuriyetleri	1.981,6	2.874,5	3.749,5	3.397,2
İslam Konferansı Teşkilatı	15.007,5	20.310,6	32.597,0	28.668,9
Seçilmiş Ülkeler				
Almanya	9.686,2	11.993,2	12.951,8	9.800,3
Fransa	4.604,3	5.974,5	6.617,5	6.212,0
İngiltere	6.814,3	8.626,8	8.158,7	5.922,8
İtalya	6.752,3	7.480,1	7.819,0	5.893,4
Irak	2.589,4	2.844,8	3.916,7	5.125,9
İsviçre	901,0	935,2	2.856,8	3.931,7
A. B. D.	5.060,9	4.170,7	4.299,9	3.225,2
Rusya Fed.	3.237,6	4.726,9	6.483,0	3.202,6
B.A.E.	1.985,7	3.240,9	7.975,4	2.898,8
İspanya	3.720,5	4.580,0	4.047,3	2.825,5
Mısır	709,4	902,7	1.426,4	2.618,4
Romanya	2.350,5	3.644,2	3.987,5	2.215,5
Hollanda	2.539,2	3.018,9	3.143,8	2.124,1
İran	1.066,9	1.441,2	2.029,8	2.024,8
Libya	489,3	643,1	1.074,3	1.800,3
İrlanda	575,4	637,5	663,9	1.796,4
Cezayir	1.020,7	1.231,7	1.613,6	1.782,0
Suudi Arabistan	983,2	1.486,9	2.201,9	1.771,2
Yunanistan	1.602,6	2.262,7	2.430,0	1.634,2
Çin	693,0	1.039,5	1.437,2	1.599,1
Diğer	28.152,4	36.390,5	46.892,8	33.760,6
T o p l a m	85.534,7	107.271,7	132.027,2	102.164,8

¹²⁸ DPT, Temel Ekonomik Göstergeler Mart 2010

2.2.1. İhracattaki Mevcut Durumun Değerlendirilmesi

Tablo 27’de, Türkiye’nin 2006/2009 yılları arasında en çok ihracat yaptığı ülkelerin ihracat hacimleri ile birlikte verilmiştir. Bu istatistiklere göre, Türkiye’deki KOBİ’ler için Avrupa Ülkeleri cazip bir pazar olarak değerlendirmelidir. OECD Ülkeleri ve Karadeniz Ekonomik İşbirliği üyesi olan ülkeler yine yüksek oranda Türkiye’den nihai mal ve hizmet ithal eden ülkeler olarak görülmektedir. Seçilmiş ülkeler sınıflandırmamsında çok cazip bir ihracat hacmi yine İslam Konferansı Teşkilatı

Ülkelerinde göze çarpmaktadır. Kültürel ortaklıklar vasıtasıyla bu ülkelerle sosyal ilişkilerin daha da iyileştirilmesi bu ülkeler ile Türk KOBİ’leri için cazip ticari ilişkilerin doğmasına neden olacaktır.

Yine tablodaki verilere göre ülkemiz ihracatının çok düşük olduğu ülkeler de görülmektedir. Çin, Yunanistan, Suudi Arabistan, İrlanda ve Libya gibi ülkeler çok az miktarda malı Türkiye’den ithal etmektedir. Bu durum KOBİ’ler için bir avantaj olarak değerlendirilir ise, mal ve hizmetler niteliksel ve fiyat farklılıkları ile cazip pazarlar haline getirilebilir..

Global ekonomik konjktür hareketleri tüm dünya ülkelerini etkilediği gibi ülkemiz ticari hacmini de etkilemektedir. Tabloda görüldüğü gibi 2008’den 2009 geçildiğinde ihracat oranımızda bir gerileme gözlenmektedir. Bu da diğer ülkelerdeki toplam tüketim eğiliminin global kriz nedeniyle düşmesinden kaynaklanmaktadır. KOBİ’ler dünya genelinde hâkim olacak bu tip ekonomik krizlere hazırlıklı olmak zorundalar. Gerek fiziksel yapılarını gerekse de finansal yapılarını daha likit hale getirerek bu krizleri kendileri için avantaja dönüştürmenin yollarını aramak KOBİ’lere büyük oranda fayda sağlayacaktır.

Tablo 28. Türkiye’de Yapılan İhracatın Sektörel Dağılımı (Milyar Dolar)¹²⁹

ÜRÜN GRUPLARI	Yıllar			
	2006	2007	2008	2009
Tarım ve Ormancılık	3.480,5	3.725,2	3.936,7	4.348,3
Tarım ve Hayvancılık	3.466,6	3.709,4	3.923,6	4.337,6
Ormancılık ve Tomrukçuluk	13,9	15,8	13,1	10,7
Balıkçılık	130,9	158,3	240,3	188,8
Balıkçılık	130,9	158,3	240,3	188,8
Madencilik ve Taşocakçılığı	1.146,3	1.660,9	2.155,2	1.682,5
Maden Kömürü, Linyit ve Turb	1,2	1,9	20,9	1,5
Ham petrol ve Doğalgaz	1,1	4,3	61,0	101,1
Metal Cevherleri	468,4	853,4	1.026,5	689,1
Taşocakçılığı ve Diğer Madencilik	675,6	801,2	1.046,8	890,8
İmalat	80.246,1	101.081,9	125.187,7	95.471,0
Gıda Ürünleri ve İçecek	4.339,1	5.164,5	6.475,8	5.931,6
Tütün Ürünleri	181,5	194,7	276,8	266,0
Tekstil Ürünleri	9.265,8	10.804,6	11.323,0	9.561,7
Giyim Eşyası	10.175,1	11.794,8	11.503,8	9.607,1
Dabaklanmış Deri, Bavul, El Çantası, Saraciye ve Ayakkabı	436,4	558,8	606,8	498,6
Ağaç ve Mantar Ürünleri (Mobilya Hariç); Hasır Vb. Örülerek Yapılan Maddeler	336,0	455,2	535,0	509,6
Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri	601,4	835,7	1.051,9	981,7
Basım ve Yayım; Plak, Kaset Vb.	107,7	130,4	145,2	147,8
Kok Kömürü, Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri ve Nükleer Yakıtlar	3.401,7	4.922,3	7.325,1	3.630,0
Kimyasal Madde ve Ürünler	3.480,9	4.056,8	4.994,8	4.298,9
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	3.016,1	3.929,8	4.749,9	4.034,6
Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünler	2.798,6	3.398,2	4.321,0	3.767,5
Ana Metal Sanayi	9.333,6	12.348,9	22.569,9	15.106,4
Metal Eşya Sanayi (Makine ve Teçhizatı Hariç)	3.350,2	4.251,4	5.531,4	4.469,5
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat	6.005,6	8.032,3	9.763,4	8.073,2
Büro, Muhasebe ve Bilgi İşleme Makineleri	88,8	129,7	135,2	100,5
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Elektrikli Makine ve Cihazlar	2.822,5	4.106,3	4.975,1	4.098,2
Radio, Televizyon, Haberleşme Teçhizatı ve Cihazları	3.087,8	2.766,1	2.276,6	1.947,2
Tıbbi Aletler; Hassas Optik Aletler ve Saat	243,9	337,1	404,3	367,4
Motorlu Kara Taşıtı ve Römorklar	12.677,3	17.016,2	19.361,9	12.868,7
Diğer Ulaşım Araçları	2.139,8	2.746,7	3.360,4	2.418,3
Mobilya ve Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Ürünler	2.356,2	3.101,3	3.500,3	2.786,4
Elektrik, Gaz ve Su	123,6	168,8	73,3	139,9
Elektrik, Gaz	123,6	168,8	73,3	139,9
Toptan ve Perakende Ticaret	405,4	473,9	430,5	330,6
Atık ve Hurdalar	405,4	473,9	430,5	330,6
İş Faaliyetleri	0,4	1,4	1,9	1,2
Diğer İş Faaliyetleri	0,4	1,4	1,9	1,2
Diğer Sosyal Toplumsal ve Kişisel Hizmet	1,4	1,4	1,7	2,4
Eğlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetler	1,4	1,4	1,7	2,4
Diğer Hizmet Faaliyetleri	0,0	0,0	0,0	0,0
TOPLAM	85.534,7	107.271,7	132.027,2	102.164,8

¹²⁹ DPT, Temel Ekonomik Göstergeler Mart 2010

Tablo 28’de, Türkiye’nin 2006 ile 2009 yılları arasındaki ihracatının sektörlere göre dağılımı verilmiştir. Tablo incelendiğinde göze ilk çarpan imalat sektöründe Gıda Ürünleri ve İçecek ile Tekstil ve Giyim Eşyalarında ülkemiz ihracatının başarılı olduğu mal grupları olarak yerlerini almışlardır. Büyük oranda KOBİ’ler tarafından üretilen bu mal grupları cazibesini yitirmemeli ve yeni ürün geliştirme stratejileri ile bu oranlar daha yüksek değerlere taşınmalıdır. Yine Ağır Metal Sanayi ihracat açısından başarılı mal grupları arasında yer almaktadır. Özellikle liman işletmeciliğinin gerek devlet gerekse de özel sektör yardımları ile güçlendirilmesi bu sektörün hız kazanmasına ve taşıma maliyetlerinin düşmesi ile de satış açısından rekabet gücünün artmasına neden olacaktır.

Türkiye’de cazip maden ve doğal taş ocakları mevcuttur. Araştırma sürecinde ayrılan bütçe devlet ve özel kesim tarafından artırılarak bu mal grubunun daha başarılı bir hale getirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle Türkiye Doğal Taşı tüm platformlarda tanıtılmalı ve işleme tekniklerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar hızlandırılmalıdır.

Elektrik ve doğal gaz Türkiye’nin dışa bağımlı olduğu mal grupları arasındadır. Bu mal gruplarının ihracatının artırılması KOBİ’ler açısından büyük maliyetler gerektirmesi nedeniyle mümkün değildir. Fakat KOBİ’lere düşen bu sektörde yenilik yaratacak mal, hizmet ve pazar geliştirmek olmalıdır.

Tablo 29. Türkiye İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı (Milyar Dolar)¹³⁰

ÜLKE GRUPLARI	Yıllar		
	2006	2007	2008
A. Avrupa Birliği Ülkeleri (AB-27)	59400,9	68611,6	74802,4
B. Türkiye Serbest Bölgeleri	944,1	1223,7	1334,2
C. Diğer Ülkeler	79231,1	100227,4	125826,9
1. Avrupa Ülkeleri	25695,4	34253,5	44196,5
2. Afrika Ülkeleri	7404,5	6784,1	7770,5
3. Amerika Ülkeleri	9401,3	12152,4	17224,2
4. Asya Ülkeleri	36226,0	46299,6	55714,9
Ortadoğu Ülkeleri	10568,1	12641,3	17627,6
5. Diğer Ülkeler	503,9	737,9	920,9
Seçilmiş Ülke Grupları			
OECD Ülkeleri	77812,6	91856,8	102902,0
EFTA Ülkeleri	4522,4	5774,6	6217,5
Karadeniz Ekonomik İşbirliği Ekonomik İşbirliği Teşkilatı	27021,5	34808,9	45632,2
Bağımsız Devletler Topluluğu	8101,7	9972,1	13220,7
Türk Cumhuriyetleri	23372,9	31262,7	42613,9
Türk Cumhuriyetleri	1967,4	2669,2	4278,5
İslam Konferansı Teşkilatı	19110,8	21524,4	29178,5
Seçilmiş Ülkeler			
Rusya Fed.	17806,2	23508,5	31364,5
Almanya	14768,2	17540,0	18687,2
Çin	9669,1	13234,1	15658,2
A. B. D.	6260,9	8166,1	11975,9
İtalya	8663,5	9968,0	11011,5
Fransa	7240,0	7849,7	9022,0
İspanya	3832,6	4343,0	4548,2
İngiltere	5137,6	5477,1	5324,0
İran	5626,6	6615,4	8199,7
Ukrayna	3059,1	4519,1	6106,3
Güney Kore	3556,3	4369,9	4091,7
Japonya	3216,7	3703,4	4026,8
Hollanda	2160,1	2655,0	3056,3
Belçika	2476,9	2868,7	3150,7
Romanya	2669,0	3112,8	3547,8
Cezayir	1864,5	2108,5	3262,2
İsviçre	4014,8	5268,9	5588,4
Hindistan	1579,4	2299,7	2457,9
İsveç	1488,1	1716,3	1909,0
Polonya	1436,6	1646,2	1977,9
Diğer	33050,0	39092,4	46997,3
T o p l a m	139576,2	170062,7	201963,6

¹³⁰ DPT, Temel Ekonomik Göstergeler Mart 2010,

Tablo 30. Türkiye İthalatının Sektörel Dağılımı (Milyar Dolar)¹³¹

ÜRÜN GRUPLARI	Yıllar			
	2006	2007	2008	2009
TARIM VE ORMANCILIK	2.902,4	4.640,6	6.391,9	4.591,6
Tarım ve Hayvancılık	2.634,3	4.352,8	6.151,3	4.446,0
Ormanlık ve Tomrukçuluk	268,0	287,8	240,6	145,6
BALIKÇILIK	32,6	30,9	41,1	31,2
Balıkçılık	32,6	30,9	41,1	31,2
MADENCİLİK VE TAŞOCAKÇILIĞI	22.033,8	25.314,1	35.649,7	20.624,1
Maden Kömürü, Linyit ve Turb	1.977,9	2.569,7	3.314,9	3.054,6
Ham petrol ve Doğalgaz	19.220,0	21.783,7	31.108,5	16.377,9
Metal Cevherleri	598,7	682,7	812,0	948,3
Taşocakçılığı ve Diğer Madencilik	237,2	278,0	414,3	243,3
İMALAT	110.378,8	133.938,1	150.252,3	110.889,3
Gıda Ürünleri ve İçecek	2.453,1	2.661,0	3.763,1	2.904,0
Tütün Ürünleri	84,1	82,1	104,0	109,9
Tekstil Ürünleri	4.226,8	5.316,8	5.093,4	4.342,7
Giyim Eşyası	962,0	1.357,4	1.902,1	1.764,6
Dabaklanmış Deri, Bavul, El Çantası, Saraciye ve Ayakkabı	1.055,0	1.260,9	1.383,1	951,4
Ağaç ve Mantar Ürünleri (Mobilya Hariç); Hasır Vb. Örülerek Yapılan Maddeler	681,5	874,0	921,3	625,1
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	2.345,7	2.831,8	3.013,6	2.504,5
Basım ve Yayım; Plak, Kaset Vb.	375,8	597,4	600,3	518,8
Kok Kömürü, Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri ve Nükleer Yakıtlar	7.630,6	9.492,3	13.828,9	10.437,4
Kimyasal Madde ve Ürünler	19.599,1	23.624,6	26.993,9	21.346,4
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	2.578,2	3.114,1	3.450,7	2.703,3
Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünler	1.419,4	1.542,0	1.550,0	1.144,5
Ana Metal Sanayi	17.082,9	23.086,8	26.506,1	13.288,1
Metal Eşya Sanayi (Makine ve Teçhizatı Hariç)	2.446,8	2.816,0	3.487,5	2.615,2
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat	14.315,2	17.094,6	17.014,0	12.520,5
Büro, Muhasebe ve Bilgi İşleme Makineleri	2.813,1	2.937,4	2.833,5	2.624,4
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Elektrikli Makine ve Cihazlar	4.983,9	6.325,4	7.357,8	6.618,2
Radio, Televizyon, Haberleşme Teçhizatı ve Cihazları	4.899,3	5.848,8	5.346,5	4.647,8
Tıbbi Aletler; Hassas Optik Aletler ve Saat	2.881,9	3.369,3	3.855,1	3.119,6
Motorlu Kara Taşıtı ve Römorklar	13.293,8	15.096,2	15.513,7	10.754,4
Diğer Ulaşım Araçları	2.414,7	2.231,4	3.115,1	3.300,5
Mobilya ve Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Ürünler	1.836,0	2.377,7	2.618,7	2.047,9
ELEKTRİK, GAZ ve SU	18,2	21,5	15,5	17,3
Elektrik, Gaz	18,2	21,5	15,5	17,3
TOPTAN VE PERAKENDE TİCARET	4.194,8	6.086,8	9.579,0	4.599,1
Atık ve hurdalar	4.194,8	6.086,8	9.579,0	4.599,1
İŞ FALİYETLERİ	1,1	2,4	1,7	1,3
Diğer İş Faaliyetleri	1,1	2,4	1,7	1,3
DİĞER SOSYAL, TOPLUMSAL VE KİŞİSEL HİZMET	14,6	28,3	32,3	21,6
Eğlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetler	14,5	28,3	32,3	21,5
Diğer Hizmet Faaliyetleri				
Toplam	139.576,2	170.062,7	201.963,6	140.775,5

¹³¹ DPT, Temel Ekonomik Göstergeler Mart 2010.

2.2.2. İthalattaki Mevcut Durumun Değerlendirilmesi

Tablo 29 ve 30’da, Türkiye’nin 2006 ile 2009 yılları arasındaki ithalatının ülkelere göre ve sektörel dağılımlarının hacimleri verilmiştir. İthalat hacmimizin ihracatımıza oranının yüksek olması ülkemizin dış ticaret açığının var olmasının nedenlerinden en önemlisidir. Avrupa Ülkeleri, Rusya, Çin ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkeler, Türkiye’ye birçok mal ve hizmet ihraç etmektedirler. Bunun nedeni olarak yine sektörel dağılım tablosu incelenmelidir. Ağır Metal Sanayi, Elektronik Sanayi, Kimyasal Madde ve Ürünler ile Motorlu Kara Taşıtı gibi mal grupları genelde ileri teknoloji gerektiren mal gruplarıdır. Ülke genelinde AR-GE sürecinde ve eğitime verilen önemle birlikte bütçesinin de artması uzun vadede ülkemiz işletmelerinin diğer ülkelerle rekabet etmesine yardımcı olacaktır. Kısa vade de ise, KOBİ’lerimiz bu mal gruplarına ara mamul, yedek parça ve yan sanayi ürünleri ile hem güç kazanacaklar hem de ülkemizin dışa bağımlılığını azaltılmasına yardımcı olacaklardır.

İthalat sektöründe KOBİ’ler, Hindistan, Hollanda ve Japonya gibi üretim tekniği yüksek ülkelere, yeni ürünler ithal edebilir ve yurt içi pazarında büyük işletmelerle rekabet etme şanslarını artırmış olurlar. Bu ülkelerdeki işletmelerle yapılacak uzun vadeli iş sözleşmeleri ile yeni geliştirilmiş mal gruplarında rekabet statülerini sağlamlaştırmış olurlar. Daha güçlü KOBİ’ler büyük ölçekli işletmeleri harekete geçireceğinden, ülkedeki mal ve hizmetlerin kalitesi artacak, fiyatlar tüketiciler için daha cazip hale gelecektir. Bu da ülke genelinde refah düzeyinin artmasına büyük ölçüde yardımcı olacaktır.

2.3. Türkiye’de KOBİ’lere Dış Ticaret Desteği Veren Kurum ve Kuruluşlar

2.3.1. Dış Ticaret Müsteşarlığı

Dış Ticaret Müsteşarlığı, bugün Türkiye’nin dış ticaretinden birinci derecede sorumlu olan kurum niteliğinde bulunmaktadır. Dolayısıyla dış ticaret ve dış ticaretle ilgili tüm konularda öncelikle bu kurumun etkinliği söz konusudur. Gerek ülke dış ticaret

politikalarının belirlenmesi, gerekse bu politikaların uygulanması ve denetimine ilişkin tüm işlemler bu kurumun sorumluluğu ve kontrolü altındadır.¹³²

Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı kapsamında aşağıda yer alan 10 adet destek programı uygulanmakta olup, tüm devlet yardımlarının uygulanmasında nihai onay mercii Dış Ticaret Müsteşarlığıdır. Verilen destek programları şunlardır:

- Araştırma ve Geliştirme yardımları,
- Yurt dışında ofis açma, işletme ve marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Eğitim desteği,
- İstihdam desteği,
- Pazar araştırma desteği,
- Çevre maliyetinin desteklenmesi,
- Türk ürünlerinin yurt dışında markalaşması ve Türk Malı imajının yerleştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi,
- Yurt dışı fuar desteği,
- Uluslar arası nitelikteki yurt içi ihtisas fuarlarının desteklenmesi,
- Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımlarıdır.¹³³

2.3.2. Gümrük Müsteşarlığı

27.1993 günlü 485 sayılı “Gümrük Müsteşarlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname uyarınca 1993 yılında Gümrük teşkilatı Başbakanlığa bağlı müstakil bir Müsteşarlık olarak yeniden organize edilmiştir. Anılan Kararnamede Müsteşarlığın kuruluş amacı: Gümrük ve Gümrük Muhafaza hizmetlerini düzenlemek ve yürütmek, kaçakçılık fiil ve teşebbüsleri ile mücadele etmek üzere,

¹³² Hulusi DOĞAN, **İhracat Pazarlaması ve İşletmeleri**, Detay Yayınevi,s, 11.

¹³³ Fuad ASGAROV, T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın Devlet Destekleri ve İhracat Üzerindeki Etkileri, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,50.

Başbakanlığa bağlı Gümrük Müsteşarlığının kurulmasına, teşkilat ve görevlerine ilişkin esasları düzenlemektir.¹³⁴

Gümrük Müsteşarlığının görevleri aşağıda sıralandığı gibidir:

- Gümrük politikasının hazırlanmasına yardımcı olmak, gümrük politikasını uygulamak,
- Gümrük Kanunu ve gümrüklerle ilgili diğer mevzuat ile uluslararası sözleşmeler hükümlerinin uygulanmasını sağlamak,
- Gümrük tarife oranlarının tespitine yardımcı olmak, gümrük vergileri ile gümrüklerce alınan diğer gelirler ve fonların tarhi, tahakkuk ve tahsilini sağlamak ve kontrol etmek,
- Gümrük kontrolüne tabi kişi eşya ve araçların muayene ve kontrolünü yapmak, bu işlemlerin etkin ve süratli yapılmasını sağlayacak tedbirleri almak,
- Gümrüklerle ilgili istatistikî bilgileri toplamak ve değerlendirmek,
- Gümrük denetimine tabi eşya ve araçların muhafazasını sağlamak, gümrükte giriş ve çıkış işlemlerine tabi eşyanın, saptanmış olan norm ve standartlara uygunluğunu denetlemek,
- Kara hudutlarındaki gümrük kapıları ile pasavan kapılarında, gümrük teşkilatı bulunan hava ve deniz limanlarında ve serbest bölge ve çeşitli antrepo ve iç gümrük sahalarında ve gümrük bölgelerinde gümrük muhafaza görevleri ile kaçakçılığın men, takip ve tahkik görevlerini yerine getirmek,
- Diğer yer ve sahalarda da gerektiğinde ilgili kuruluşlarla işbirliği yaparak kaçakçılığı men, takip ve tahkik etmek,
- Milletlerarası kuruluşların Müsteşarlık hizmetlerine ilişkin çalışmalarını takip etmek, bu konularda görüş oluşturmak yurtdışı ve yurtiçi faaliyetleri yürütmek,
- Çeşitli kanunlarla Müsteşarlığa verilen görevleri yapmak,
- Bu görevleri yerine getirecek meslek memurlarını yetiştirmek ve bu konudaki düzenlemeleri yapmak,

¹³⁴ Gümrük Müsteşarlığı Tarihçesi, <http://www.gumruk.gov.tr/tr-TR/tanitim/Sayfalar/tarihce.aspx> Erişim Tarihi 16.02.2010

- Yukarıdaki görevlerin uygulanmasını takip etmek, değerlendirmek, incelemek ve denetlemektir.¹³⁵

2.3.3. Türk Eximbank

Türkiye’de ihracat alanında elde edilen başarıların kalıcılığının sağlanabilmesi, dış ticaretin ve özellikle de ihracat finansmanının belirli bir sisteme oturtulması ihtiyacını doğurmuş ve bunun sonucu olarak Türkiye’de ihracat finansmanını sağlayacak bir yapının oluşturulması için ilk adımlar atılmıştır. 1964 yılında kurulan Devlet Yatırım Bankası bir anonim şirket şeklinde faaliyet göstermek üzere yeniden düzenlenmiş ve Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. adıyla 21.08.1987 tarihinde 87/11914 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Türk Eximbank kurulmuştur.

Türk Eximbank’ın amacı, ihracatın geliştirilmesi, ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatın uluslararası ticarete paylarının artırılması, girişimcilere gerekli kaynağın sağlanması, ihracatçılar ve yurt dışında faaliyet gösteren müteahhitler ve yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvence sağlanmasıdır.¹³⁶

2.3.4. Kredi Garanti Fonu Araştırma A.Ş. (KGF)

KGF, 1991 yılında kurulmuştur. Yapılabilirlik projesi olup da, sadece teminat yetersizliği nedeniyle banka kredisi alamayan KOBİ’lere, bu teminat sıkıntılarını aşmalarına yardımcı olmak amacıyla kurulmuştur. KGF bir teminat kurumudur. Bankadan kredi almak isteyen, fakat bankanın istediği teminatı miktar veya çeşit itibarıyla temin edemeyen KOBİ’lere kefil olmaktadır. KGF teminatı Türkiye Halk Bankası kredileri için kullanılır. Esnaf, sanatkârlar ve KOBİ’lerin kullanımına sunulan tüm Türkiye Halk Bankası kredileri için KGF teminatından yararlanmak mümkündür.¹³⁷

¹³⁵ Hulusi DOĞAN, **İhracat Pazarlaması ve İşletmeleri**, Detay Yayıncılık,s,13.

¹³⁶ Serdar ÖZTÜRK, Ali SÖZDEMİR, Özgür KOÇBULUT, **Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ’ye Uygunluğu**, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını. 2007, s,183.

¹³⁷ Yusuf Kemal ÖZTÜRK, **Türk İhracat Sektöründe KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,83

2.3.5. Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV)

TOSYÖV Girişimcilik ve KOBİ araştırma merkezi 1995 yılında kurulmuştur. Kendi içinde oluşturduğu birim ve profesyonel danışmanlarla KOBİ'lere yönelik olarak bilgi akışını sağlamaktadır. KOBİ'lere ulusal ve uluslararası eğitim seminerleri düzenleyerek dış ticaret konusunda bilgilenmelerini sağlamaktadır. Girişimcilik Eğitim Semineri ve Girişimcilik Günleri ile KOBİ'lere yabancı ortak, dış pazarlar gibi birçok konuda bilgi verilmektedir. Firmaların talepleri doğrultusunda çeşitli konularda birçok seminer programı düzenlenmektedir.¹³⁸

2.3.6. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi işletmelerinin payını ve etkinliğini arttırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur.¹³⁹

Kuruluşun Görevleri;

- Sanayide, Araştırma ve Geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesi ve faaliyetlerin uygulanması için Teknoloji Merkezleri, Teknoparklar, Danışmanlık Merkezleri, Enstitüler ve benzeri birimlerin kurulmasını sağlamak.
- Üniversiteler ile kamu ve özel araştırma kurumlarındaki bilim ve teknoloji altyapısından işletmelerin faydalanmasını sağlamak,
- Teknoloji düzeyini yükseltmek üzere, mevcut teknolojik bilgilere erişmek ve üretmek,

¹³⁸ ÖZTÜRK, s,89.

¹³⁹ Fulya KAHRAMAN, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelik Devlet Yardımları, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,119.

- İşletmelerin planlı yönetim anlayışına, modern ve çağdaş işletmecilik düzeyine kavuşturulmalarını sağlayarak değişik sektörlerde yatırımları yönlendirmek,
- İşletmelerin uluslararası düzeyde mal üretmeleri ve daha modern işletmeler haline gelmeleri için gerekli yardımlarda bulunmak,
- Hizmet merkezlerinde görev alacak elemanların, özel ihtisas konularında eğitimini sağlamak için, eğitim uzmanlarının yetiştirilmesi ve yaygın eğitim programlarının düzenlenmesi,
- İşletmelerin yatırım, üretim, yönetim ve pazarlama konularında bilgi ve beceri yönünden güçlenmelerini sağlamak,
- İşletmelerin pazarlama sorunlarına çözümler aramak. İşletmelerin yurt içi ve yurt dışı pazarlarda rekabet edebilir düzeye gelmelerini sağlamak amacıyla gerekli çalışmaları yürütmek,
- Girişimcilik kültürünün ve ortamının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için gerekli tedbirleri almak ve bu kapsamda girişimcileri desteklemek,
- İşletmeler arası işbirliğini geliştirmek, yerli veya yabancı sermaye katkısı ile gerçekleştirilecek ortak yatırımların oluşturulmasını ve yaygınlaştırılmasını desteklemektir.¹⁴⁰

2.4. Türkiye'deki KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar

Dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunlar, bir firmanın uluslararası pazarlara girmesi ya da mevcut pazarlarını genişletmesini engelleyen her türlü yönetsel, işlevsel, yapısal kısıtlamaları içerir.

Türkiye ekonomisinde son yıllarda yaşanan gelişme ve değişimler, KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılma olgusu, bu pazarlarda yaşanabilecek risk ve belirsizlikler, çeşitli fırsatlar, işletmeleri bazen olumlu, bazen de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Dış pazarlara açılmak isteyen işletmeler için bazı belirgin sorunlar ve engeller vardır.

¹⁴⁰ Mahmut AR, KOBİ'lere Verilen Teşvik ve Destekler Kapsamında KOSGEB Konya Örneği, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s,101.

İşletmelerin dış pazarlarda başarılı olabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için bu sorunları ve engelleri analiz etmelidirler.¹⁴¹

2.4.1. Dış Ticaret Sorunlarının Kaynakları

Türkiye'deki KOBİ'lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunların kaynaklarından bazıları şunlardır:

Kaynakların tedarik edilmesinde karşılaşılan zorluklar: KOBİ'lerin profesyonel olmaması ya da profesyonel yöneticilerinden mahrum olması, düşük kaliteli ve pahalı hammadde-malzeme alımına ve üretme aktarılmasına yol açar. Ayrıca, KOBİ'ler döviz kurlarındaki artışlar nedeniyle ithalâtın pahalılaşması, KİT zamları ve buna bağlı olarak girdi arzında bulunan özel sektör işletmelerinin yaptıkları zamlar tedarikini olumsuz etkilemekte; maliyeti artırmaktadır. Küçük ölçekleri ve düşük pazar güçleri dolayısıyla, koşulları etkilemekte oldukça zorlanmaktadır. Oluşan koşullar ise, KOBİ faaliyetlerini maliyet eksenli ele almasına ve rekabeti bu şekilde değerlendirmelerine yol açmaktadır.

Pazarlama ve satışta zorluk: Genellikle KOBİ'lerin pazar oluşturma ve faaliyetlerini ciddi şekilde sürdürme konusunda temel pazarlama stratejilerinin olduğunu söylemek zordur. Buna rakiplerin tanınmaması, rekabetin anlaşılabilmesi bu sorunu çözülmesi daha zor bir duruma getirmektedir. Pazarlama bölümlerinde sağlıklı bir örgütlenmenin olmaması, KOBİ'lerin pazarlama ve satış kabiliyetlerinin düşük olmasına neden olmaktadır.

Organizasyon ve iletişim bozukluğu: KOBİ'lerin genelde dış ticaret işlemlerini takip edecek bir departmanı bulunmaması, bulunanlar ise etkili olmamaktadır. Bu nedenle, söz konusu işlemlerin takibi amatör bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin dış ticarete etkili bir iletişim içerisinde bulunmayışı özellikle dil problemleri ve bilgi eksikliği, başarılı olmalarını olumsuz yönde etkilemektedir.

¹⁴¹ İpekgil DOĞAN, Mehmet MARANGOZ, KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama, DPT Yayınlanmış Makale, <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/kobi.doc> s,4, Erişim Tarihi 06.06 2010

Üretimde/üründe zorluk: Dünya normlarında ürün ve üretimin gerçekleştirilmesindeki eksiklikler, küresel marka oluşturma inisiyatifi geliştirememek, ürün satışı sonrası müşteri ilişkilerini yönetememek önemli sorunlar yaratmaktadır. Özellikle zamanında teslimat yapılmaması ve üretim işlemlerde devamlılığın sağlanamamasına yol açmaktadır.

Bilişimde zorluk: KOBİ'lerde bilişim faaliyetleri oldukça zayıftır. Her ne kadar e-ortam önemli imkanlar açsa da, hala birçok KOBİ e-ortamdan yararlanma zorluğu çekmektedir. Diğer yandan KOBİ'lerin reklâm, fuar ve sergilere katılma, alıcılarla karşılıklı ve/veya yüz yüze görüşme gibi temel unsurları hakkında temel bilgileri de mevcut değildir. Ayrıca; ilgisizlik, söz konusu unsurların öneminin yeterince kavranamamış olması ve maliyet artırıcı etkilerinin olması dolayısıyla bilişim faaliyeti, KOBİ'lerin gündemine ciddi bir şekilde girememektedir.

Finansal zorluk: KOBİ'ler için finansman, başlı başına bir konudur. Gerek dış ticarete, gerek işletme genel faaliyetlerinde finansman sorunlarını aşmakta KOBİ'ler zorlanmaktadır. Ayrıca, ihracat mevzuatında meydana gelen değişmelerin takip edilememesi, KOBİ'lerin finansal imkanlarını tam olarak bilmemeleri veya bu imkanlardan KOBİ'lerin haberdar edilmemesi finansal kaynakların temininde yaşanan sorunların artmasına neden olmaktadır.

Diğer zorluklar: Kotalar, standartlar ve diğer dışsal sınırlamalar KOBİ'lerin hatalarını besleyen ve ticaretini olumsuzlaştıran önemli unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Pazar ve rekabet koşullarını güçlendirmek ise, başlı başına küresel düşünüp yerel hareket etme ve buna ilişkin becerilerin geliştirilmesine bağlıdır.¹⁴²

Türkiye'de işletmeler özellikle KOBİ'ler ihracatı artırmak konusunda bir takım güçlüklerle karşılaşmaktadır. İhracatta karşılaşılan sorunlar makro düzeyde ülkenin içinde bulunduğu durumdan kaynaklanabileceği gibi, mikro düzeyde işletmenin örgütsel özelliklerinden kaynaklanabilir.

¹⁴² KOBİ'lerin Dış Ticarete Beş Hatasını Anlama, http://www.KOBİfinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/0208/465 Erişim Tarihi 21.03.2010

2.4.2. Ulusal Düzeyde Karşılaşılan Sorunlar

Ülke genelinde ekonomik, hukuksal ve siyasi yapının sahip olduğu özellikler nedeniyle, Türkiye'deki KOBİ'lerin dış ticaret sürecinde karşılaştıkları sorunlar şunlardır:

- Enerji maliyetlerinin yüksekliği,
- Finansman maliyetlerinin yüksekliği,
- Nakliye masraflarının yüksekliği,
- Limanda alt ve üst yapı eksikliklerinin bulunması,
- Dış pazarlarda Türk malı imajının yerleşmemiş olması,
- Dış pazarlarda yeni firmalar arasında yaşanan yoğun rekabet dolayısıyla kaliteli Türk mallarının çok düşük fiyatta satılması,
- İhracat kredilerinin yetersizliği,
- Dış ülkelerce ülkemiz menşeli ihraç ürünlerinde açılan aşırı dumping soruşturmaları,
- İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması,
- Teşvik tedbirlerinin yetersizliği,
- Yabancı ülkelerin ithalata koymuş oldukları tarife dışı engeller.

2.4.3. İşletme Düzeyinde Karşılaşılan Sorunlar

Dış ticaret faaliyetlerinde bulunan KOBİ'lerin, örgütsel yapıları, sahip oldukları finansal kaynaklar ve çalıştırdıkları personelin niteliği gibi değişkenlerin sebep olduğu sorunlardan bazıları şunlardır:

- İşçilik maliyetlerinin yüksekliği,
- Kalifiye eleman yetersizliği,
- İhracata yönelik üretimin finansmanı için kredi bulma zorluğu,
- Ucuz ve kaliteli hammadde bulma güçlüğü,
- Düşük kalitede ve düşük teknoloji ile üretim yapılması,

- AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği dolayısıyla rekabet üstünlüğü sağlayabilecek yeni ürün ve hizmetler sunamamaları,
- Dış fiyatlandırmadaki yanlışlıklar,
- İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği,
- Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olamaması.¹⁴³

Dış ticarete ulusal ve işletme düzeyinde karşılaşılan sorunlar ve bu sorunlara yönelik bazı çözüm önerileri ile bu sorunların aşılmasında Türkiye'deki KOBİ'lere destek veren kurum ve kuruluşların hangileri olduğu Tablo 31.'de verilmiştir.



¹⁴³ Yasin SAVCI, KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s71
Erişim Tarihi 05.02.2010

Tablo 31. KOBİ'lerin Dış Ticaret İle İlgili Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler¹⁴⁴

SORUNLAR	ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	DESTEKLER	İLGİLİ KURULUŞ
<p>1. Genel olarak KOBİ'lere ihracat pazarları kapalıdır veya bu işletmelerin ihracat pazarlarına girmeleri çok zordur.</p> <p>1.1. KOBİ'lerin İhracat Konusunda Ulusal Düzeyde Karşılaştıkları Sorunlar</p> <p>KOBİ'leri ihracata yönlendirmek veya ihracatlarını geliştirmek için planlı bir strateji izlenmemesi.</p> <p>Küçük sanayi sektörünü geliştirmeyi ve bu sektörün ihracata katkısını artırmayı hedefleyen amaçların açıkça ortaya çıkarılmaması</p> <p>Mevcut amaçların küçük sanayi sektörünün ihracatının gerçekleştirilmesine yönelik olmaması.</p> <p>KOBİ'leri desteklemek için belirlenmiş bir hedef olsa dahi alınan önlem ve uygulamaların bu amaca uygun olmaması.</p> <p>KOBİ'ler için talep piyasasını koordine edecek bir kuruluşun olmaması.</p> <p>İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması.</p> <p>İhracatta mevcut uygulamaların KOBİ'lerin aleyhine işlemesi.</p> <p>Bürokratik engeller.</p> <p>Teşvik tedbirlerinin yetersizliği.</p> <p>KOBİ'lerin organize olmamaları.</p>	<p>KOBİ'lerde klasik aile mülkiyeti geleneği ortadan kalkmalı ve uluslararası pazarlarda rekabet şanslarını artırabilmek için, hızla tek çatı altında toplanmalıdırlar</p>	<ul style="list-style-type: none"> İhracat İle İlgili Kurs, Seminer, Toplantı, Sempozyum Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> İhracatçı Birlikleri İGEME Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA)
		<ul style="list-style-type: none"> Büyük İşletmeler ve KOBİ'ler Arası Bilgi Transferi Desteği Bilgi Ağları ve E-İş Desteği Veritabanları ve Bilgi Erişim Hizmetleri Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> İstanbul Ticaret Odası Yan Sanayi Borsası KOSGEB TOBB
		<ul style="list-style-type: none"> İşletmeler Arası İşbirliği Hizmet Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> Uluslar arası İlişkilerde Ticari Bilgi Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> İGEME Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
		<ul style="list-style-type: none"> İhracata Yönlendirme Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> KOSGEB
		<ul style="list-style-type: none"> Dış Ticaret Mevzuatı Konulu Eğitim Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> İGEME
<p>1.2. KOBİ'lerin İhracat Konusunda İşletme Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar</p> <p>İhracata Yönelik Üretimin Finansmanı İçin Kredi Bulma Zorluğu, Ucuz ve Kaliteli Hammadde Bulma Güçlüğü,</p> <p>İhracat Pazarlaması Faaliyetlerinin Sınırlı Kaynaklar Sebebiyle Karşılanamaması</p> <p>Satış Geliştirme, Tanıtım Faaliyetlerinin Mali Açından Çok Külfetli Olması</p>	<p>KOBİ'lere pazar araştırmaları konusunda yardımcı olunması gerekmektedir. Reklam faaliyetlerinde bulunulması gerekmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Marka Oluşturma ve Tanıtım Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> İhracatçı Birlikleri KOSGEB
		<p>Sevk Öncesi İhracat Kredisi</p> <p>Dış Ticaret Şirketleri Kredisi</p> <p>Performans Kredisi</p> <p>İhracata Yönelik İthalatı Finansmanı</p>	<ul style="list-style-type: none"> Türk Eximbank
		<ul style="list-style-type: none"> KOBİ İhracat Kredisi 	<ul style="list-style-type: none"> Halkbank Vakıfbank
		<ul style="list-style-type: none"> KOBİ Döviz Kredisi 	<ul style="list-style-type: none"> Dış Ticaret Müsteşarlığı
		<ul style="list-style-type: none"> Orta Vadeli Ticaret Finansman Fonu 	<ul style="list-style-type: none"> İslam Kalkınma Bankası
<ul style="list-style-type: none"> Gümrük Vergisi, KDV Vergisi Muafiyet Desteği 	<ul style="list-style-type: none"> Maliye Bakanlığı 		

¹⁴⁴ Yılmaz, s,32

2.5. Dış Ticarete KOBİ'ler İçin Sektörel Dış Ticaret Modeli Yaklaşımı

Üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip Küçük ve Orta Boy İşletmelerin, uluslararası pazarlara yöneltilerek, ülke ihracatının artırılması yönündeki dış ticaret politikalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Küçük ve Orta Boy İşletmeleri bir araya getirerek ihracat performanslarını artırdığı için birçok ülkede uygulanan İhracatta Örgütlenme modelleri arasında en başarılı yaklaşımlardan biri olarak gösterilmektedir. Bunun nedeni, modelin üretimden yatırıma ve ihracata kadar şirketin ihtiyacı olduğu teknik, mali, vb. yardımları belli bir sürede olsa devlet tarafından karşılanmasıdır. Bu model ile işletmelerin (Küçük ve Orta Boy İşletmelerin) ihracata yönlendirilmesi, ihracatlarını artırabilmeleri ve üretim yapılarını güçlendirmelerine imkân verecek gelişmelerin sağlanması hedeflenmekle beraber, asıl amaç ihracatın artırılıp, istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasıdır

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Türkiye'nin ekonomik ve yapısal ihracat sorunlarının kolay çözümü açısından bugüne kadar öne sürülen en uygun ihracatta örgütlenme modelidir. Bununla birlikte Türkiye ekonomisinin en önemli birimlerinden biri olan Küçük ve Orta Boy İşletmelerin gelişmesini sağlamak ve onları ihracata yönleltmek amacı ile kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Gümrük Birliği sonrası başlayan kalite ve uluslararası pazarlara girme rekabetinde Küçük ve Orta Boy İşletmelere çok büyük destek vermektedir.¹⁴⁵

2.5.1. Sektörel Dış Ticaret Yaklaşımının İhracat Sürecindeki Avantajları

Sektörel Dış Ticaret Yöntemi ile dış ticaret faaliyetlerini gerçekleştiren işletmeler Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, (SDŞ) olarak adlandırılmaktadır. Bu yaklaşımın dış ticarete KOBİ'lere sağladığı destekler, bu işletmelerin dış ticaret sürecinde diğerlerine göre bazı avantajlara sahip olmalarına olanak tanımaktadır. Bu avantajlardan bazıları şunlardır:

¹⁴⁵ Selda ALAGÖZ, Mehmet ALAGÖZ, İhracatta Bir Örgütlenme Modeli Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticaretteki Performansı, Konya Ticaret Odası Araştırma Servisi Yayınlanmış Makale s,3 Erişim Tarihi 14.03.2010

- Herhangi bir KOBİ ihracat faaliyetleri için sabit ve değişken maliyetleri üstlenmek durumundadır. SDŞ'ler bu yükümlülükleri üstlenerek aynı anda birçok KOBİ'nin ihracat maliyetlerini indirmektedir
- Gümrük ve ihracat mevzuatlarının SDŞ'ler için sunduğu dâhilde işleme rejimi kapsamında gümrük muafiyetli İthalat, Exımbank Kredileri, devlet yardımları, KDV iadesinde sağlanan kolaylık gibi teşvik ve destekler mevcuttur.
- SDŞ'ler sayesinde, KOBİ'lerin tek başlarına ihracat yapmaları halinde karşılaşacakları kimi teknik ve bürokratik zorluklardan kurtulabilmektedirler. Bu sayede KOBİ'ler enerjilerini bu konular için harcamadan, doğrudan pazarlama ve rekabete aktarmaları mümkün olmaktadır.
- KOBİ'lerin SDŞ modeli bünyesinde ihracat faaliyetlerine girmeleri, ihracat mevzuatı konusunda profesyonelleşmiş uzman kadrolar sayesinde, gümrükleme, nakliye, sigorta gibi faaliyetlerin daha etkin olarak gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Ayrıca her KOBİ'nin uzman bir dış ticaret çalışanı bulması ve istihdam etmesi mümkün olmayacağı için, KOBİ'lerin tek bir çatı altında bu faaliyetleri yürüten kadrolar istihdam etmesi verimlilik açısından da büyük avantaj sağlamaktadır.
- SDŞ'ler sadece üye firmaların ihracat işlemlerini üstlenmek ve onları bu işlemlerin getireceği yükümlülüklerden kurtarmakla kalmaz, üye firmalar için yurtdışında yeni rekabet ve pazar alanları bulmaya yardımcı olur, uluslararası fuar ve etkinliklerde onlar adına tanıtım faaliyetlerine girer, bu işlerin takibini üstlenir.
- SDŞ'ler hem üyeliği bulunan grubun diğer şirketleri ile bu şirketlerin kurduğu başka ortaklıkların ihracatına (aynı sektörde faaliyette bulunmak şartıyla) aracılık edebilir hem de aynı sektörde faaliyette bulunan ama SDŞ'ye ortak olmayan KOBİ'lerin ihracatına da aracılık yapabilirler. Bu aracılık, aracılık sözleşmesi ile düzenlenir. Aracılık sözleşmesiyle SDŞ'ler aracılık ettikleri üyesi olan üretici şirketler ile üyesi olmayan şirketler arasında aracılık üstlenirler. Örneğin, üretici olmayan şirketler de, ihraç edilmek amacıyla üretici firma gibi SDŞ'ye mal satabilirler.

2.5.2. Sektörel Dış Ticaret Yaklaşımının Uygulanabilmesindeki Engeller

Sektörel Dış Ticaret Modeli, KOBİ'lere dış ticaret uygulamalarında sağladığı avantajların yanında, bu modelin uygulanmasında bazı engellerle karşılaşılmaktadır. Bu engellerden bazıları şunlardır:

- SDŞ olarak tek bir çatı altında toplanan firmaların, pazarlama ve dış ticaret faaliyetleri konusunda bağımsızlıklarını yitirmek istememeleri,
- Üye firmalar arasındaki iç rekabet, kalite, büyüklük ve yönetim farklılıkları ve benzeri çatışma ya da uyumsuzluk durumları,
- SDŞ yönetimi için etkin ve profesyonel dış ticaret yöneticilerinin bulunması sorunu, bulunsa bile üye firma yöneticileri ile SDŞ yönetim kadrosu arasında olası fikir çatışmaları, uygulama ve yaklaşımlardaki anlaşmazlıklar, yönetim müdahale alanının belirsizleşmesi,
- Sipariş dağılımı, finansman, karar ve yönetim süreci gibi etkin paylaşım gerektiren konularda uyumsuzluk ve anlaşmazlıklar,
- Büyük firmaların ya da SDŞ bünyesindeki daha büyük firmaların SDŞ yönetiminde söz ve karar sahibi konumuna gelmesi ve küçük firmaların yönetimde devre dışı kalma tehlikesi,
- Ülke ekonomisindeki olumsuzluklar (enflasyon artışı, kur politikalarında dengesizlik, dövizdeki olumsuz gelişmeler),
- Ülkenin gümrük ve ihracat mevzuatındaki gelişmeler, navlun ve gümrük vergilerinin, KDV iade oranlarındaki olumsuz gelişmeler,
- Üye firmaların sermaye, finansman gibi konularda üstelenmeleri gereken yükümlülük ve sorumlulukları yerine getirmemeleri.¹⁴⁶

¹⁴⁶ Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, <http://www.KOBİtek.com/makale.php?id=35> Erişim Tarihi 19.02.2010

SONUÇ

KOBİ'ler büyük üretim kapasitelerine ve satış hacimlerine sahip olan işletmeler olmamalarına rağmen, sayılarının çokluğu ve ülke üretiminin büyük oranını karşılamalarından dolayı ulusal ekonomideki yerleri çok önemlidir. Bu durumun nedenlerinin en önemlisi, ülkedeki istihdamın yaratılmasında oynadıkları rol gelmektedir. Her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de istihdam ulusal ekonominin bulunduğu ve ileride bulunacağı durum açısından büyük önem taşımaktadır.

İstihdam oranının her geçen gün yükselmesi, işsizliğin azalmasıyla birlikte makro ekonomik açıdan ülke genelinde yaratılan katma değer artmasına neden olacaktır. İnsanlar işsiz kalmayacakları için daha fazla nihai mal ve hizmetleri tüketeceklerdir. Bu durum, toplam tüketim eğiliminde reel bir artışa neden olacaktır. Toplam tüketim eğiliminin artması ile bu tüketimi karşılayacak yeni işletmelerin açılması ihtiyacı hissedilecektir. Bununla birlikte ülke genelinde, toplam yatırım harcamalarımızda reel bir artış sağlanacağından, istihdam yaratılması sürecinde bir "Hızlandırıcı" etkisi yaşanacaktır. Günden güne artan istihdam, tüketim ve yatırımlar ile toplumun refah düzeyinde kısa vadede hissedilir bir artış sağlanabilecektir. Bütün ulusal ekonomilerin ana sorunlarından ikisini yani; kaynakların tamamının kullanılamaması sorunu ve kaynakların etkin kullanılamaması sorununu Türkiye ekonomisi daha az yaşayacaktır.

Ülke bazında genel refah düzeyinin yükselmesi ile iç tüketim ihtiyacından daha fazla üretim yapacak olan KOBİ'ler dış pazarlara açılarak, dış ticaretin artmasında en büyük rolü oynayacaklardır. İhracatta yaşanacak reel ve yeterli sayılabilecek bir artış, Türkiye'nin ödemeler dengesinin hesaplarının daha güven veren mali tablolara sahip olmasını sağlayacaktır. Dış Ticaret Fazlası veren bir ulusal ekonomiye sahip olmanın en

önemli yolu, yine KOBİ'lerin öncelikle iç pazarda sağlayacakları başarıların ardından, dış ticarete yakalamaları gereken hızlı bir sirkülasyon ve yüksek faaliyet hacminden geçmektedir.

Arzu edilen bir ulusal ekonomiye sahip olmak ve ülke genelinde yaşam ve refah düzeyinin yükselmesini sağlamakta tutarlı stratejiler izlenmelidir. Öncelikle ülke genelindeki KOBİ'lerin mevcut durumları incelenmeli, güçlü ve zayıf yönleri belli edilmelidir. Temel sorun alanlarının tespiti ile Devlet, Özel Sektör ve Hane Halkı'nın eş zamanlı işbirliği ile bu sorunlar ve sorun alanları çözülmeye çalışılmalıdır.

Günümüzde, dünya genelinde işletmeler, insan odaklı çalışan ve var olan örgütlerdir. KOBİ'lerin de üretim kaynaklarının en önemlisi emek yani insan faktörüdür. Faaliyet konusu ne olursa olsun KOBİ'ler daha verimli çalışan işletmeler olmak istiyorlarsa, nitelikleri yüksek insanları bünyesinde barındırmalıdır. Örgütteki hiyerarşinin hangi basamağında yer alırsa alsın, en alt işçisinden, üst düzey yöneticisine kadar tüm personel nitelikli olmak zorundadır. Türkiye genelinde, her sektörde karşımıza çıkan nitelikli personel sorunu KOBİ'leri de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu konuda yaşanan sıkıntıların aşılması için Türkiye'deki eğitim-öğretim politikalarının çağın gereklerine göre güncelleştirilmelidir. Bununla beraber istihdam edilmiş personelin, mesleki eğitimlere tabi tutulması ile yine mevcut işgücü daha nitelikli duruma getirilecektir. Böylece tüm işletmelerle birlikte KOBİ'lerin daha verimli çalışan işletmeler olmaları sağlanacaktır. Bu neticede, fakültelerin ve meslek yüksekokullarının eğitim-öğretim şablonlarının ve stratejilerinin, çağa ayak uyduran personel yetiştirme yönünde yenilenmesi bir zorunluluktur.

Nitelikli personelin sadece KOBİ'ler içinde değil, KOBİ'leri ilgilendiren dış çevre unsurlarında da sağlanması gerekmektedir. Ülke ekonomisinde büyük rol oynayan kurumlar, daha vasıflı insan kaynaklarına sahip olmalıdır. Bakanlıklar, Müsteşarlıklar, Para ve Sermaye Piyasasındaki kurum ve kuruluşlar, Tedarikçiler, daha verimli kurumlar haline gelmeleri için yine mevcut insan kaynaklarını geliştirmelidir.

KOBİ'lerin daha etkin çalışmalarının sağlanmasında müteşebbislere de büyük roller düşmektedir. Sahibi oldukları işletmelerin kurumsallaşmasında engel olmak yerine

istekli olmaları, sahibi oldukları KOBİ'lerin, planlama, örgütlenme ve yönetim sorunlarının aşılmasına yardımcı olacaktır.

Türkiye'deki KOBİ'ler çağa ayak uydurmada yaşadıkları sorunları aşmalıdırlar. İletişimin her geçen gün farklılaştığı, hızlandığı ve ucuzladığı günümüz şartlarında, ticari ilişkiler ve uygulamalar da değişmektedir. Elektronik ticaretin, yeni pazar yaratmada büyük rol oynadığı bariz bir gerçektir. Türkiye'deki KOBİ'ler, elde edilen istatistiklere göre, elektronik ticaret sürecini tatminkâr bir düzeyde uygulayamamaktadır. Bu durumun düzeltilmesi için elektronik ticaretin, hukuksal ve fiziki alt yapısı, devlet ve özel sektörün eş güdümlü çalışmasıyla oluşturulmalıdır. KOBİ'lerin örgütsel yapısından insan kaynaklarına, devlet kurumlarının elektronik ticaret yönünde revize edilmesinden, hukuksal düzenlemelere kadar tüm aşamalar, sağlam adımlarla, dünya genelindeki örnekler izlenerek oluşturulmalıdır.

KOBİ'lere daha yüksek katma değer sağlayacak olan Dış Ticaret, elektronik ticaretten ayrı düşünülmecek bir süreçtir. Dış ticaretteki sorunlar incelendiğinde, iletişim maliyetlerinin yüksekliği göze çarpmaktadır. Elektronik ticaret ile hem dış ticarete hem de ülke içi ticarete maliyetlerin düşürülmesi sağlanacaktır. Böylece acımasız rekabet ortamları içinde faaliyetlerini sürdüren KOBİ'ler, rekabet açısından daha üstün hale geleceklerdir. Dış pazarlarda rakiplerinden üstün hâle gelen Türkiye KOBİ'leri, ülke Ekonomisinin de diğer ülkelere göre daha üstün bir duruma gelmesinde çok önemli bir rol oynamış olacaklardır. Türkiye'deki İmalat Sektörü'nün dünya genelinde kalite açısından her geçen gün iyileşen imajı ile birlikte, Avrupa Ülkeleri'ne nazaran düşük işçilik, yönetim ve üretim maliyetleri, Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'ler için bir avantajdır. KOBİ'ler bu durumu daha büyük bir avantaj haline getirmeleri için, elektronik ticaret ile dış ticarete daha etkin kurum ve kuruluşlar haline gelmeleri gerekmektedir. Böylece Türkiye, Avrupa ve Orta Doğunun sanayi ve imalat ülkesi haline gelebilir. Arzu edilen bu konuma gelmesi için, Türkiye'deki KOBİ'lerin dış ticarete yaşadıkları temel sorun alanları incelenmeli, devlet, özel sektör ve hane halkı el ele vererek bu sorunların aşılmasına yönelik organize olmaları gerekmektedir.

Türkiye Ekonomisinin günümüz şartlarında sahip olması gereken vizyon;

“Güçlü Türkiye Ekonomisi için, Güçlü KOBİ'ler” olmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKGEMCİ Tahir, **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Yayinlar.aspx?ref=9&refContent=33> Erişim Tarihi 12.01.20
- AKTAŞ Ramazan, **KOBİ'lerin Ülke Ekonomisinde Taşıdığı Önem, Sorunları ve Çözüm Önerileri**, http://www.sbe.yildiz.edu.tr/KOBİ.pdf_s,13 Erişim Tarihi 13.01.2010
- ALAGÖZ Selda, ALAGÖZ Mehmet, İhracatta Bir Örgütlenme Modeli Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticaretteki Performansı, **Konya Ticaret Odası Araştırma Servisi**, Yayınlanmış Makale,Erişim Tarihi 14.03.2010
- ALPUGAN Oktay, **İşletme Ekonomisi ve Yönetimi**, Beta Yayınevi, Ankara 1998
- AR Mahmut, **KOBİ'lere Verilen Teşvik ve Destekler Kapsamında KOSGEB Konya Örneği**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Avrupa Yatırım Bankası (EIB) Dış Ekonomik ilişkiler Kurulu**, http://www.deik.org.tr/pages/TR/DEIK_CokTarafliKuruluslar.aspx?ctID=13&IKID=10 Erişim Tarihi 03.02.2010
- ALTINOK Ahmet Ramazan, **Elektronik Ticaretin KOBİ'ler Açısından Uygulanabilirliği**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- ASAL Ömer, **KOBİ'lerin Üretim Stratejilerini Etkileyen Etkenler** Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi Ankara 2001.
- AYDEMİR Cahit, **Diyarbakır Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Firmaların Elektronik Ticaret Uygulamalarının Araştırılması Raporu**,
- ASGAROV Fuad, **T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın Devlet Destekleri ve İhracat Üzerindeki Etkileri**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Avrupa Birliği Türkiye İş Geliştirme Merkezi Ağı,
http://www.abigem.org/appmanager/tr/portal?_nfpb=true&_pageLabel=pageKobiPazarlama. Erişim Tarihi 25.06.2014.

BAL Vedat, Elektronik Ticaretin KOBİ'ler Açısından İncelenmesi ve Uygulanması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

CANPOLAT Önder, E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Yayınlanmış Makale, Erişim Tarihi 23.06.2014.

CANSIZ Mehmet, Türkiye'de KOBİ'ler ve KOSGEB, 2008.

ÇAYIR Deniz Başaran, **Avrupa Birliğinde ve Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Teşvik Politikaları ve Türk KOBİ'lerinin Avrupa Birliğinde Rekabet Olanakları**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006.

ÇELİK Adnan, AKGEMCİ Tahir, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Gazi Kitapevi, 2007.

DAVİS Ziff, **KOBİ'ler İçin Elektronik Ticaret Standartları** yayınlanmış Makale
http://www.platinmarket.com/eticaret_standartlari-pkh51.html Erişim Tarihi 03.02.2010.

DENİZ M. Akif, **Türkiye'de KOBİ'lerin Avrupa Topluluğuna Uyumlaştırılması Aşamasında Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

DİNÇER Ömer, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Alfa Kitapevi, 1992.

DOĞAN İpekçil, MARANGOZ Mehmet, **KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama**, DPT Yayınlanmış Makale,

DOĞAN Hulusi, **İhracat Pazarlaması ve İşletmeleri**. Detay Yayınevi.

DOĞAN Hüseyin, DOĞAN Selen Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunlarının Tespit ve Çözümüne İlişkin Bir Araştırma", **Verimlilik Dergisi**, MPM Yayımları, Sayı:1997/2.

DOKUZUNCU KALKINMA PLANI, KOBİ Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

DÖM Serpil, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Detay Yayınevi, 2008.

DURMAN Mustafa, ÖNDER Hüseyin, **Ekonominin Minik Devi KOBİ'ler ve KOSGEB Teşvikleri**, 2007.

ERDOĞAN B. Zafer, **Girişimcilik ve KOBİ'ler Teori ve Uygulama**, Ekin Yayınevi, 2011.

EROĞLU İlhan, İNCE Mehmet, GÜL Hasan, **Küresel Sistemde KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Stratejik Boyutuyla Yeniden Yapılanma Gereği, Yayınlanmış Makale**, <http://www.gau.edu.tr/bildiriler/Bildiri1.pdf> , Erişim Tarihi 06.06.2010.

Gümrük Müsteşarlığı Tarihçesi, <http://www.gumruk.gov.tr/tr-TR/tanitim/Sayfalar/tarihce.aspx> Erişim Tarihi 16.02.2010 , Erişim Tarihi 06.07.2010.

İRAZ Rıfat, **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Çizgi Yayınevi, 2010.

İGEME, <http://www.igeme.org.tr/igeme/section-igeme-index.cfm> Erişim Tarihi 25.02.2010 , Erişim Tarihi 10.07.2010.

KAHRAMAN Fulya, **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelik Devlet Yardımları**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

KAYA Ali, **Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi**, Eğitim Yayınevi, 2007.

KAYA Nihat, PEÇEN Ümit, **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler için Rekabet Stratejileri**, Demirbank Yayınevi.

KAYALI Cevdet, AKTAŞ Hüseyin, Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yönetim Krizi ve Toplam Kalite Yönetimi, **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 2003/10.

KARAKOÇ Ahmet, **KOSGEB Kaynaklı KOBİ Destekleri ve Bütçe İlişkisinin Değerlendirilmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

KARALAR Rıdvan, **İşletme Temel Bilgiler İşlevler**, Gürsel Yayınevi, 1994.

KORKMAZ Sezer, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Pazarlama ve Finansman Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesinin Kullanılabilirliği Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmış Makale, <http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2003/Sayi2/233-258.pdf> Erişim Tarihi 09.06.2010 , Erişim Tarihi 17.06.2010.

Kredi ve Garanti Fonu A.Ş. Amaçlar, <http://www.kgf.com.tr/2amac.htm> Erişim Tarihi 14.01.2010 <http://rega.basbakanlik.gov.tr/Eskiler/2005/11/20051118-5.htm> Erişim Tarihi, 05.06.2010

KUŞÇU Hilmi, Elektronik Ticaret, http://hilmi.trakya.edu.tr/ders_notlari/e_ticaret/ETICARET.pdf , Erişim Tarihi 03.02.2010

- MÜFTÜOĞLU M. Tamer, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’ler**, 2007/6.
- MÜSLÜMOV Alövsat, **Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler**, Literatür Yayınevi, 2002.
- ÖZCAN Cengiz, Dış Ticaret Nedir? Yayınlanmış Makale http://www.cengizozcan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=79:cccc&catid=1:yazlar&Itemid=50 Erişim Tarihi 16.02.2010.
- ÖZDEMİR Selim, ÖZCAN Selami, Orta Asya’dan Balkanlar’a KOBİ Niteliğinde Aile İşletmeleri.
- ÖZGEN Hüseyin, DOĞAN Selen, Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları, Yayınlanmış Makale, <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/kobisayi9.doc> ,Erişim Tarihi 08.06.2010.
- ÖZTÜRK Serdar, SÖZDEMİR Ali, KOÇBULUT Özgür, Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ’ye Uygunluğu, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını. 2007.
- ÖZTÜRK Yusuf Kemal, Türk İhracat Sektöründe KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- SARIKAYA Birgül KOSGEB 1999 Faaliyet Raporu http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=3&vtadi=TPRJ%2CTTAR%2CTTIP%2CTMUH%2CTSOS&c=google&s_f=5&detailed=1&keyword=99337 , Erişim Tarihi 17.01.2010.
- SAVCI Yasin, **KOBİ’lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- SÖYLEMEZ Ufuk, **Türkiye'nin Teşvik Sisteminde Bazı Yeniliklere İhtiyacı Var**, Asomedia Dergisi, Yayınlanmış Makale, Mart 1997.
- SUBAŞI Taner, **KOBİ’lerin Uluslararası Pazarlarda Karşılaştıkları Sorunlar ve Örgütlenme**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- ŞAHİN Ayşe, Elektronik Ticaret ve Elektronik Pazarlamanın KOBİ’lere Sağlayacağı Faydalar Yayınlanmış Makale http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/bildiri_17.pdf , Erişim Tarihi 02.03.2010
- ŞAKLAK Öznur, **Türkiye’nin KOBİ Politikaları ve Bu Politikaların AB ile Karşılaştırılması**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- ŞETVAN Cemil, **KOBİ'lerin Elektronik Ticarete Geçişleri ve Yaşadıkları Problemler**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- T.C. Dış İşleri Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü, http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-sinai-kalkinma-teskilati-_unido_.tr.mfa, Erişim Tarihi 28.05.2010
- TESKOMB Kurulun Amaç ve Misyonu. <http://www.teskomb.org.tr/index.asp?p=40>
Erişim Tarihi 18.01.2010
- TORUN Binnur, KOBİ'lerin İhracatında Pazarlama Sorunları ve Kocaeli'de Demir Çelik Sektöründe İmalat Yapan İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Çalışma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- TÜRK EXİMBANK Tanıtımı,
http://www.eximbank.gov.tr/html_files/kisaeximbankpg.htm, Erişim Tarihi 19.02.2010.
- Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2011 2013, Erişim Tarihi 01/09/2012.
- Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı, http://www.tosyov.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=27. Erişim Tarihi 16.01.2010.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Odalar ve Borsalar Kanunu 4. Madde, Erişim Tarihi 05.03.2010.
- YILMAZ Figen, Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmeler, Ankara, İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü, Aralık 2003.
- YILMAZ Tolga, Türkiye'deki KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Önerleri Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi 2005.