

# **KOBİ'LERİN DIŞ TİCARETTE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR**

Hazırlayan: Yasin SAVCI  
Danışman: Yrd. Doç. Dr. Nural Yıldız

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin İktisat anabilim Dalı, İktisat Bilim Dalı  
için öngördüğü YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak hazırlanmıőtır.

Edirne  
Trakya Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
2009

**Tezin Adı :** KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar

**Hazırlayan :** Yasin SAVCI

## **ÖZET**

Yapılan bu çalışma Dış Ticaretin tanımını Türkiye'de ve Dünyadaki KOBİ'lerin tanımlamalarını, tarihsel gelişimini, ülke ekonomilerine katkılarını ve dış ticarete karşılaştıkları sorunları ele almaktadır. Tez giriş, inceleme ve sonuç kısmından oluşmaktadır. Giriş kısmında dış ticaretin tanımı ile ilgili bilgi verilmekle birlikte genel olarak KOBİ ve Türkiye'deki KOBİ'lerin tanımlaması yapılmakta genel özellikleri üzerinde durulmaktadır. İnceleme kısmında KOBİ'lerin işleyişi ekonomideki yeri ve ekonomiye katkıları incelenmiştir. Dış ticarete karşılaşılan sorunlar ve bunun KOBİ'leri ne ölçüde etkilediği anlatılmıştır. Sonuç kısmında ise KOBİ'lerin sorunlara bakış açısı ve çözüm önerileri belirtilmiş gelişmiş ülke KOBİ'lerinin çözüm çalışmaları anlatılmıştır.

**Anahtar Kavramlar:** KOBİ'ler, Dış Ticaret, KOBİ Destekleri, KOBİ'lerin sorunları

**Name of Thesis :** Issues SME's Face in Foreign Trade

**Prepared by :** Yasin SAVCI

## **ABSTRACT**

This study discusses the identification of Foreign Trade by SME's in Turkey and all over the World, historical development, contribution to national economy and issues faced in foreign trade. The thesis is made off introduction, analysis and conclusion. The introductory part includes the definition of foreign trade as well as general characteristics of SME's their place in the economy and their contribution to the economy. The problems encountered in foreign trade and to what extent it affects the SME's has been described, in the concluding part, perspective and solutions to problems have been stated and the solution studies of SME's of developed countries have been described.

**Key Words:** SME's, Foreign Trade, SME's Subsidies, Issues of SME's

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanması aşamasında akademik bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan, katkı ve yorumlarıyla tezimin şekillenmesinde büyük emeği olan tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Nural YILDIZ'a araştırmanın sürdürülmesi aşamasında bilgi ve deneyimlerinden yararlandığım Sayın Yrd. Doç. Dr. Ayhan AYTAÇ'a ve lisans eğitimimi tamamladığım Trakya Üniversitesi'nde bana yüksek lisans eğitimi alma fırsatını sunan Sayın Prof. Dr. Sadi UZUNOĞLU'na, hayatımın her aşamasında yanımda olup beni destekleyen aileme ve arkadaşlarıma, sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Edirne 2009

Yasin SAVCI

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>iv</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>viii</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>x</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

## I. BÖLÜM

<b>1.DIŞ TİCARET VE TÜRKİYE</b> .....	<b>4</b>
1.1. Dış Ticaret Tanımları .....	4
1.2. Türkiye Dış Ticaretinin Gelişimi .....	5
1.3. Dünya Dış Ticaretinde Türkiye' nin yeri .....	9
1.3.1. Dünya İthalatında Türkiye' nin payı.....	10
1.3.2. Dünya İhracatında Türkiye' nin payı.....	11
1.4. Dış Ticaretin Dünya Ekonomisindeki Gelişimi .....	12

## II. BÖLÜM

<b>2. KAVRAM OLARAK KOBİ'LER VE TÜRKİYE KOBİ'LERİ</b> .....	<b>17</b>
2.1. KOBİ'lerin Tanımı .....	17
2.2. KOBİ'lerin Genel Özellikleri .....	20
2.3. Türkiye'de Kullanılan KOBİ Tanımları .....	22
2.4. Türkiye'de KOBİ'lerin Genel Yapısı.....	23

2.5.KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	28
2.5.1. KOBİ'lerin İstihdama Katkısı.....	31
2.5.2. KOBİ'lerin Büyük Ölçekli İşletmelere Katkısı .....	32
2.5.3. KOBİ'lerin Bölgesel Kalkınmaya Katkısı.....	33
2.6. Ekonomik ve Sosyal Kalkınmada KOBİ'lerin Yeri ve Önemi .....	33
2.7. Gelişmiş Ülke KOBİ'leri .....	37
2.7.1. AB Ülkelerinde KOBİ'ler .....	38
2.7.2. ABD' de KOBİ Tanımları .....	40
2.7.3. Japonya 'da KOBİ Tanımları.....	41
2.8. KOBİ'lerin Önemi ve Ülke Ekonomilerine Katkıları .....	41
2.9. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları .....	49

### III. BÖLÜM

#### 3.DIŞ TİCARET UYGULAMALARINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR .53

3.1.Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunlar.....	53
3.1.1.Standartlar .....	54
3.1.2.Kültür .....	59
3.1.3.Ülke ve Firma İmajı .....	60
3.1.4.Üretim Maliyetleri .....	61
3.1.5.Taşıma-Depolama ve Dağıtım .....	61
3.1.6.Rakipler ve Rekabetin Şiddeti .....	62
3.1.7.Kullanılmış ve Taklit Mallar .....	62
3.2. Ulaştırma Maliyetleri .....	63
3.3. Kota Uygulaması .....	64
3.4. Schengen Vize Süresi .....	65
3.5. Eur-1 Belgesi .....	65

3.6. Liman-Demiryolu Bağlantıları .....	65
3.7. Alternatif Ulaşım Yollarının Yetersizliği .....	65
3.8. Bazı Limanlarımızdaki Ekipman Yetersizliği .....	66
3.9. Geçiş Belgelerinin Yetersizliği ve Dağıtımındaki Denge Sorunu .....	67
3.10. İhracatın Finansmanına İlişkin Sorunlar .....	67
3.10.1. Eximbank Kredileri .....	67
3.10.2. İhracat İadesi Alacakları .....	68
3.10.3. Bankacılık Sisteminin Geliştirilmiş Kredi Enstrümanları Sağlayamaması .....	68
3.10.4. Eximbank Kredilerinin Cazipleştirilmemesi .....	69
3.10.5. Ar-Ge Harcamalarının Fonlanması .....	69

#### IV. BÖLÜM

#### 4.KOBİ'LERİN DIŞ TİCARETTE KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

<b>VE ÇÖZÜMÖNERİLERİ .....</b>	<b>70</b>
4.1. Türkiye'de KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Finansman Sorunları ....	72
4.1.1. Öz kaynak Yetersizliği (Kaynak Sağlama) .....	73
4.1.2. Kaynak Maliyeti (Kredi Temininde Güçlükler) .....	76
4.2. Kaynakların Temininde Karşılaşılan Sorunlar .....	77
4.2.1. Kaynakların İç Piyasadan Temininde Karşılaşılan Sorunlar .....	77
4.2.2. Kaynakların Dış Piyasadan Temininde Karşılaşılan Sorunlar .....	79
4.3. Türkiye' de KOBİ'lerin Pazarlama ve Satışta Karşılaştıkları Sorunlar .....	80
4.4. Dış Talebi Karşılama Ortaya Çıkan Sorunlar .....	83
4.5. KOBİ'lerin Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Sorunlar .....	86
4.6. Ar-Ge İle İlgili Sorunlar .....	87
4.7. Tanıtım Sorunu .....	88

4.8. Kısa Ve Uzun Vadede Sorunların Çözümüne İlişkin Yapılabilecek Çalışmalar.....	88
4.8.1. AB de KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Çalışmaları.....	90
4.8.2. Türkiye'de KOBİ'lerin Sorunlarının Giderilmesinde Geliştirilmesi Gereken Stratejiler .....	92
4.8.3. Öncelikler, Politikalar ve Eylemler .....	94
SONUÇ.....	109
KAYNAKÇA.....	112



**TABLolar LİSTESİ**

Tablo 1. 2000-2007 Yılları arasında Türkiye'nin Dış Ticaret İstatistikleri .....	7
Tablo 2. İşletmelerin Büyüklük Gruplarına Göre Dağılımı 2005.....	24
Tablo 3. İmalat Sanayii İşletmelerinin Ölçeksel Dağılımı 2005.....	25
Tablo 4. Seçilmiş Bazı Ülkelerde KOBİ'lere İlişkin Oranlar 2005.....	26
Tablo 5. Hukuki Yapılarına Göre İşletmelerin Dağılımı 2002.....	26
Tablo 6. AB'de KOBİ Tanımı ve Kriterleri 2008.....	39
Tablo 7. ABD' de İş gören Sayısına Göre İşletme Ölçeği 2008 .....	41
Tablo 8. Japonya' da KOBİ Ölçeği 2008 .....	41

**ŞEKİL LİSTESİ**

Şekil 1 Türkiye ekonomisinin sektörel dağılımı 2007 .....	9
Şekil 2 Dünya ithalatında Türkiye'nin payı 2007.....	11
Şekil.3. Dünya ihracatında Türkiye'nin yeri 2007 .....	12
Şekil 4 : İşletmelerin Ortalama Faaliyet Süreleri 2006 .....	27

## KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
a.g.e.	Adı Geçen Eser
BDT	Birleşik Devletler Topluluğu
bkz	Bakınız
CE	Conformite Europeenne
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
ECRP	European Collaborative Research Projects
EFTA	The European Free Trade Association
GATT	Gümrük ve Ticaret Genel Anlaşması
GSİS	Genel Sanayi İşyerleri Sayısı
GSYO	Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı
İDT	İktisadi Devlet Teşekkülleri
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
İŞGEM	İş Geliştirme Etüt Merkezi
KGF	Kredi Garanti Finans
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsleri
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SBA	Small Business Administration
SDŞ	Sektörel Dış Ticaret Şirketi
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
TBB	Türkiye Bankalar Birliği
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TTGV	Türk Teknoloji Geliştirme Vakfı

TÜBİTAK	Türkiye Bilim ve Teknoloji Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
WTO	Dünya Ticaret Örgütü
YOİKK	Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurumu

## GİRİŞ

Küreselleşen dünyanın ya da kısaca bütünleşen dünyanın dışında kalmamak, sürekli büyüyen pazardan ya da dünya ticaretinden pay alabilmek için fırsat ve avantajlardan yararlanmak, ülkeler için öncelikli amaçlardan olmuştur. Küreselleşen dünya ile bütünleşmede ve dış pazarlara açılmada KOBİ'ler ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle KOBİ'lerin diğer işletmelerden farklı özellikleri bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; her şeyden önce bu tür işletmeler, daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşidi sağlamaktadır. Marjinal istihdam yaratma olanakları diğer işletmelere göre daha fazladır, böylece daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkânı yaratırlar. Bankalarla ilişkilerinde daha dikkatli hareket ederler ve yapıları nedeniyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenir talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösterirler. Olanak yaratıldığı takdirde esneklikleri nedeniyle teknolojik gelişmelere daha yatkın ve bölgelerarası kalkınmada dengelerin bozulmasını önleyici bir rol oynarlar. Gelir dağılımına olumlu etkileri olup, ferdi tasarrufları teşvik eder, yönlendirir ve hareketlendirirler.

Küreselleşme eğiliminin giderek hız kazandığı dünya da, Türkiye'nin başarılı olabilmesi dünya ekonomisi ile entegre olmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, Gümrük Birliği'ne girmesi ve Helsinki Kararları çerçevesinde Avrupa Birliği'ne aday ülke statüsü kazanması bu süreci hızlandırmıştır.

Türkiye' nin Dünya ekonomisi ile entegrasyon için yapılması gereken zorunlu çalışmalardan birisi, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere (KOBİ) ilişkin ekonomi politikalarını gözden geçirip dünya ekonomisindeki gelişmeler ışığında yeni strateji ve politikalar geliştirmektir. Çünkü imalat sanayinin önemli bir ağırlığını oluşturan bu işletmeler, ekonomiye dinamizm ve rekabetçi bir boyut kazandırarak piyasa mekanizmasının etkinliğini artırma, sürdürülebilir kalkınmayı sağlama, istihdam yaratma, bölgesel sosyo-ekonomik dengesizlikleri giderme ve kalkınmayı tabana yayma gibi önemli fonksiyonları ile Türk ekonomisinin temel dinamiğini oluşturmaktadırlar.

AB’de de özellikle 1970’li yıllardan itibaren KOBİ olgusunun gelişme kaydettiği görülmektedir. KOBİ’lerin sosyo-ekonomik kalkınmadaki önemini fark eden pek çok ülke, bu işletmelerin fonksiyonlarından azami derecede faydalanabilmek için öncelikli teşvik politikaları oluşturmakta ve uygulamaya koymaktadır. Nitekim AB; istihdam, büyüme ve rekabet gücü üzerindeki katkılarını geliştirebilmek için bu işletmeler üzerine önemle eğilmekte ve işletme politikalarında KOBİ’lere öncelik tanımaktadır.

1996 yılında KOBİ tanımının değişikliğe uğramasıyla birlikte AB, KOBİ’lere yönelik destekleri daha etkin uygulayabilmek ve teşvik sistemine daha fazla işlerlik kazandırabilmek amacıyla entegre program oluşturmuştur. Bu entegre program, KOBİ politikalarını ortaya koymaktadır. Geçmiş yılların bir değerlendirilmesi yapılarak oluşturulan ve KOBİ’lere yönelik destek faaliyetlerini bir çatı altında toplayan bu KOBİ politikasının ağırlık noktasını; bürokratik işlemlerin azaltılması, finansman imkânlarının geliştirilmesi, rekabet yapılarının iyileştirilmesi, girişimciliğin teşviki ve KOBİ’lere uluslararası bir boyut kazandırmak oluşturmaktadır. Bu politika hedefleri çerçevesinde AB, KOBİ’leri yeni teknolojilere ulaştırarak rekabet güçlerini artırmaya çalışmaktadır.

AB sürecinde Türk sanayisi dünya rekabetine açıldığından KOBİ’ler çok önemli darboğazlarla ve uyum sorunlarıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle KOBİ’lerin rekabet güçlerini geliştirmeye yönelik politika ve stratejilerin belirlenmesi ülkemiz açısından hayati önem taşımaktadır. Bu süreçte, Türk KOBİ’lerinin rekabet güçlerini geliştirmede teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri, bunun için de teknoloji transferi ya da araştırma-teknoloji geliştirme faaliyetlerine ve kaliteye ağırlık vermeleri zorunluluk arz etmektedir. Bu nedenle, ülkemizde geliştirilecek KOBİ destekleme programlarının AB’dekilerle paralellik arz ederek uygulamaya konulmasında yarar vardır.

Avrupa Birliği sürecinde, Türk KOBİ’lerinin de rekabet yapılarını kalite ve teknolojik açıdan iyileştirebilmek için uygulanan destek ve teşvik politikalarının AB ile uyumunun en kısa zamanda sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda, özellikle KOSGEB, TTGV ve TÜBİTAK gibi KOBİ’lere destek

sağlamaya çalışan kurumların AB’de uygulanan programları yakından takip etmeleri ve ülkemiz açısından uygulanabilirliğini araştırmaları zorunluluk arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı KOBİ’lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunları incelemek ve bu sorunların Türkiye ekonomisine etkilerini göstermek. Bu durumun sebeplerini sonuçlarını araştırmak ve KOBİ’lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunlara bilimsel bir bakış açısı kazandırmaktır.

Buna bağlı olarak 1. Bölümde dış ticaretin tanımlaması yapılmış Türkiye dış ticaretinin gelişimi anlatılmış ve Dünya dış ticaretinde Türkiye’nin yeri üzerinde durulmuştur. 2. Bölümde kavram olarak KOBİ’ler anlatılmış Türkiye ve Dünya KOBİ’leri tanımlamalarının ardından KOBİ’lerin sosyal kalkınmaya ve ekonomik hayata katkılarından bahsedilmiş, avantaj ve dezavantajları anlatılmıştır. 3. Bölümde dış ticarete karşılaşılan sorunlar üzerinde durulmuş taşıma, kotalar, taklit mallar, ülke imajı ve rekabet gibi sorunlara değinilmiştir. 4. ve son bölümde ise KOBİ’lerin dış ticarete karşılaştığı sorunlara değinilmiş ve bu sorunların aşılabilmesi konusunda yapılacaklar konusunda bazı stratejiler anlatılmıştır.

## I.BÖLÜM

### 1. DIŞ TİCARET VE TÜRKİYE

Dünya ekonomisinin nereden gelip nereye gittiğini isabetli bir şekilde teşhis etmek mümkün değildir. Durumu tespit için orta ve uzun vadedeki eğilimlere bakmak gerekmektedir. Bu yapıldığında hem ülkelerin ekonomik yapısındaki değişiklikleri hem de dış ticaretindeki tarihsel gelişim ve farklılıklarını ortaya çıkarmak mümkün olacaktır.

#### 1.1.Dış Ticaret Tanımları

Dış ticaret uluslararası sınırlar ve bölgeler arasında yapılan mal ve hizmet ticaretidir. Dünya ticareti yeryüzündeki devletler arasında her bir devletin dış ekonomi politikaları ile sınırlı olmak üzere malların ve ticari hizmetlerin değişimine yönelik ilişkilerin tümü şeklinde tanımlanabilir. Metodoloji açısından dış ticaret kavramını dünya ticareti kavramından ayırmak gerekir. Dış ticaret tek bir devletin diğer devletlerle olan ilişkilerini, sınır ötesi ticari etkinliklerini ifade eder ([www.ekodialog.com](http://www.ekodialog.com).2008).

Ülkelerarası mal alış ve satış işlemi genel olarak uluslararası ticaret ya da iç ticaretin dışında gerçekleşen bir ticaret alanı olması sebebiyle dış ticaret olarak da tanımlanmaktadır. Her ülke ihtiyacı olan tüm mal, hizmet ya da faktörleri kendisi üretemez. Bunun yerine iş bölümüne gidilmesi ülkelerin kaynak verimliliğini arttırarak ulusal refah düzeylerini yükseltir. İş bölümü ülkenin yalnızca etkin olduğu malların üretimine yönelmesi ve bunları ihraç etmesi kaynaklarından yoksun olduğu malları ise diğer ülkelerden ithal etmesidir. Bu alış veriş aynı zamanda kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlar. Dış ticaret yolu ile üretim maliyetleri açısından farklılığa sahip ülkelerin ticaret yapmaları ile ülke insanların da daha uygun fiyatlarla tüketimde ya da kullanımda bulunmaları da sağlanmış olur (Melemen, 2003: 1).



## 1.2. Türkiye Dış Ticaretinin Gelişimi

Osmanlıda fiyat istikrarı için ihracat yasaktı. İhracat yurtiçi fiyatların yükselmemesi için yasaklanmıştı. Amaç tamamen ekonomik refahı korumaktı. İhracat 1920’ de serbest bırakıldı bu karar aynı zamanda TBMM’ nin aldığı ilk kararlardandı (Melemen, 2003:5).

Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze kadar Türkiye, dış ticarete önemli değişiklikler kaydetmiştir. 1923-1980 yılları arasında tarıma dayalı ihracat gerçekleştirilmeye çalışılırken, sanayi ürünlerine dayalı ithalat yüksek rakamlara ulaşmıştır. Fakat 1960 planlı dönem sonrasında ihraç ürünlerinin içeriği tarım ürünlerinden sanayi ürünlerine doğru kaymaya başlamıştır. Türkiye ekonomisi tarihinde ihracata ilişkin en büyük adımlar 24 Ocak 1980 Kararları ile atılmıştır (<http://www.atonet.org.tr>).

1980 yılı Türk ekonomisi ve dış ticaret politikaları açısından çok önemli bir dönüm noktasıdır. 1970’li yıllarda yaşanan 2 petrol krizi sonrasında dünya ekonomisinde baş gösteren olumsuz gelişmelere paralel olarak Türkiye ekonomisinde de yaşanmaya başlayan sorunlar, radikal kararların alınmasını kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu nedenle, 24 Ocak 1980 Kararları olarak bilinen geniş kapsamlı bir ekonomik paket uygulamaya konulmuştur (Arısoy, 2008: 7).

Temel amacı ülke ekonomisinin serbest piyasa mekanizması kurallarına göre işlemlerini sağlamak ve dünya ekonomisi ile bütünleşmeyi gerçekleştirmek olan bu ekonomik program ile birlikte Türkiye, ülke ekonomisini dışa kapalı bir hale getiren ithal ikamesine dayalı sanayileşme stratejisini terk etmiş ve **“ihracata dayalı sanayileşme”** stratejisini benimsemiştir (Arısoy, 2008: 7).

İhracatta önem arz eden ulaşım, haberleşme ve diğer altyapı yatırımları hız kazanmış; ihracatçılık saygın bir meslek haline gelmiş ve ihracat seferberliği başlatılmıştır ([www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)).

Örneğin; döviz ve kambiyo kontrollerinin kaldırılması, ihracata teşvikler sağlanmaya çalışılması ve yabancı sermayenin serbest dolaşımı için yapılan çalışmalar uluslararası ticarete rekabet edebilme olanağı sağlamıştır.

Yukarıda kısaca özetlemeye çalışılan politikalar sayesinde, Türkiye dış ticaret hacmi ve özellikle ihracatında önemli artışlar gerçekleşmiş ve Türkiye ihracatı ürün kompozisyonu da büyük oranda değişmiştir. 1979 yılında 2.3 milyar dolar olan Türkiye ihracatı 1990 yılına gelindiğinde 12.9 milyar dolar düzeyine çıkmıştır. İhracat içinde tarım ürünleri payı hızla gerilerken sanayi mallarının payı önemli oranda artış göstermiştir. Nitekim 1980 yılında % 36 olan sanayi ürünlerinin toplam ihracat içindeki payı 1990 yılına gelindiğinde % 80'e ulaşmıştır (www.dtm.gov.tr).

1990'lı yılların başında gerek dünya ekonomisinde yaşanan durgunluk ve "Körfez Krizi" gibi dış faktörler, gerek ekonomideki yüksek enflasyon oranı, kamu açıkları, artan iç ve dış borç stoğu gibi kronikleşen sorunların sonucunda, Türkiye'de 1994 yılında ekonomik kriz yaşanmış ve bu kriz sonrasında 5 Nisan 1994 kararları olarak bilinen, ekonomik istikrarın sağlanmasını teminen bir dizi tedbir içeren paketi uygulamaya koymuştur. Yukarıda değinilen iç ve dış faktörler 1990-1993 döneminde Türkiye'nin ihracat artış hızında yavaşlamaya sebep olmuş, anılan dönem boyunca Türkiye ihracatı sadece %18 artmıştır (www.dtm.gov.tr).

1994 yılında yapılan yüksek oranlı devalüasyon ve uygulanan ekonomi politikaları, Türkiye'nin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü olumlu yönde etkilemiş olup, 1994 ve 1995 yıllarında Türkiye ihracatı sırasıyla %18 ve %19,5 oranında artış kaydetmiştir (www.dtm.gov.tr).

Türkiye'nin dış ticaret rakamları Avrupa Birliği ile imzalanan Gümrük Birliği sonrasında yüksek seviyelere ulaşmıştır. Küreselleşen ticari koşullarda Gümrük Birliği Türkiye için bir başlangıç olarak görülebilir. Gerek ihracat gerekse ithalat yapılan ülkeler arasında en fazla yer alan ülkeler Avrupa Birliği üyeleridir ki her iki alanda da ilk ülke Almanya'dır. Gümrük Birliği'ne iki taraftan

bakılması gerekir. Türkiye'nin hammadde üretimi eksikliği göz önünde bulundurulursa yapılan ticaret dış ticaret hacmini artırırken, dış ticaret açığını da aynı yönde artırabilir (<http://www.atonet.org.tr>).

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 ([www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)).

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 ([www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)).

Aşağıdaki tabloda 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

**Tablo 1. 2000-2007 Yılları arasında Türkiye'nin Dış Ticaret İstatistikleri**

	YILLIK milyon\$							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>İHRACAT (FOB)</b>	27.775	31.334	36.059	47.253	63.167	73.476	85.535	107.272
<b>İTHALAT (CIF)</b>	54.503	41.399	51.554	69.340	97.540	116.774	139.576	170.063
<b>DIŞ TİCARET HACMİ</b>	82.278	72.733	87.613	116.593	160.707	190.251	225.111	277.334
<b>DIŞ TİCARET AÇIĞI</b>	-26.728	-10.065	-15.495	-22.087	-34.373	-43.298	-54.041	-62.791
<b>İHRACAT / İTHALAT (%)</b>	51,0	75,7	69,9	68,1	64,8	62,9	61,3	63,1
<b>İHRACAT / GSMH (%)</b>	10,5	15,9	15,6	15,5	16,2	15,3	16,2	16,3
<b>İTHALAT / GSMH (%)</b>	20,5	21,0	22,4	22,7	25,0	24,3	26,5	25,8

**Kaynak:** Dış Ticaret Müsteşarlığı 05/11/2008

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 yaratılması Türkiye'yi daha da ileri aşamalara götürmesi muhtemeldir ([www.atonet.org.tr](http://www.atonet.org.tr)).

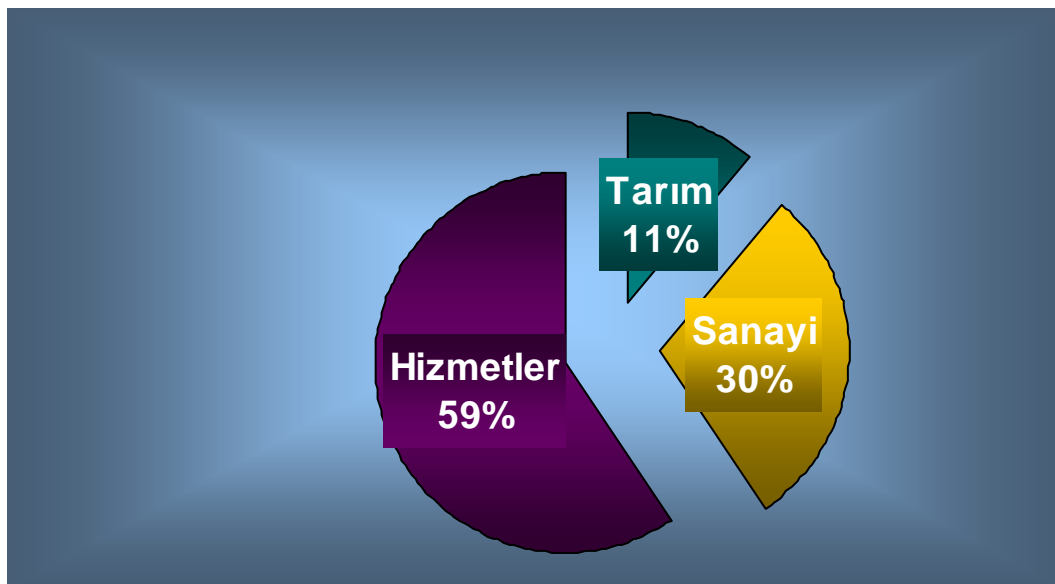
Türkiye ihracatı 2008 yılında 130 milyar dolar gibi rekor bir rakamla tamamlamıştır. 2009 yılında ise Dünya ekonomisi finansal piyasalarda yaşanan gerilimlerden dolayı düşüş eğilimine girmiştir. 2009'a yönelik global büyüme projeksiyonları 2002 yılından beri en düşük seviyeye işaret etmekte olup, %3'e 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 ([www.oaib.gov](http://www.oaib.gov)).

Bu yavaşlamanın ve daralmanın etkisi ile her ne kadar TL Döviz karşısında değer kaybetsede Türkiye ihracatında düşüşler gözlenmeye başlamıştır. Beklentiler ise global kriz nedeniyle kısa vadede önceki yıllarda olduğu gibi ihracat rekorları kırmanın mümkün görülmediği, yapılan çalışmalara göre ise 2009 yılında ihracatın yüzde 17, ithalatın yüzde 25 oranında gerileyeceği yönündedir ([www.ntvmsnbc.com](http://www.ntvmsnbc.com)).

### 1.3. Dünya Dış Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

Türkiye, OECD'ye üye, bölgesel bir güç konumunda, Doğu ile Batı arasında bir köprü oluşturan ve 2001 yılında ağır bir ekonomik krizi başarı ile atlattığı orta gelirli bir ülkedir. Bununla birlikte Akdeniz, Ege Denizi ve Karadeniz'e sınırları olan dinamik ve gelişen bir piyasa ekonomisine sahip olan Türkiye Avrupa ve Asya arasında stratejik bir konumdadır. 73 milyon kişiden oluşan nüfusunun yüzde 73'ünden fazlası kentsel alanlarda yaşamaktadır. Aşağıdaki şekilde de görüldüğü gibi Türkiye'de tarım, GSYİH'nın yaklaşık yüzde 11'ini, sanayi yüzde 29,5'ini ve hizmetler ise yüzde 59,5'ini oluşturmaktadır (şekil 1). Yaklaşık 400 milyar ABD \$'i düzeyindeki GSYİH'si ile Türkiye'nin ekonomisi dünyanın en büyük 20 ekonomisi arasında yer almaktadır (<http://web.worldbank.org>).

**Şekil.1.Türkiye ekonomisinin sektörel dağılımı 2007**



**Kaynak:** <http://web.worldbank.org>

1980 yılına kadar takip eden ithal ikameci politikaların Türkiye ekonomisi için yeterli döviz rezervi sağlayamaması köklü kararların alınmasına sebep olmuştur. 1980 yılında alınan kararlar ile özellikle ithalat üzerindeki kontroller ve kısıtlamalar kaldırılmış, ihracat ise büyük desteklerle teşvik edilmiştir. Aynı zamanda döviz işlemlerinde ve faiz politikalarında da serbestlik sağlanmıştır.

Dışa açılma politikalarında ihracatın merkeze yerleşmesinin ana sebebi ithal ikameci politikalardan istenen neticelerin alınamamış olmasıdır (Melemen, 2003:5).

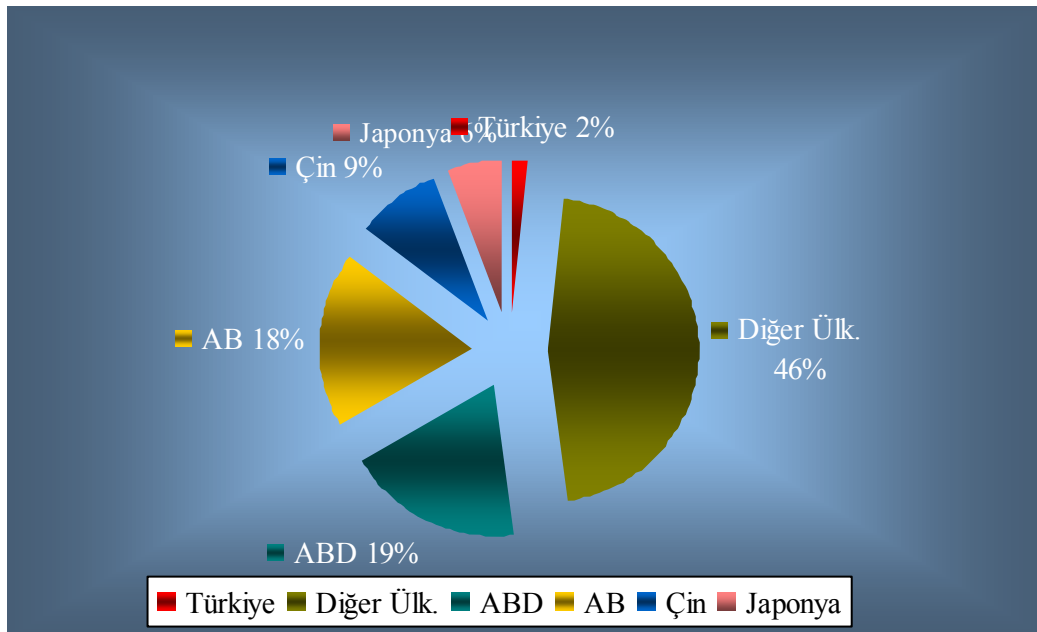
İhracata verilen teşvikler sonucunda 1990'lı yıllara kadar yeterli derecede ihracat artışı sağlanmış ancak mevcut kapasitelerin arttırılmaması ve yeni kaynakların tahsis edilememesi sonucunda devam eden artış trendi sürekli kılınamamıştır. Türkiye'nin dış ticaret rakamları incelendiğinde emsal ülkelere (özellikle nüfus benzerliği) göre oldukça düşük oranda ihracat gerçekleştirmesi uluslararası ticaretten çok düşük pay alması uluslararası ticarete milat olarak 1980'li yılların seçilmiş olmasındandır (Melemen, 2003: 5).

### **1.3.1. Dünya İthalatında Türkiye' nin Payı**

Türkiye, 2006 yılında dünya genelinde ithalatta 15'nci, oldu ve en fazla ithalat gerçekleştiren 25 ülke arasından en çok ithalat artışı yapan ilk 10 ülke arasına girdi. Türkiye yüzde 17'lik ithalat artış oranı ile de dünya ortalamasının 2 puan üzerinde bir artış gerçekleştirdi. Dünya Ticaret Örgütü (WTO) verilerine göre Türkiye, 2006 yılında 137 milyar dolarlık ithalatla, dünya ithalatının yüzde 1,5'ini gerçekleştirmiştir. Dünya mal ithalatında (AB'nin kendi arasındaki ticareti hariç) ilk sırada 1 trilyon 920 milyar dolarlık ithalat rakamı ile dünya ithalatının yüzde 20,6'sını gerçekleştiren ithalatında da yüzde 11'lik artış kaydeden dünya devi ABD yer aldı. 25 üyeli AB ülkeleri 1 trilyon 697 milyar dolarlık ithalatla ikinci sırada yer alırken, AB ülkelerinin dünya ithalatındaki payı yüzde 18,2 ithalat artış oranı ise yüzde 15 oldu. Dünya ticaretinde yaşadığı hızlı gelişme ile söz sahibi olan Çin'de 792 milyar dolarlık ithalatla üçüncü sırada yer alırken, ithalat artış oranı yüzde 20 oldu ve dünya ithalatındaki payı da yüzde 8,5 olarak gerçekleşti. Japonya'nın 2006 yılındaki ithalatı 577 milyar dolar, dünya ithalatındaki payı yüzde 6,2 ithalat artış oranı ise yüzde 12 oldu (www.wto.com).

2007 yılında bütün ülkelerin gerçekleştirdiği toplam ithalat 10 trilyon 188 milyar Amerikan dolarıdır. Bunun %19 oranına denk gelen 2 trilyon 20 milyar dolarlık kısmını ABD % 18,4 oranında olan 1 trilyon 952 milyar dolarlık kısmını AB ülkeleri ve 170 milyar dolarlık kısmını ise Türkiye gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin dünya ithalatındaki payı %1,6 olarak gerçekleşmiştir. (www.wto.com).

**Şekil 2. Dünya ithalatında Türkiye'nin payı 2007 rakamları**



**Kaynak:** wto, international trade statistics 2008 : 13

### 1.3.2. Dünya İhracatında Türkiye'nin Payı

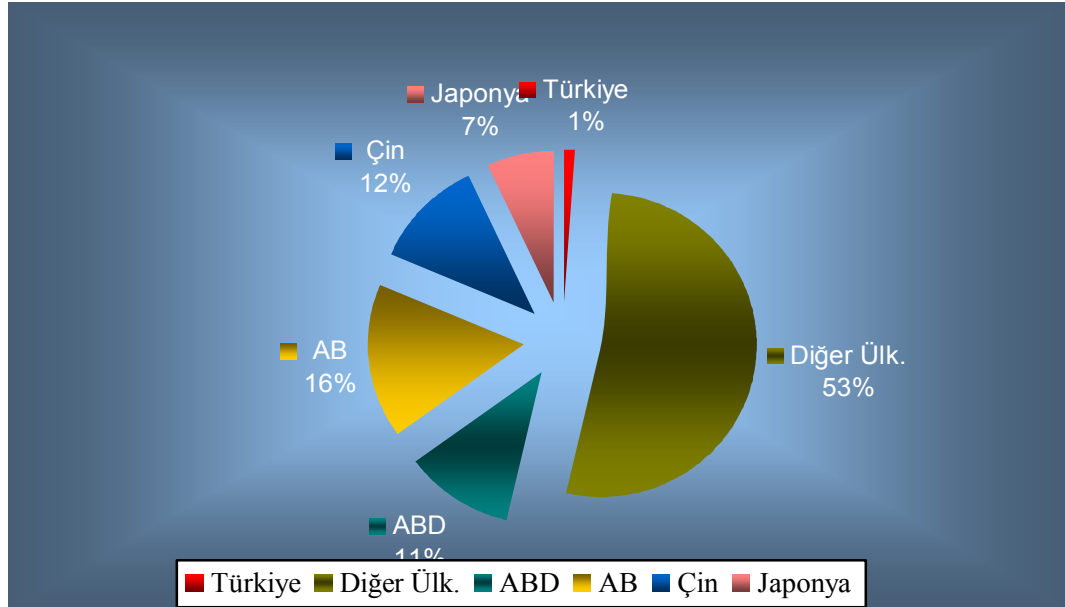
1980'li yılların başında uygulamaya konulan liberalleşme ve ihracatı teşvik politikaları sonucu Türkiye'nin dünya ihracatından aldığı pay, bu gelişmeye paralel olarak hızla artmıştır. Dünya ile entegrasyon çabaları sonucunda Türkiye ihracatının 1980 yılında dünya ihracatı içerisinde %0,15 olan payı 1985'te % 0.43'e, 1998 yılında da %0,52 düzeyine çıkmıştır. 2001 yılı itibariyle söz konusu oran % 0.47 iken 2006 yılında % 0,9'luk oran ile Dünya ihracatında 22. sırada yer almıştır (www.wto.com).

2006 yılında Dünya ihracatında 22'nci sırada yer alan Türkiye, ihracatında % 16'lık artışla, dünya ortalamasını yakalamıştır. Dünya mal ticaretinde en fazla

ihracat gerçekleştiren ülkeler 1 trilyon 480 milyar dolarla AB ülkeleri olurken, AB'nin dünya ihracatındaki payı % 16,4 ihracat artış oranı da % 11 olarak gerçekleşmiştir. ABD 1 trilyon 37 milyar dolarlık ihracatla, dünya ihracatının % 11,5'ini gerçekleştirirken, ihracat artış oranı da % 14 olarak gerçekleşti. Çin dünya mal ihracatında 969 milyar dolarlık ihracat ile üçüncü sırada yer alırken, dünya ihracatındaki payı %10,7 oldu. Çin'in ihracat artış oranı ise % 27 dir. Japonya 647 milyar dolarlık ihracatla, dünya ihracatının % 7,2'sini gerçekleştirdi ve ihracat artışı da % 9 olarak hesaplandı (www.wto.com).

2007 yılında ise bütün ülkelerin gerçekleştirdiği toplam ihracat 10 trilyon 3 milyar Amerikan dolarıdır. Bunun %11,3 oranına denk gelen 1 trilyon 162 milyar dolarlık kısmını ABD, 1 trilyon 697 milyar dolarlık kısmını AB ülkeleri (%16.4) ve 107 milyar 200 milyon dolarlık kısmını ise Türkiye gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı %1 e yükselmiştir (www.wto.com).

**Şekil.3. Dünya ihracatında Türkiye'nin yeri 2007 rakamları**



**Kaynak:** wto, international trade statistics 2008: 13

#### 1.4. Dış Ticaretin Dünya Ekonomisindeki Gelişimi

1900'lü yılların ilk yarısı yoğun olarak kapitalizmin egemen olduğu, dengesizlik ve sorunların hızla büyüdüğü bir dönem olmuştur. Yeni hammadde



kaynaklarına, güvenli ticaret yollarına, sömürülecek yeni pazarlara ihtiyaç vardı. Sonuçta dünya savaşları ve büyük buhran doğrudan ve dolaylı olarak çok büyük kayıplara yol açtı. İkinci Dünya Savaşı sonunda iki kutuplu bir yapı ortaya çıktı. Doğu bloğu otoriter bir yapı ve planlı bir ekonomiyi benimserken; Batı, piyasa ekonomisi ve çok partili demokrasi ile bu rekabetin kazananı olmaya çalıştı. Soğuk savaş olarak anılan bu dönem Batı'nın üstünlüğü ile sonlandı. Batı bloğu ulus devlet uzlaşısı idi; sosyal güvenlik önlemleriyle güçsüzleri korumuş, rekabet yasalarıyla güçlülerin hareket alanını sınırlamıştı. Gümrük duvarları kademeli olarak aşağıya çekilerek dış ticaretin artması, bu yolla uzmanlaşma ve verimlilik artışının gelişmesi yolu ile refah devleti hedeflenmiştir (Civelek-Güncel, Ekonomik Sorunlar: Dünya Ekonomisi, 2007: 2).

1970'li yıllara gelindiğinde, temeli 1950'li yıllara dayanan bir dizi toplumsal, ekonomik ve teknolojik gelişmenin, hemen hemen eş zamanlı olarak yüzeye çıkmasına sahne olduğu, küreselleşme olarak bilinen "Yeni Ekonomik Düzen" in yaratıldığı görülmektedir. Birbiriyle etkileşim içindeki bu gelişmeler ülkelerin üretim politikası ve buna bağlı olarak üretim yapısı, ihracatın kompozisyonu, istihdamın sektörel dağılımı vb birçok unsurlarda radikal değişiklikler yaratmıştır (DPT, 2000: 15 [www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

1970'li yıllardan sonra, özellikle "Petrol Krizi" ile birlikte; varlığı standart tüketim kalıpları ve istikrarlı pazarlara dayalı "kitle üretim" in krize girdiği ve üretimde yeni arayışların başladığı iletişim teknolojisindeki gelişmelerin de sağladığı kolaylıklarla "esnek üretim" in dünya gündemine taşındığı görülmektedir. Başka bir ifade ile Fordist üretim sisteminden, esnek üretim sistemine geçiş yaşanmıştır ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

Üretim sistemindeki zorunlu değişiklik beraberinde yeni rekabet koşullarının içeriğinde değişiklikler yaratmıştır. Ürün yelpazesinin geliştirilmesi ve ürün esnekliğinin sağlanması için de firmaların sürekli tasarım değişikliği ve yeni buluşlar yapma kapasiteleri artarak önem kazanmıştır ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

Esnek üretim sistemi, işlemsel ve kontrol karakteristikleri açısından birbirinden farklı yapılardaki geniş üretim sistemleri yelpazesini anlatan genel bir konsepttir ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

Esnek üretim, esnek otomasyon teknolojileri tabanındaki yenileme süreci çok açıktır ki, hemen her sanayi dalının kendi üretim konusu ile ilgili teknolojik ilerlemelere kendini uyarlayabilmesi fırsatını da yaratmaktadır. Başka bir ifadeyle, rekabet üstünlüğü kazanmaya yönelik ve bir bütün olarak, çağı jenerik teknolojilere ayak uydurabilmesinin dinamiklerini de yaratmış ve yaratacak olmasıdır ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

Belirtilen çerçevede, gerek M. Porter, gerekse L. Thurow birbirlerinden farklı tezler çerçevesinde 21.yüzyılın rekabet yapısını ve boyutlarını vurgularken, aynı zamanda doğrudan ve dolaylı biçimlerde verimlilik ve teknoloji faktörlerinin belirleyiciliği noktasında buluşmakta ve ekonomik gelişmenin üretim yapısının ve ihracat sektörlerinin rekabetçi üstünlüklerini bu olgu tarafından şekillendireceğini ifade etmektedir ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

1970’li yıllardan sonra, üretim felsefesindeki bu radikal değişimin üretim politikaları ve bununla ilintili olarak üretim ve istihdam yapısında da önemli dönüşümler yarattığı görülmektedir ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

Üretim ve İstihdam sistemindeki bu değişimle birlikte, günümüzde artık bilginin üretilmesi ve dağıtılması ülkelerin kalkınmasında olmazsa olmaz koşullarından biri haline gelmiştir. Toplumların geçmişte görülmedik düzeyde karşılıklı etkileşim içinde olmaları, rekabeti ve bilgi teknolojili üretimi hızlandırmıştır. Bireyin, firma ya da ulusların, rekabet gücünü arttırabilmek için sürekli öğrenen bir yapıya sahip olmaları gerekmektedir ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)).

Dünya da kültürel taleplerin artması, çoğulculuk, bireyin/toplumun kimlikleşme isteğine bağlı olarak cemaatleşme, tüketim normlarının çeşitlenmesi, ekolojik kaygıların yükselmesi, katılımcı demokrasi, üretimde çeşitlenme, yerellik/yerel kimlik toplumların sosyal ve mekansal yapısında değişikliğe yol açmıştır. Başka bir ifadeyle Post-Modern toplumsal gelişim faktörleri de, üretim

konsepti ve bununla ilgili tüm olgular (üretim yapısı, ölçeği, politikası vb.) da köklü değişiklikler yaratmıştır. Genel hatlarıyla bu değişiklikler şu şekilde sıralandırılabilir ([www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr)):

- Üretim anlayışındaki bu felsefe değişikliği beraberinde üretim ölçeğinde de önemli değişiklikleri getirmiştir. Büyük sanayi işletmeleri ürettikleri bazı ürün ve yan ürünleri küçük işletmelere yaptırma eğilimi içerisine girmişlerdir. Örneğin, Japonya'da bütün parçalarını kendi üreten dev otomotiv şirketleri; hiçbir parçasını kendi üretmeyen ve binlerce küçük işletmeden oluşan Toyota'nın gerisinde kalmışlardır. Bu bağlamda, özellikle gelişmiş ülkelerin KOBİ'lere yönelik etkin politikalar izledikleri gözlenmektedir.
- Özellikle 1980'lerin başından itibaren dünya piyasaları; sınırların kalkmasına paralel (globalleşme ya da küreselleşme) olarak ortaya çıkan hızlı teknolojik gelişmenin etkisi altına girince talep çeşitlenmiş ve ürün ömrü kısalmıştır. Ayrıca dünya daki değişim trendi gözlemlendiğinde, globalleşme ile birlikte dikkati çeken bir diğer olgunun da yerleşmekte olduğunu görmekteyiz. "Glokalleşme"(Glocalization) kavramı son zamanlarda yaygın olarak benimsenen ve kullanılan kavramlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Glokalleşme, kısaca "uluslararası ilişkilerde global gerçeklerden hareket ederek global düşünmeyi, otarşizm (kendi kendine yeterlilik) yerine dışa açılmayı, dünya ekonomisi ile bütünleşmeyi, ülke içinde ise merkezi yönetim kanalıyla ekonomi ve politikayı yönlendirme yerine yerel yönetimleri daha fazla güçlendirmeyi" ifade etmektedir.
- Belirtilen dönemde tüketici bilincinin gelişimine paralel olarak kalite, üretim ve ticaretin olmazsa olmaz koşullarından biri haline gelmiştir. Günümüz dünya ekonomisinde kaliteli üretim yapmak kavramı aşılımakta, kaliteye yatırım kavramı önem kazanmaktadır. Toplam kalite kavramı çerçevesinde ortaya çıkan yeni yaklaşım, kaliteli mal üretiminin çok ötesinde, bir kalite yaratım süreci olarak şekillenmektedir.

- Gelişmiş ülkelerin sektörel hedefler çerçevesinde bazı alanlara öncelik verdiği, üretim politikalarının da bu çerçevede şekillendiği görülmektedir. Bu bağlamda önceliğin bilgiye dayalı teknoloji ve beşeri sermaye yoğun sektörlerle verildiği, bu sektörlerin gelişmesi/geliştirilmesi için çok çeşitli politikalar geliştirildiği görülmektedir.
- Üretimin ve üretimde verimliliğin artırılması, iç piyasaların desteklenmesi ve ihracatın arttırılmasına yönelik mali düzenlemelerin daha seçici (selective) bir şekilde yapılandırıldığı ve "otomatik hak kazanmak" ile sağlanan desteklerin gittikçe önemini kaybettiği görülmektedir. Genel olarak ülke çapında uygulanan mali düzenlemelerin de bölgesel ve yerel düzenlemelere dönüştüğü görülmektedir.

## II. BÖLÜM

### 2. KAVRAM OLARAK KOBİ'LER VE TÜRKİYE KOBİ'LERİ

Ülkelerin kalkınmışlığı ve zenginliğinde büyük öneme sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) tanımı ülkeden ülkeye, sektörden sektöre ve hatta bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Ülkelerin ekonomik güç olarak birbirleriyle farklılık göstermesi her ülkenin kendi ekonomisine göre ayrı bir KOBİ tanımlamasına da yol açmıştır. Türkiye'de de KOBİ tanımında farklı yaklaşımlar olsa da; ortak özelliklerinden yola çıkarak genel bir tanımlama yapılabilir, yasal temelde de nasıl sınıflandırıldıklarını ifade edebiliriz (Akman,2009: 1).

KOBİ'ler gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ekonomilerde ve Türkiye'de önemli bir yere sahiptir. Uluslararası ekonomik ilişkilerde yaşanan gelişmeler, rekabet koşullarındaki hızlı değişim, teknoloji alanındaki yenilikler yanında ekonomik faaliyeti düzenleyen kurallardaki değişimler KOBİ'lerin performansını etkilemektedir. Son dönemde uluslararası finans sisteminde yoğun olarak tartışılmakta olan Basel II Düzenlemesi dolaylı olarak KOBİ'leri çok yakından ilgilendirmektedir (TBB, 2004: v).

#### 2.1. KOBİ'lerin Tanımı

KOBİ'ler kısıtlı sermaye ve pazarlama olanaklarına sahip, kendi çabalarıyla ayakta duran, bu çabalarıyla yurt içi yurt dışı pazarlara mal ve hizmet üretilen pazarlayan, buldukları ülkelerde meydana gelebilecek herhangi bir ekonomik krizde, ülkenin geniş kesimleri, yani işçi, memur, çalışanlarla birlikte olumsuz anlamda en yoğun etkilenen firmalardır. Büyük işletme ve firmaların,

buldukları ülke ekonomilerinde yaşanan krizlerde yatırımlarını kolaylıkla siyasi veya ekonomik problemi olmayan, istikrarını koruyan ülkelere transfer edip, yeni pazarlara açılma imkanları vardır. KOBİ'ler ise ekonomik olumsuzlukları, finans darlıklarını, ulusal ve uluslararası ekonomik dalgalanmaları, sermaye azlığını, kısıtlı kapasite kullanımı ve pazar daralmalarını en şiddetli şekilde hissederler. Bunun sonucunda ağır yaralar alabilen, girişimcisinin iflas kelimesiyle karşılaşma riskiyle yaşayan bir çok devlet desteklerinden, kredilerden faydalanma oranları büyük işletmelere göre minimum seviyelerde kalan, genel çerçevede öz sermaye ve küçük birikimlerle hayat bulan tüm ticari, sınai ve hizmet işletmeleri birer KOBİ'dir diyebiliriz (Akman, 200: 1).

Ülkelerin KOBİ tanımlamaları farklılık göstermekle birlikte tanımlamalarda kullanılan kriterler; çalışan kişi sayısı, satış hasılatı, öz sermaye, çalışma sermayesi, sabit sermaye, aktifler toplamı, ödenen vergi toplamı ve piyasa payıdır (Korkmaz ve Cura, 2006: 147).

Bölgesel kalkınmada önemli bir yere sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin dinamik yapıları, daha az yatırım ile daha çok üretim ve kısa sürede istihdamı artırmaları nedeniyle günümüzde kalkınma stratejisinin ana aktörü olmuşlardır.

KOBİ'lerin ne olduğunu ve neden kalkınmada önemli bir aktör olduklarını anlamak için, KOBİ'lerin nasıl tanımlandığını da bilmek durumundayız. KOBİ'lerin tanımı, buldukları ülkedeki yer ve önemleri, işyeri sayısı, istihdam miktarı, katma değerleri açısından çeşitli şekillerde tanımlanabilmektedir. Bu da KOBİ'lerin ülkeden ülkeye değişen bir olgu olduğunu göstermektedir. Ancak işçi sayısı, sermayesi, kapasitesi bu tanımda belirleyici olmaktadır. Bu kapsamda, genel itibariyle, Türkiye'de 1-50 işçi çalıştıran işletmeler küçük, 51-150 işçi çalıştıran işletmeler ise orta ölçekli işletme olarak tanımlanmaktadır (TOBB, 2006: 34)

KOBİ'lerin Türkiye işletmelerine oranı oldukça yüksek, istihdama oranı yüksek, toplam yatırım ve toplam üretime oranı orta düzeylerde, ihracata oranı

ise kısmen düşüktür. KOBİ' ler sadece ekonomik yaşamda değil, sosyal yaşamda da önemli birer işlev üstlenebilmektedirler. KOBİ' ler Türkiye' de geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesinde, mülkiyetin geniş bir alana yayılmasında, istihdam olanağı yaratılmasında ve demokratik yaşamın desteklenmesinde oldukça önem taşıyabilmektedirler. KOBİ girişimcilerinin mülkiyet tutkuları, başarılı olma arzuları, cesaretli adımları ve yatırım yapma istekleri siyasi istikrarın da temel mekanizmaları arasında kabul görebilmektedir (Akgemci, 2001: 4).

KOBİ'ler tüm dünya da olduğu gibi, Türkiye ekonomisinin de dinamik ve sürükleyici unsurlarından biri olup, Türkiye'nin sosyo ekonomik gelişmesi açısından çok büyük öneme sahiptirler. Genel olarak KOBİ'ler, az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile çalışan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilirler (Uludağ ve Serin 1990: 14).

Günümüzde, küçük işletmeler denilince, eskiden olduğu gibi başarısız olduğu için büyümemiş, küçük ölçeklerde kalmış işletmeler kastedilmemektedir. Tam tersine küçük işletmeler dinamik, yenilikçi, fırsatları zamanında değerlendirebilen işletmelerdir (Akgemci, 2001: 7).

Küçük bir büfe, tek kişilik pencere yıkama işlerinden imalat sektörüne kadar birçok kuruluş küçük işletme olarak kabul edilmektedir. İşletme ölçeği için tanımlama yapmanın oldukça pratik nedenleri bulunmaktadır. Devlet desteği alabilmek, kredi avantajlarından yararlanabilmek, ilgili danışmanlık kuruluşlarından destek alabilmek ve sözleşmeler yapabilmek için firma ölçeğinin belirlenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte her tür işletmenin geliştirilmesi ve desteklenmesine yönelik politikaların belirlenmesinde de tanımlamalar büyük kolaylık sağlayacaktır. KOBİ'leri tanımlayabilmek için bir çok kriter kullanılmıştır. KOBİ tanımını etkileyen belli başlı faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Çetin, 1996: 35).

- Zaman,
- Ekonomik düzey,
- Sanayileşme düzeyi,
- Kullanılan teknoloji,
- Pazarın büyüklüğü,
- Faaliyette bulunan işkolu,
- Kullanılan üretim tekniği,
- Üretilen malın özellikleri,
- İşçi sayısı,
- Kuruluş ve araştırmalar.

## **2.2. KOBİ'lerin Genel Özellikleri**

Bu tanımlama ve sınıflandırmadan sonra KOBİ'lerin genel özelliklerini de şu şekilde sıralamak mümkün olacaktır (Akman, 2007: 1).

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaktadır,
- Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkanı yaratmaktadır,
- Yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir,
- Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösterebilmektedir,
- Teknolojik yeniliklere daha yatkındır,



- Bölgelerarası dengeli kalkınmayı sağlar,
- Gelir dağılımındaki çarpıklıkları asgariye indirir,
- Ferdi tasarrufları teşvik eder, yönlendirir ve hareketlendirir,
- Büyük sanayi işletmelerinin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısıdır,
- Politik ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsurudur,
- Demokratik toplumun ve liberal ekonominin ana sigortalarından biridir.

İşletmelerin ölçek bakımından sınıflama kriterleri dikkate alındığında KOBİ'lerin ortak özelliklerini ise şöyle sıralamak mümkündür;

- Çoğunlukla bireysel veya şahıs ortaklığı hukuki yapısına sahiptirler.
- İşletmelerde "Sahip-Yönetici" modeli egemendir. Diğer bir deyişle, sahiplik ve yöneticilik aynı kişide toplanmıştır. Pek azında veya bazı hizmetlere özgü olmak üzere profesyonel yöneticiden yararlanılmaktadır. İşletme ve sahiplik bütünleşmiştir.
- Bağımsız olma niteliği. Kısıtlı sayıda işletme sahipleri genellikle aile bireylerinden oluştuğu ve ayrıca sahiplik ve yöneticiliğin aynı kişide toplandığı için büyük işletmelerde olduğu gibi; yöneticiler üzerinde işletme sahiplerinden, hissedarlardan gelen doğrudan bir kontrol mevcut değildir. Aynı zamanda yönetici durumunda olan işletme sahibi bağımsız karar alabilme durumundadır.
- Faaliyetler iş bölümü olmadan veya daha basit işbölümüne dayanan bir organizasyon ile yürütülebilmektedir. Uzmanlaşma çok sınırlı boyutlarda kalmaktadır.
- İşçi-işveren arasında olduğu gibi işletme-müşteriler arasında da yakın bir ilişki vardır.

- Sınırlı bir sermayeye sahiptirler. Finansman için gerekli fonları genellikle öz kaynaklardan veya öz sermayeden temin etmek durumundadırlar.
- Duran (sabit) ve dönen varlıkların hacmi, mal ve hizmet kapasiteleri sınırlıdır. Yatırım güçleri zayıftır.
- Satış hacmi veya pazar payları sınırlıdır; genellikle küçük veya yöresel düzeyde kalmaktadır.
- Tedarik ve pazarlamada pazarlık güçleri zayıftır.
- İstihdam oranı düşüktür, işletme sahibi çok kez aile bireyleri bizzat iş yerinde çalışırlar.
- Yeniliğe açık dinamik bir yapıya sahiptirler.(www.ekodialog.com;2008)

### **2.3. Türkiye’de Kullanılan KOBİ Tanımları**

Esnek ve dinamik yapılarıyla KOBİ’ler, tüm dünya da olduğu gibi, Türk ekonomisinin de dinamik ve sürükleyici unsurlarından biri olup, Türkiye’nin sosyo-ekonomik gelişmesi açısından büyük öneme sahip olduğunu belirtmiştik. Genel olarak KOBİ’ler; az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile faaliyetlerde bulunan ayrıca çabuk karar verme imkanına sahip ve düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan, ucuz bir üretim gerçekleştiren ekonomik teşebbüsler olarak tanımlanmaktadır (Akgemici, 2001: 5).

Basel-II içerisinde de KOBİ’ler için önem arz eden en temel husus KOBİ tanımıdır. Konu ile ülkemiz mevzuatı değerlendirildiğinde KOBİ tanımı için farklı kurumların farklı kriterler kullandığı görülmektedir. Söz konusu tanımlar genelde faaliyet gösterilen sektör, çalışan sayısı, sabit yatırım tutarı ve KOBİ sermayesinin önemli bir kısmının büyük ölçekli işletmelere ait olmaması kriterlerine dayanmaktadır. KOBİ tanımına ilişkin bu farklılaşmalar mevcut olmakla birlikte, Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca bu konuda bir çalışma

yapılmıştır. Resmi Gazetede 18.11.2005 tarih ve 25997 sayı ile yayımlanan yönetmelikle KOBİ tanımı şöyledir:

KOBİ: ‘‘250 Kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu 25.000.000 (Yirmi beş milyon) TL'yi aşmayan ve bu yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimleri ifade eder’’ şeklinde tanımlanmaktadır.

Bir işletmenin, sermayesinin veya oy haklarının %25'inden fazlasının doğrudan veya dolaylı olarak, müştereken veya tek başına, 9'uncu maddenin ikinci fıkrasında sayılan yatırımcılar dışında bir veya birden fazla kamu kurum veya kuruluşunun kontrolünde olması halinde bu işletme KOBİ sayılmaz denilmektedir. Bu yönetmelik ile KOBİ'lerin sınıflandırılması ise (18.11.2005 Tarih ve 25997 Sayılı Resmi Gazete);

- Mikro İşletme: 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 1 milyon Türk Lirası'nı aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler,
- Küçük İşletme: 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 5 milyon Türk Lirası'nı aşmayan işletmeler,
- Orta Büyüklükteki İşletmeler: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25 milyon Türk Lirası'nı aşmayan işletmeler şeklinde yapılmıştır

#### **2.4. Türkiye’de KOBİ’lerin Genel Yapısı**

KOBİ’ler pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye ekonomisi için de önemli bir yer teşkil etmektedir. Bunda KOBİ’lerin hem toplam işletme sayısı, hem istihdam hem de katma değer içerisindeki önemli payları etkili olmaktadır (Yüksel, 2005:7). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2002 Genel Sanayi İşyerleri

Sayımı (GSİS) 1. aşama sonuçlarına göre, 2002 yılı itibariyle Türkiye’de toplam işletme sayısı içinde 10’dan az işçi çalıştıran mikro ölçekli işletmelerin payı %96,32, 10-49 işçi çalıştıran küçük ölçekli işletmelerin payı %3,09, 50-250 işçi çalıştıran orta ölçekli işletmelerin payı %0,48’dir. Bu itibarla, Türkiye’deki işletmelerin %99,89’u AB uyumlu KOBİ tanımına girmektedir (Yılmaz, 2003: 7).

Tablo 2’de TÜİK 2002 Genel Sanayi İşyerleri Sayımı’na göre Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin büyüklük gruplarına göre dağılımı verilmiştir.

**Tablo 2: İşletmelerin Büyüklük Gruplarına Göre Dağılımı 2005**

	<b>Çalışan Sayısına Göre İşyeri Büyüklük Grupları</b>	<b>İşyeri Sayısı</b>	<b>Dağılım (%)</b>
<b>KOBİ</b>	<b>1-250</b>	<b>1.718.788</b>	<b>99,89</b>
Mikro	Sadece İşletme Sahibi	23.762	1,38
Mikro	1-9	1.633.509	94,94
Küçük	10-49	53.246	3,09
Orta	50-99	5.080	0,30
Orta	100-150	1.804	0,10
Orta	151-250	1.387	0,08
<b>Büyük</b>	<b>251+</b>	<b>1.810</b>	<b>0,11</b>
<b>TOPLAM</b>		<b>1.720.598</b>	<b>100,00</b>

**Kaynak:** TÜİK 2002 GSİS, Yılmaz, 2003, Ercan, 2005: 5

Tablo 3'deki verilere baktığımızda ise; Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin imalat sanayii özelinde neredeyse tamamının (%99,62 ile) KOBİ niteliğinde olduğu, çalışan sayısı itibariyle büyük işletmelerin sadece %0,37'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir (Aktaş ve Başçı, 2006: 436).

**Tablo 3: İmalat Sanayi İşletmelerinin Ölçeksel Dağılımı 2005**

	<b>Çalışan Sayısına Göre İşyeri Büyüklük</b>	<b>İmalat Sanayi İşyeri Sayısı</b>	<b>Dağılım (%)</b>
<b>KOBİ</b>	<b>1-250</b>	<b>245.982</b>	<b>99.62</b>
Mikro	Sadece İşletme Sahibi	1.509	0,61
Mikro	1-9	220.030	89,12
Küçük	10-49	20.325	8.24
Orta	50-99	2.453	0,99
Orta	100-150	946	0,38
Orta	151-250	719	0,29
<b>Büyük</b>	<b>251+</b>	<b>917</b>	<b>0,37</b>
<b>TOPLAM</b>		<b>246.899</b>	<b>100,00</b>

**Kaynak:** TÜİK 2002 GSİS, Aktaş ve Başçı, 2006: 436, Ercan, 2005: 5

Tablo 4'te yer alan ülkelerin hepsinde toplam işletmelerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluştururken, Türkiye'de toplam işletmelerin %99,8'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Türkiye'de KOBİ'lerin istihdamdaki payı %76,7, yatırımlardaki payı %38, yaratılan katma değerdeki payı %26,5'dir. Ancak Türkiye'deki KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payı ile toplam kredilerden almış oldukları pay diğer ülkelere göre çok düşüktür. Bu da Türkiye'deki KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun dışa açılma derecesinin düşük olduğunu ve küreselleşme sürecine giremediklerini ortaya koymaktadır (Sakarya ve Kara, 2006: 172).

**Tablo 4: Seçilmiş Bazı Ülkelerde KOBİ'lere İlişkin Oranlar 2005**

Ülkeler	Tüm İşletmeler İçindeki Payı (%)	İstihdam İçindeki Payı (%)	Yatırım İçindeki Payı (%)	Katma Değer İçindeki Payı (%)	İhracat İçindeki Payı (%)	Krediler den Aldığı Pay
ABD	97,2	58	38	43	32	42,7
Almanya	99	64	44	49	31	35
Japonya	99,4	81,4	40	52	38	50
İngiltere	96	36	29,5	25	22	27
Fransa	99	67	45	54	26	29
İtalya	98	83	52	47	Bilgi Yok	Bilgi Yok
Hindistan	98,6	63	27,8	50	40	15,3
G.Kore	98,8	59	35	35	20	47
Tayland	98	64	Bilgi Yok	47	50	Bilgi Yok
Singapur	97	44	27	43	10	27
Türkiye	99,8	76,7	38	26,5	10	5

Kaynak: Ercan, 2005: 7

Türkiye'deki işletmelerin hukuki yapılarına göre dağılımı ise; Tablo 5'de verilmiştir. Buna göre; işletmelerin %80,58'i ferdi mülkiyet statüsünde iken, sadece %15 gibi bir oranı limited ve anonim şirket statüsündedir. İşletmelerin kurumsal yapı kazanma olanakları dikkate alındığında bu veri düşük kalmaktadır (Aktaş ve Başçı, 2006: 435).

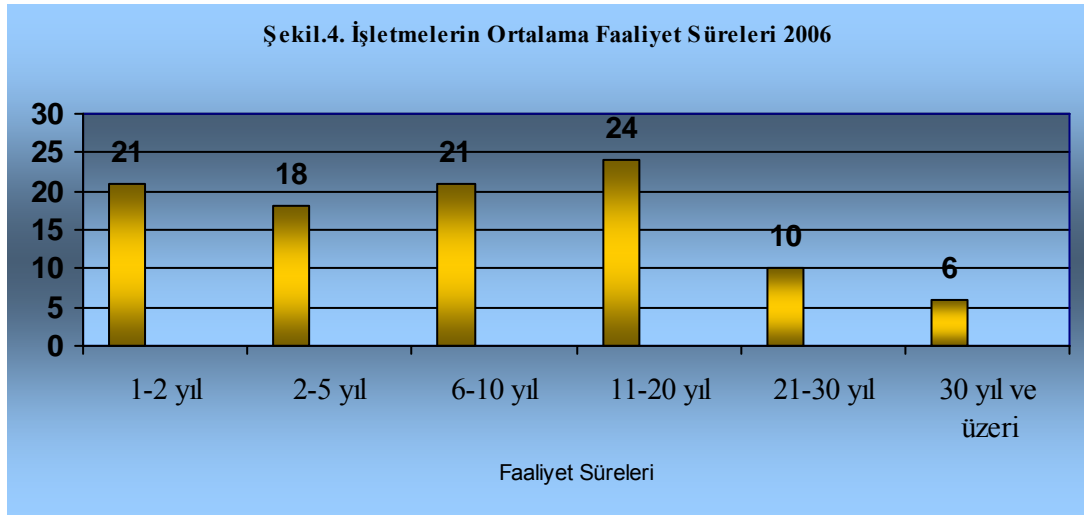
**Tablo 5: Hukuki Yapılarına Göre İşletmelerin Dağılımı 2002**

Hukuki Durum	İşyeri Sayısı	Dağılım (%)
Ferdi Mülkiyet	1.386.491	80,58
Adi Ortaklık	28.607	1,66
Kollektif Şirket	3.970	0,23
Komandit Şirket	197	0,01
<b>Limited Şirket</b>	<b>233.193</b>	<b>13,55</b>
<b>Anonim Şirket</b>	<b>34.843</b>	<b>2,03</b>
Kooperatif	14.213	0,83
Diğer	19.084	1,11

<b>TOPLAM</b>	<b>1.720.598</b>	<b>100,00</b>
---------------	------------------	---------------

**Kaynak:** TÜİK 2002 GSİS

Aşağıdaki şekilde de görüldüğü gibi KOBİ'lerin büyük bir çoğunluğunun aile işletmeleri şeklinde faaliyet göstermesi ve kurumsal yönetim mekanizmalarının yaratılamaması nedeniyle de ortalama ticari faaliyet süreleri çok kısa olmaktadır.



**Kaynak:** TBB, 2006: 23

Yukarıda değinilen ülke ekonomisi içerisindeki önemli paylarının yanında KOBİ'lerin büyük ölçekli işletmelere göre avantaj ve faydaları söz konusudur. Bunlar (Yüksel, 2005: 8, Çalpınar, 2001: 243, Yelkikalan ve Kalmış, 2001: 387-388, Yılmaz, 2003: 5)

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlayabilmeleri,
- Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam olanağı yaratabilmeleri,
- Toplu olarak değerlendirildiklerinde yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmeleri,
- Müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içerisine girebilmeleri,
- Sınırlı talebin olduğu alanlarda arz oluşturabilmeleri,
- Esneklikleri sayesinde talep değişiklikleri ve çeşitlilikleri ile diğer koşullardaki değişikliklere daha kolay uyum gösterebilmeleri,

- Bölgelerarası dengeli kalkınmaya katkı sağlamaları,
- Dolaylı olarak gelir dağılımındaki çarpıklıkları azaltmaları,
- Bireysel tasarrufları teşvik etmeleri,
- Büyük sanayi işletmelerinin destekleyicisi ve tamamlayıcısı olmaları,
- Ekonominin ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsuru olmalarıdır.

## 2.5. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Avrupa'da 1980 yılından itibaren ölçek ekonomileri görüşüne alternatif olarak "Küçük Güzeldir" görüşü kabul görmeye başlamıştır. Dünyanın birçok ülkesinde küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin korunması ve geliştirilmesi için bu kesimin gereksinimi olan finansal ve teknolojik destekler veren kuruluşların mevcut olduğu ve KOBİ'lerin yasal düzenlemelerle korunduğu bilinmektedir. Dünya da ve Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler istihdamın önemli bir bölümünü karşılamakta ve sanayi içinde büyük bir yer tutmaktadır. KOBİ'ler küçük, esnek yapıları sayesinde gelişmelere hızla uyum sağlayabilmektedirler. Ölçek üretim yerine butik üretim yaparak müşteri memnuniyetini daha iyi sağlayabilmektedirler. Uluslararası alanda iletişim araçlarının etkisiyle tüketici bilinci değişmiş ve üreticiler için daha esnek bir üretim yapısı sayesinde hızla tüketici isteklerine cevap verme zorunluluğu doğmuştur (Oktay ve Güney, 2002:2).

Avrupa Topluluğunda 1985 yılında iş isteyen her 25 kişiden 3'ü ya da % 12'si işsiz kalmıştır. Bu nedenle, son yıllarda özellikle İngiltere'de çok açık biçimde görüldüğü gibi, Avrupa'da önemli istihdam artışını yansıtacak, bir mucizevi iş-istihdam yaratıcı bulmak için araştırma yapılmıştır. Küçük ve Orta ölçekli işletmelerin buna bir çözüm olarak görüldüğü belirtilmiştir. İstihdam sorununun çözümlenmesinde önemleri daha belirgin biçimde ortaya çıkan küçük



ve orta ölçekli işletmelerin esasında Avrupa'da 1970'lerden sonra önem kazanmış olduğu görülmektedir ( Bulmuş ve Oktay, 1990: 2).

KOBİ'lerin ekonomiye katkılarını 5 başlıkta toplayabiliriz.

- a) İstihdam yaratılması
- b) Esneklik sayesinde yeniliklere hızla uyum
- c) Girişimciliği teşvik
- d) Butik üretim sayesinde ürün farklılaşması
- e) Büyük işletmelere ara malı temini

Genel olarak teknoloji ve buna bağlı olarak üretim teknolojisi hızla değişmektedir. Bununla birlikte tüketici eğilimleri de sürekli değişim halindedir, insanlar artık sıradan herkesin kullandığı ürünler yerine kendini özel hissedeceği ürünleri tercih eder hale gelmiştir. Bu durum KOBİ'lerin önemini daha da arttırmaktadır. Çünkü değişimlere esnek ve küçük yapıları sayesinde büyük işletmelerden daha hızlı uyum sağlama şansına sahiplerdir. KOBİ'ler ekonomideki daralma ve hareketlenmelere büyük işletmelerden daha kolay uyum sağlarlar. Bu esneklik onlara avantaj sağlar (Oktay ve Güney, 2002: 2).

Türkiye'de KOBİ'lerin tarihi 13. yüzyılda kurulan Ahilik sistemine kadar uzanmaktadır. 1933 yılında esnaf ve küçük sanayicinin kredi gereksinimini gidermek için Halk Bankası kurulmuş ve Türkiye'de 1963 yılından itibaren başlatılan planlı kalkınma dönemi çerçevesinde hazırlanan 5 yıllık kalkınma planlarında KOBİ'ler sürekli olarak yer alarak bugüne kadar gelinmiştir. Yakın tarihe kadar da genelde kağıt üzerinde kalmış, bazı kurumların (KOSGEB vb.) oluşturulmasından başka işlev kazandırılmamıştır. Yazılanlar uygulamaya dönüştürülememiştir (Oktay ve Güney, 2002: 2).

Türkiye'de KOBİ'lerin önemi 1990 yılından sonra daha iyi anlaşılmaya başlanmıştır. KOBİ'lerin ülkemizdeki önemini görebilmek açısından işyeri sayısı,

istihdam edilen kişi ve katma değer payları gibi üç önemli göstergeye bakılabilir. Bu nitelikler çerçevesinde KOBİ'lerin Türkiye'nin sosyal ve ekonomik alanlarındaki önemi daha net anlaşılabilir

Dünya çapında faaliyette bulunan işletmelerin ortalama yüzde 98'i KOBİ kapsamında değerlendirilmekte olup bu oran Avrupa ülkelerinde ve Türkiye'de ise yaklaşık yüzde 99'a tekabül etmektedir. Bu oranlar dikkate alındığında istihdamın da oldukça büyük bir çoğunluğunun (yaklaşık yüzde 77) söz konusu işletmeler tarafından sağlandığı kolayca anlaşılabilir. KOBİ'lerin yaklaşık yüzde 94'ünde, çalışan sayısı 1-9 arasında değişmekte olup, bu işletmelerin gayri safi milli hasıla içerisindeki payı ise ortalama yüzde 40 civarında gerçekleşmektedir. KOBİ'lerin Türkiye ekonomisinde ve bazı yabancı ülke ekonomilerindeki yerine ilişkin bilgilere ise tablo 6 da yer verilmiştir (Çatalbaş, 2008: 4).

Daha önce tablo 4'te rakamlarla belirttiğimiz gibi Türkiye'deki KOBİ'lerin yatırımlardaki ve ihracattaki payı diğer ülke örneklerine oranla düşük kalmıştır. Bu durumun temel nedeni işletmelerin verimlilikleri ile ilgili olduğu kadar finansman sorunu ile de yakından ilişkilidir. Gelişmiş ülkelerde KOBİ'lerin toplam reel sektör kredilerindeki payları yüzde 25 ile yüzde 50 aralığında değişmekte iken ülkemizde bu oran yüzde 10 civarında kalmaktadır (Aras, 2007:4). Bu nedenle ülkemizde uygulanmakta olan KOBİ politikalarının yeniden gözden geçirilmesine ve ortaya konulan somut sorunların giderilmesine yönelik günün koşullarına uygun çözümler üretilmesine gereksinim duyulmaktadır (Çatalbaş, 2008: 4).

Bütün ekonomilerin vazgeçilmez temel bir bileşeni olan KOBİ'ler, istihdam ettikleri işgücünden, gerçekleştirdikleri yatırımlara, yarattıkları katma değere ve ödedikleri vergilere kadar pek çok yönleri ile her ekonomide önemli bir yere sahiptir. Çünkü KOBİ'ler bağımsız ekonomik birimler olarak sadece mal ve hizmet üreten işletmeler olmayıp, aynı zamanda büyük işletmelerin kullandıkları mamul ya da yarı mamul girdileri de üreterek büyük işletmelerin gelişimini de tamamlamaktadırlar. Böylece büyük işletmeler için ekonomide bir “yan sanayi”

oluşturarak büyük işletmelerle ortak bir yaşam kurarlar. KOBİ'ler, bir yandan büyük işletmelerle rekabet içinde olarak kendi başlarına nihai ürün ya da hizmet üreterek ekonomiye katkıda bulunurlarken, diğer yandan da büyük işletmeleri yan sanayi biçiminde tamamlayarak, onların daha fazla üretken olmalarına ve ekonomiye olan katkılarının daha da artmasına yardımcı olurlar (Sarıaslan,1994:10)

### **2.5.1. KOBİ'lerin İstihdama Katkıları**

İşsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasında oynadıkları rolleri, dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması ve sürdürülmesine yaptıkları olumlu katkıları ve piyasa koşullarında meydana gelen değişimlere hızlı uyum sağlayabilen esnek bir üretim yapısına sahip olmaları, KOBİ'leri günümüz dünyasında daha önemli bir konuma getirmektedir.

Gerek ülkemiz, gerekse dünya ekonomisinde KOBİ'ler önemli krizlerden fazla etkilenmemiş, hatta bu krizlerin atlatılmasında önemli roller üstlenmiştir. KOBİ'ler yalnızca ekonomik hayatta değil, aynı zamanda sosyal hayatta da önemli roller üstlenmektedir. KOBİ'ler ülkede geniş bir alana yayıldıkları için, bölgesel gelişmişlik farklılıkların giderilmesinde, sermayenin tabana yayılmasında, yeni istihdam imkânlarının meydana getirilmesinde, gelir dağılımında adaletin sağlanmasında ve bunu devam ettirmede, demokratik hayatı canlı tutmada önemli bir araç olmaktadır (Yılmaz B. 2002: 3).

KOBİ'lerin istihdam yaratmada çok önemli rolleri vardır. Şöyle ki büyük işletmeler genelde işgücü kullanımını azaltmakta iken KOBİ'ler ise iş ve istihdam imkanı yaratmaktadırlar. İstihdam sağladıkları için işsizliğin azalmasında büyük rol oynarlar. Sağladıkları katkının yanı sıra yaptıkları ücret ödemeleriyle bireylere satın alma gücü sağlamaktadırlar. Yani tüketim yapan kişiler bunu borçlanma yoluyla değil kazançlarıyla yapmaktadırlar. Borçlanmayanlar ya da kazançlarının altında harcama yapanlar ise tasarruf sahibi olan kişilere katılacaklardır.

Tüm ülkelerde KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki oranı % 96'dan fazladır. Almanya, Fransa ve Japonya'da bu oran % 99'dur. Aynı zamanda tüm ülkelerde KOBİ'ler istihdama en fazla katkıda bulunan işletmelerdir. Örneğin ABD'de KOBİ'lerin toplam istihdam içindeki payı % 58; Japonya ve İtalya'da ise % 80'den fazladır (www.ekodialog.com).

### **2.5.2. KOBİ'lerin Büyük Ölçekli İşletmelere Katkısı**

Ticari rekabetin ekonomik sistem olarak benimsendiği toplumlarda sistemin sağlıklı işlemesiyle KOBİ'lerin sistem içindeki varlıkları ve güçleri arasında yakın bir ilişki vardır. KOBİ'lerin çoğu, büyük işletmelerin yerine getiremediği bir takım fonksiyonları yerine getirdikleri için sisteme olumlu katkıda bulunmaktadır. Kimileri yaptıkları işlerden dolayı KOBİ kalmakta, kimileri için de KOBİ kalmak arzulanan bir durumdur. Bu noktadan bakılırsa, piyasa ekonomisinin dinamik yapısı ve gücü, büyük ölçüde sistemdeki KOBİ'lerin varlıklarıyla ve güçleriyle yakından ilişkilidir (Gültekin, 1999: 7).

Kısaca KOBİ'ler, her ülkede olduğu gibi ülkemiz ekonomisinde de son derece önemli bir yer ve ağırlığa sahip olmakta ve adeta ekonomik canlılığın bir barometresi ya da göstergesi durumundadırlar. Zira küçük ve orta ölçekli işletmeler yalnızca büyük işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretip onları rekabetçi ortama çekerek ekonomik canlılık kazandıran birimler değil, aynı zamanda büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamul girdileri üreterek onların gelişimini de tamamlarlar. Diğer bir deyişle, bir yandan kendi başlarına büyüklerle rekabet içinde nihai ürün ve hizmet üretmek suretiyle ekonomik kalkınmaya katkıda bulunurken diğer yandan da büyük işletmeleri tamamlayarak veya destekleyerek birlikte katkıda bulunurlar. Böylece ekonomilerde bir yan sanayi oluşturarak büyük işletmelerle bir ortak yaşam kurarlar (www.ekodialog.com).

### **2.5.3. KOBİ'lerin Bölgesel Kalkınmaya Katkısı**

KOBİ'ler bölgesel kalkınmaya katkıda bulunurlar. Büyük işletmeler genelde büyük kentler etrafında yoğunlaşmış olmalarına rağmen KOBİ'ler tüm coğrafi alanlara veya yurt genelinde yayılmış olup daha çok bir taşra özelliği gösterirler. Böylece, ekonomik faaliyetlerin bölgeler arasında dengeli dağılımına ve gelirlerin bölgeler arası dağılımını bir ölçüde iyileştirmeye katkıda bulunurlar. Ayrıca genellikle emek-yoğun çalıştıklarından büyük kent merkezlerine göçün engellenmesine ve bölgenin kendi potansiyeli içinde kalkınmasına temel oluştururlar ([www.ekodialog.com](http://www.ekodialog.com)).

KOBİ'lerin birer mesleki okul niteliği taşımaları ve üretebilme yetenekleri, bölgesel gelişmede ve göçleri önlemede önemli bir rol oynamaktadır. Gelip geçici, dönemsel veya mevsimlik krizlerden en az etkilenme özellikleri ile toplumsal barışın korunmasına ve bunalımların aşılmasına da katkıda bulunurlar (İsmailoğlu, 1992: 4.10).

### **2.6. Ekonomik ve Sosyal Kalkınmada KOBİ'lerin Yeri ve Önemi**

Ticari rekabetin ekonomik sistem olarak benimsendiği toplumlarda sistemin sağlıklı olarak işleyişiyle KOBİ'lerin sistem içindeki varlıkları ve güçleri arasında yakın bir ilişki vardır. KOBİ'lerin çoğu, büyük işletmelerin yerine getiremediği bir takım fonksiyonları yerine getirdikleri için sisteme olumlu katkıda bulunmaktadır (Yılmaz B. 2002 :18.19)

Gerek ülkemizde, gerekse dünya ekonomilerinde KOBİ'ler yaşanan önemli krizlerden fazlaca etkilenmemiş ve hatta bu krizlerin atlatılmasında

önemli roller üstlenmişlerdir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerle, gelişmiş ülkelerdeki KOBİ'lerin sayı, istihdam ve katma değer olarak karşılaştırıldığında, gelişmiş ekonomilerde de KOBİ'lerin önemli bir yeri olduğunu belirtmiştik.

KOBİ'lerin sosyal hayatta da önemli rolleri vardır. KOBİ'ler ülkede geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel gelişmişlik farklarını gidermede, mülkiyeti geniş bir alana yaymada, istihdam olanağı meydana getirip bunu sürdürmede, demokratik hayatı canlı tutmada önemli bir güçtür. Güçlü KOBİ'ler, büyük işletmeleri de olumlu yönde etkilemekte ve sosyal yönden bir rahatlama sağlamaktadırlar (Yılmaz B. 2002 :19).

Değişime karşı hızlı uyumları ve esneklikleri sayesinde KOBİ'ler krizlere karşı birer tampon görevi üstlenerek krizlerin daha kolay ve daha az zararlarla atlatılmasını sağlamaktadır (www.baskent.edu.tr).

Tüketicilerin günlük, sürekli ihtiyaçlarını karşılamaları, toplumun tüm kesimleri ile direk ilişki kurabilmeleri, tüketici isteklerine ve yeniliklere hızlı uyum sağlayabilmeleri KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal hayatta istikrar unsuru olmalarının göstergeleridir. KOBİ'ler, Türkiye ekonomisi için taşıdıkları önem yanında sosyal açıdan da bir çok problemin çözümüne katkı sağlamaktadırlar. Küçük olmanın doğal bir sonucu olarak yapıları esnektir ve bu esneklik değişime kolay adapte olabilmeyi, sektörel sıkıntıları daha kısa sürede atlatmayı sağlamaktadır (www.baskent.edu.tr).

Ayrıca, küçük pazarlarda daha verimli olabilmekte ve müşteri taleplerindeki değişimlere daha çabuk ayak uydurabilmektedir. Daha az yatırımla, daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlayabilmekte, bölgeler arası dengeli kalkınmayı sağlayabilmektedirler. KOBİ'lerde iş yaratma gücü ise büyüklere oranla dört kat fazladır. Bunun bir sonucu olarak KOBİ'lerin toplum açısından en önemli özelliği, gelir dağılımındaki çarpıklığı asgariye indirmesi, ferdi tasarrufları teşvik etmesidir (Şimşek, 2001 :1)

AB'nin KOBİ'lere ilişkin bir raporunda, KOBİ'lerin ekonomik sisteme olan katkıları şu şekilde özetlenmektedir: "Sayıları ve değişik konulardaki

çalışmaları, üretim, ticaret ve hizmet alanlarında yer alan tüm sektörlerde var olan etkileri, istihdama ve belli yörelerin refah düzeylerine katkıları nedeni ile KOBİ'ler ticari ve endüstriyel hayatın gerekli bir bölümüdür. Bunun yanı sıra, ekonominin dinamikliğinin ve canlılığının da kaynağıdır'' (Akgemci, 2001: 19).

Gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkeler açısından KOBİ'lere olan eğilim incelendiğinde ise; alt yapı eksikliğinin bulunduğu, geleneksel olarak bireysel girişim düşüncesinin egemen olduğu ve sermaye birikiminin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Özellikle son yıllarda ekonomi ve işletme literatürünün ilgi odağını oluşturan küçük ve orta ölçekli işletmeler konusunda yapılan çalışmalar, bu işletmelerin ekonomik ve toplumsal kalkınmada çok önemli roller oynadığını ortaya koymaktadır. Bunlar şöyle özetlenebilir ([www.ekodialog.com](http://www.ekodialog.com));

- KOBİ'ler ekonomiye dinamizm ve serbest rekabete dayalı piyasa ekonomisine işlerlik kazandıran birimlerdir. Daha önce de değinildiği gibi bir ekonomide çok yoğun sayıda olan ve ülke geneline yayılmış bulunan KOBİ'ler, yalnızca büyük işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretip onları rekabetçi ortama çekerek ekonomik canlılık kazandıran birimler değil, aynı zamanda büyük işletmelerin kullandığı mamul ve yarı mamul girdileri üreterek onların gelişimini de tamamlarlar. Böylece bir ülkedeki tüm ekonomik birimlerin gelişmesine ve yaratıcılığına katkıda bulunurlar. Ekonomik hayatta ayakta kalmak ve başarmak güdüsü ile yönlendirilen ve yönetilen bu işletmeler, bir ekonominin canlılığının barometresidirler ve ekonomiyi kemikleşmekten ve çökmekten korurlar. Zira bir ekonominin sağlıklılığı çok sayıda yeni işletmelerin doğuşuna ve bazılarının mevcut endüstri liderlerine meydan okuyarak ve yerini alabilecek kadar büyüyerek bir rekabet ortamının oluşturulmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, küçük ve orta ölçekli işletmeler, bazı fidanları çürüten ve bazıları büyüyerek bir işletme ormanı oluşturan bir fidanlık fonksiyonu görürler. Bu fidanlık fonksiyonu bu işletmelerin ekonomiye yaptığı en önemli katkıdır.

- KOBİ'ler ekonomik yapıda sayısal miktar, üretim değeri, istihdam hacmi, katma değer, yatırım hacmi ve mülkiyetin tabana yayılması açısından büyük bir ağırlığa sahiptirler.
- KOBİ'ler Türk ekonomisinde gelişmeyi hızlandırmak için girişimcilik faktörünün bir üretim elemanı olarak devreye girmesini ve böylece toplumun yaratıcı potansiyelinin ortaya çıkarılmasını gerçekleştiren birimlerdir
- KOBİ'ler istihdam sağlayarak ve yeni iş olanakları yaratarak ülkedeki işsizlik sorununun çözümüne yönelik alternatiflerden birisini oluştururlar. Nitekim küçük ve orta boy işletmelerin ülkemizde olduğu kadar dünya ekonomilerinde ilgi odağı olmalarının en önemli nedenlerinden birisi de bu tür işletmelerin istihdam sağlama ve yeni iş olanakları yaratmadaki büyük güçleridir. Örneğin, ABD'nde istihdamın % 58'ini, Almanya'da % 64'ünü, Fransa'da % 67'sini, Japonya'da % 81'ini ve Türkiye'de % 53'ünü küçük ve orta boy ölçekli işletmeler sağlamaktadır.

Genellikle büyük miktarlarda üretim yapan, diğer bir deyişle, yoğun (kitle) üretim sistemi uygulayan büyük işletmeler; sabit varlıklara yaptıkları fazla yatırımlar ve büyük tüketici yığınlarına dönük standart mal tipini üretebilen üretim sistemlerini uygulamaları nedeniyle, ekonomik krizleri ve hızla değişen tüketici isteklerini zamanında karşılayabilecek esnek bir yapıda değillerdir. Talebin daraldığı kriz dönemlerinde en azından büyük meblağları bulan sabit maliyetlerini karşılayabilmek için üretimi kolayca durduramadıkları gibi; büyük kitlelere yönelik standart tipte mal ürettiklerinden zevkleri, kültürü, modayı algılama biçimi ve satın alma güçleri farklı olan değişik tüketicilerin özel zevk ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte farklı ürünler üretebilme yeteneğine de sahip değillerdir. Oysa küçük ve orta boy ölçekli işletmeler, sabit yatırımlarının azlığı nedeniyle kriz dönemlerinde üretimlerini kolayca yavaşlatabilecekleri veya durdurabilecekleri gibi; farklı zevkleri, özel ihtiyaçları karşılayabilecek farklı ürün üretebilme yeteneğine ve değişen koşullara daha kolay uyum gösterebilme esnekliği gösterebilirler ([www.ekodialog.com](http://www.ekodialog.com));



- Küçük işletmeler, bir ölçüde de eğitim fonksiyonlarını üstlenirler. Bunlar, çalışan nüfus ve meslek fonksiyonu yeterince veya hiç almamış gençler için birer okul fonksiyonu görürler. Küçük işletmeler bu kişiler için meslek ve teknik eğitimin alındığı, ekonomiye sürekli yetişmiş işgücünün, kalifiye personelin yetiştirildiği yerlerdir. Bu bir anlamda devletin eğitim harcamalarında tasarruf sağlayan bir hizmetin görülmesi demektir.
- Yukarıdaki rollerine ek olarak küçük işletmelerin, bu işletmelere bağımsız olarak sahip olan insanlara bağımsız olma olanağını verdikleri ve böylece insanların bu psikolojik arzusunu yerine getirerek bir ölçüde psikolojik mutluluk kaynağı olduğu söylenebilir.

## 2.7. Gelişmiş Ülke KOBİ'leri

KOBİ' lere ilişkin literatür tarandığında, KOBİ kavramına ilişkin üzerinde birleşilen kesin bir tanımın olmadığını belirtmiştik. KOBİ tanımı; ülkeden ülkeye ve hatta bir ülkenin çeşitli kurumları arasında dahi değişmektedir. KOBİ'lerin tanımında, çalışan sayısı ölçme ve karşılaştırma kolaylığı açısından en fazla kullanılan ölçüt olmaktadır.

AB ülkelerinde, Dünya Bankasında ve ülkemizde farklı kuruluşlar tarafından KOBİ tanımları şöyle yapılmaktadır.

- Avrupa Birliği ülkelerinde genelde; 50-250 işçi çalıştıran orta büyüklükte işletme, 1-50 işçi çalıştıran küçük işletme olarak sınıflandırılmaktadır.
- Dünya Bankası, 1-50 işçi çalıştıranları küçük işletme, 51-200 işçi çalıştıranları orta ölçekli işletme, 200'den çok işçi çalıştıran işletmeleri büyük işletme olarak tanımlamaktadır.

### 2.7.1. AB Ülkelerinde KOBİ'ler

1957 yılında yürürlüğe giren Roma Anlaşması ile AB'ye üye ülkelerin kendi işletmelerine, sanayilerine, ürünlerine ve belirli bölgelerine; üye devletler arasındaki ticareti olumsuz etkileyecek nitelikte yardım yapmaları ilke olarak yasaklanmıştır. Bununla birlikte aynı anlaşmayla bu yasaklara bazı istisnalar getirildiği de görülmektedir. Avrupa Birliği, ekonomiye olan katkılarını dikkate alarak ve üye ülkeler arasındaki ticaret ve rekabeti bozmayacağını düşünerek, KOBİ'lere verilecek devlet yardımlarını sözü edilen istisnalar kapsamında değerlendirmekte ve bu yardımlara izin vermektedir. Bu çerçevede KOBİ tanımları, aynı zamanda üye ülkelerin devlet yardımı sağlayabilecekleri işletmelerin kapsamını da belirlediğinden büyük önem taşımaktadır.

Avrupa Birliği Komisyonu, ilk defa 3 Nisan 1996'da, gerek ulusal gerekse birlik bazında karışıklığa neden olmamak ve KOBİ'lerin desteklenmesi amacıyla yapılacak her türlü faaliyetlerde esas alınmak üzere ortak bir KOBİ tanımı yapmış ve bunu bir tavsiye kararı haline getirmiştir. 07/02/1996 tarihli Konsey Kararı çerçevesinde belirgin bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı; işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır. 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 ülkelerinde KOBİ tanımlarını AB KOBİ tanımına uyumlaştırmaları gerekmektedir (KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı İstanbul 2007-2009).

AB'nin genel tanımı ve kriterleri, özetlenmiştir. Bu tanıma göre;

- 250'den az işçi çalıştıran işletmeler KOBİ olarak değerlendirilmektedir.

- 10'dan az işçi çalıştıran işletmeler, çok küçük işletme grubuna dahil edilmektedir.
- 50'den az işçi çalıştıran, yıllık cirosu 7 Milyon €' yu aşmayan veya yıllık bilançosu 5 Milyon €' nun altında olan işletmeler küçük ölçekli işletme olarak nitelendirilmektedir.
- Orta ölçekli işletme, 50-250 işçi çalıştıran ve yıllık cirosu 40 Milyon €' nun altında olan, yıllık bilançosu 27 Milyon €'yu aşmayan işletme olarak tanımlanmaktadır.

KOBİ'lerin bir başka ölçütü de, sahip oldukları bağımsızlık düzeyi ile ilgilidir. Bir KOBİ de, büyük ölçekli bir işletmenin veya ortaklaşa hareket eden birkaç büyük işletmenin sahip olduğu hissenin %25'in altında olması koşulu aranmaktadır (KOSGEB-AB Bilgi Merkezi, 2002: 1).

**Tablo 6. AB'de KOBİ Tanımı ve Kriterleri. 2008**

Kurumsal kategori	Çalışan	Ciro	veya	Bilanço toplamı
orta boy	<250	≤ € 50 milyon		≤ € 43 milyon
küçük	<50	≤ € 10 milyon		≤ € 10 milyon
mikro	<10	≤ € 2 milyon		≤ € 2 milyon

(%25 i veya daha fazla hissesi bir veya birkaç büyük şirkete ait olmamalı)

Kaynak: ec.europa.eu, 2008

KOBİ ve bölgesel politika ilişkisinin farklı biçimlerde ortaya çıktığı oluşumlardan biri kuşkusuz AB'dir. AB-25 450 milyonluk nüfus ve 25 milyon KOBİ ile dünyadaki en büyük bütünleşmiş piyasayı temsil etmektedir. Söz konusu 25 milyon KOBİ'nin ekonomideki payı işletme sayısı açısından %99 a ulaşırken toplam istihdamın üçte ikisini sağladığı görülmektedir. AB ne yeni üye olan orta ve doğu Avrupa ülkelerinin büyük bölümünün piyasası sistemi

deneyimlerinin yeni olması KOBİ sayısında hızlı bir artışı beraberinde getirmektedir. Bu durum AB için ekonominin motoru kabul edilen KOBİ'lerin önemini daha da arttırmaktadır.

KOBİ'lerin söz konusu öneminin AB politikalarında merkezi bir role sahip olduğunun en belirgin göstergesi kuşkusuz bu işletmelere verilen desteklerdir. 1989-1999 yılları arasında 1,5 milyon KOBİ'ye (%8'ine) yapısal fonlardan destek kullanılmıştır ve tahminlere göre bu destek 2 milyonluk bir istihdamın sürdürülmesini ve yaratılmasını sağlamıştır. Genelde finansal yardım biçimini alan bu destekler; eğitim, yenilik ,kuruluş ve büyüme destekleri türlerini de içermektedir. Bu bağlamda finansal destek ağırlığına rağmen diğer destekleyici araçların kullanılması KOBİ'lerin sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasını hedeflemektedir. Kuşkusuz asıl sürdürülebilirlik doğru araçlar kadar doğru hedef kitlenin de desteklenmesi ile bağlantılıdır.

### **2.7.2. ABD' de KOBİ Tanımları**

A.B.D' de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin resmi bir tanımı yoktur. Kuruluşların tanımlarında kullanılan nicel ölçüyü ise çalışan işçi sayısı ve satış tutarı oluşturmaktadır. ABD' de küçük işletmelere her türlü bilgi ve finansman desteği veren federal bir kuruluş olan SBA (Small Business Administration) Büyüklük Standartları Bürosu tanımlamasına göre küçük işletme kriteri olarak imalat sanayinde personel sayısı (500-1500 kişi), toptancı kuruluşlarında personel sayısı ve yıllık satış gelirleri (500' e kadar personel ve 25 Milyon Dolar Satış), perakendeciler ve hizmet işletmeleri için de yıllık satış gelirleri (3-13 Milyon Dolar) göz önüne alınmaktadır (<http://www.sba.gov.tr>).

Aşağıdaki tabloda ABD açısından işletme ölçeğine göre çalışan işçi sayıları gösterilmektedir.

**Tablo 7. ABD' de İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği 2008**

Ölçek-Çalışan	Kişi Sayısı
Küçük İşletmeler	1-499
Orta İşletmeler	500-1499
Büyük İşletmeler	1500 Kişiden Fazla

**Kaynak:** <http://www.sba.gov.tr>

### 2.7.3. Japonya'da KOBİ Tanımları

Japonya' da Küçük ve Orta Boy İşletmeler tanımlanırken, çalışan iş gören sayısı ve sermaye miktarları dikkate alınmıştır. Ölçeğe göre daha ayrıntılı bir tanımda, imalat sanayi sektöründe 5' den az iş gören çalıştıran işletmeler mikro, 20' den az iş gören çalıştıran işletmeler çok küçük, 20 ile 299 iş gören çalıştıran işletmeler ise Küçük ve Orta Boy İşletme olarak kabul edilmektedir. İmalat sanayindeki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin sermayesi, 100 Milyon Yen'den fazla olmamaktadır. Aşağıdaki tabloda, Japonya' da sektör bazında Küçük ve Orta Boy İşletme tanımları yapılmaktadır (<http://www.sba.gov.tr>).

**Tablo 8. Japonya' da KOBİ Ölçeği 2008**

Sektör	Çalışan Kişi Sayısı	Sermaye Miktarı
İmalat Sanayi	300 Kişiye Kadar	100 milyon Yen' e Kadar
Ticaret	100 Kişiye Kadar	30 milyon Yen' e Kadar
Hizmetler	50 Kişiye Kadar	10 milyon Yen' e Kadar

**Kaynak:** <http://www.sba.gov.tr>

### 2.8. KOBİ'lerin Önemi ve Ülke Ekonomilerine Katkıları

KOBİ'ler; ülkelerin sosyal ve iktisadi yapı özellikleri içinde endüstrileşme, sağlıklı kentleşme, optimum dağıtım ve ticaret uygulamaları için büyük önem arz etmektedir. Ülkelerin içerisinde bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinden, üretim kaynaklarının etkin olarak kullanılmasına kadar

ekonominin vazgeçilmez bir unsuru olan bu işletmeler, bu özelliklerinden dolayı bütün ülkelerin politika ve stratejilerinin oluşumunda etken olmaktadır (Akman, 2009: 1).

KOBİ'ler, ülke ekonomisine yatırım, üretim, istihdam, ihracat ve ödedikleri vergiler açısından katkıda bulunurken, coğrafi dağılımları itibarıyla ülkenin bütün bölgelerine dağılmış olmaları sebebiyle bölgesel kalkınmada da son derece önemli rol oynarlar. Ayrıca her ülke için sosyal ve iktisadi bir çok problemin kaynağı olan iç göçün önlenmesinde, sağlıksız şehirleşmenin önüne geçilmesinde, olgun bir rekabet ortamının sağlanmasında, toplumun içerisinde sosyal barışın sağlanması ve korunmasında ve kalifiye eleman yetiştirilmesinde de önemli katkılar sağlamaktadır (Akman, 2009 :1).

KOBİ'lerin dünyadaki gelişim sürecini de şu şekilde özetleyebiliriz; Dünya da 1945 ile 1970 yılları arasında büyük ölçekli işletmelere ağırlık verilerek ekonomik büyüme ve kalkınma faaliyetleri yürütülmüştü. Fakat bu süre içerisinde büyük işletmelerin uluslararası piyasalarda ülke kredibilitelerini artırırken, ülkelerin kendi iç dinamiklerinde, sosyal ve kültürel kalkınmışlıklarında hatta siyasi gelişmişliklerinde KOBİ'lerin büyük işletmeler karşısında gelişimlerini sürdürebilmeleri ve varlıklarını koruyabilmelerinin güçleştiği görülmüş, gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan faydalarının toplumların içerisinde ciddi paya sahip olduğu görülerek yeni politikalar geliştirme ihtiyacı hissedilmiş, bu çerçevede yeni stratejiler ortaya konulmaya başlanmıştır (Akman, 2009: 2).

20. Yüzyılın ilk yarısında işletmelerin giderek büyümeleri nedeniyle, KOBİ'lerin yaşamlarına devam edemeyecekleri düşüncesi gündeme gelmişti. Ancak günümüzde KOBİ'ler ortadan kalkmamış, aksine 1970' li yıllardan itibaren teknolojinin gelişmesi, kişi ve toplumlardaki bağımsızlık eğiliminin artması ve bilgi toplumuna geçiş gibi nedenlerden dolayı daha önemli hale gelmiş bulunmaktadır (Dinçer, 1995: 2).

Gelişmiş ülkelerdeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin ekonomi içindeki paylarına baktığımızda, küçük farklılıklarla ülkemizdekine benzer özellikler görebiliriz Ticari rekabetin ekonomik sistem olarak benimsendiği toplumlarda sistemin sağlıklı olarak işleyişiyle KOBİ'lerin sistem içindeki varlıkları ve güçleri arasında yakın bir ilişki vardır. KOBİ'lerin çoğu, büyük işletmelerin yerine getiremediği bir takım fonksiyonları yerine getirdikleri için sisteme olumlu katkıda bulunmaktadır Kimileri yapılan işin özelliklerinden dolayı KOBİ kalmak durumundadır. Kimileri için de KOBİ kalmak arzu edilen bir durumdur. Bu çerçevede konuya yaklaşırsa; “piyasa ekonomisinin dinamik yapısı ve gücü, büyük ölçüde sistemdeki KOBİ'lerin varlıklarıyla ve güçleriyle yakından ilişkilidir” denilebilir (Alpugan, 1991: 1).

Gerek ülkemizde, gerekse dünya ekonomilerinde KOBİ'ler yaşanan önemli krizlerden fazlaca etkilenmemiş ve hatta bu krizlerin atlatılmasında önemli roller üstlenmişlerdir. KOBİ'ler sadece geri kalmış ülkelerde yaygın değildir. Bizim gibi gelişmekte olan ülkelerle, sanayisini tamamlamış gelişmiş ülkelerdeki KOBİ'ler, sayı, istihdam ve katma değer olarak karşılaştırılırsa, gelişmiş ekonomilerde de KOBİ'lerin önemli bir yeri olduğu görülür (Akgemci,2001: 17).

KOBİ'lerin, sadece ekonomik hayatta değil, sosyal hayatta da önemli rolleri vardır. KOBİ'ler, ülkede geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel gelişmişlik farklarını gidermede, mülkiyeti geniş bir alana yaymada, istihdam olanağı meydana getirip, bunu sürdürmede ve demokratik hayatı canlı tutmada önemli bir güçtür. KOBİ girişimcilerinin mülkiyet tutkuları, başarılı olma arzuları, cesaretli adımları ve yatırım yapma istekleri siyasi istikrarın temel mekanizmalarındandır. Başarılı girişimciler, potansiyel girişimcileri etkileyecek, onların da ekonomiye girmelerine neden olacak ve demokratik bir ortamda, psikolojik tatmin gittikçe artacaktır. Güçlü KOBİ'ler, büyük işletmeleri de olumlu yönde etkileyecek ve sosyal yönden bir rahatlama olacaktır(Akgemci, 2001: 17).

KOBİ'lerin birer mesleki okul niteliği taşımaları ve üretebilme yetenekleri, bölgesel gelişmede ve göçleri önlemede önemli bir rol oynar. Gelip-

geçici, dönemsel veya mevsimlik krizlerden en az etkilenme özellikleri, toplumsal barışın korunmasına ve bunalımların aşılmasına da katkıda bulunabilir (İsmailoğlu,1992,:4.10). Tüketicilerin günlük, sürekli ihtiyaçlarını karşılamaları, toplumun tüm kesimleri ile direkt ilişki kurabilmeleri, tüketici isteklerine ve yeniliklere hızla uyum sağlayabilmeleri KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal hayatta istikrar unsuru olmalarının göstergeleridir. Gelişmiş ülke ekonomilerinde büyük bir pay sahibi olan KOBİ' ler, yerine getirdikleri işlevler nedeniyle ekonomik sistemin önemli ve vazgeçilmez bölümünü meydana getirmektedirler. KOBİ'lerin belli başlı yararları aşağıdaki biçimde sıralanabilir (Alpugan, 1994: 10).

- Gelir yelpazesinin içindeki denge unsurunun kuvvetini sağlarlar. Bu denge yalnızca sosyal yönden değil, ekonomik açıdan da önem taşır.
- Bu işletmeler yeni fikirlerin ve buluşların kaynağı olup, endüstride gereken esnekliğin sağlanmasına katkıda bulunurlar.
- Daha çabuk karar verme olanaklarına sahip oldukları gibi, daha az yönetim ve genel işletme gideriyle çalıştıklarından bu konuda çabuk ve ucuz üretim işlevinde bulunurlar.
- Kişisel inisiyatiflerin ortaya çıkmasında önemli rol oynadıkları gibi, istihdam ve eğitimdeki payları da büyüktür. Bu işletmeler bir çok kalifiye elemanın teknik eğitimlerini aldıkları ilk kuruluşlar durumundadırlar.
- Üretim ve sanayileşmeyi bütün yurda yaymada da etkin bir araç olarak yararlanılabilmektedir.
- Uzun dönemde büyük endüstri işletmelerinin girdilerinin ve ara mallarının üreticisi olma durumundadırlar.
- Sosyal ve politik bakımdan kullanılmayan işgücü, hammadde ve finansman kaynaklarının daha küçük yatırımlarla işletilmesi olanaklarını sağlayarak yaşam düzeyinin yükselmesinde de etkili olabilmektedirler.



- Küçük birikimler ve aile birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılabilmesinde de önemli işlevleri yerine getirirler.
- İşçi-işveren ilişkilerinin daha yakın ve olumlu bir ortam içinde geliştiği gözlemlenmektedir. Bu durum sosyal politikaların bu kesimde ortaya çıkmasını önleyici niteliktedir.
- Savaş ekonomisinde büyük endüstrilerin zedelenmesi durumunda, küçük işletmeler önemli işlevleri yerine getirmektedirler. Bu durumlarda KOBİ' ler üretime devam edip, küçük ölçüde de olsa, gereksinimleri karşılamaya devam etmektedirler.

Ulusal ekonomimizde, özellikle istihdam yönünden, önemli bir yere sahip bulunan KOBİ'lerin sisteme olan katkıları da şu şekilde sıralanabilir (Çetinkaya, 1992: 251-257):

- Bölge sanayisinin gelişmesine başlangıç oluşturmak,
- Bölge sanayisinin tamir ve bakım yönünden sorunlarını çözmek,
- Özel beceri ve teknik isteyen kimi malları üretmek,
- İkincil (tali) kontrol yoluyla büyük sanayi işletmelerine yardımcı olmak.

Avrupa Topluluğu' nun KOBİ'lere ilişkin bir raporunda söz konusu işletmelerin ekonomik sisteme olan katkıları şu biçimde özetlenmektedir; "sayıları ve değişik konulardaki çalışmaları, üretim, ticaret ve hizmet alanlarında yer alan tüm sektörlerde var olan etkileri, istihdama ve belli yörelerin refah düzeylerine katkıları nedeniyle bu işletmeler ticari ve endüstriyel yapının gerekli bir bölümüdürler. Bunun yanı sıra, ekonominin dinamikliğinin ve canlılığının da kaynağıdır". Yapılan açıklamalardan sonra KOBİ'lerin ülke ekonomileri için taşıdıkları önem şu şekilde sıralanabilir (Gücelioğlu, 1994: 1; Alpugan, 1994: 14; Algan, 1994: 19):

- Emek yoğun teknoloji ile çalışma ve kaynak kullanımında etkili olma özelliğine bağlı olarak ülke çapında istihdam yaratmaya ve işsizliğin azaltılmasına katkıda bulunmak.
- Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kısa bir sürede, daha kolay bir şekilde uyum sağlamak.
- Büyük ölçekli işletmelerin kullandıkları hammadde, yardımcı malzeme, işletme malzemesi veya yarı mamul gibi girdileri üreterek onların gelişimini tamamlama ve böylece ekonomide "yan sanayi" oluşturmak.
- Büyük ölçekli işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretilip, onları rekabetçi ortama çekerek ekonomiye canlılık kazandırmak.
- Esneklik ve yenilikleri teşvik etmek.
- Emek yoğun olmaları nedeniyle bölgesel istihdam olanaklarının artırılmasına önemli katkıda bulunarak küçük şehirlerden büyük şehir merkezlerine insan göçünün engellenmesine ve bölgenin kendi potansiyeli içinde kalkınmasına temel oluşturmak.
- Gelir dağılımını olumlu yönde etkileyerek, sermayenin büyük sanayi işletmelerinde ve az kişinin elinde toplanmasını önleyerek toplumda gelirin gerek fonksiyonel gerekse bölgesel düzeyde dağılımını olumlu yönde etkilemek.

Küçük ve esnek yapıları ile ekonomiye katkı sağlayan KOBİ'ler tüm dünyanın gündemindedir. Rekabetin ve değişikliğin çok yoğun yaşandığı günümüzde, istihdamın ve üretimin büyük bölümünü sağlayan KOBİ'ler değişimlere kolay uyum sağlayabilen yapılarıyla ekonomilerde önemli yer tutmaktadır. KOBİ'lerin ekonomiye katkılarını 5 başlıkta toplayabiliriz (Oktay, 2002: 1.2);

- a) İstihdam yaratılması
- b) Esneklik sayesinde yeniliklere hızla uyum
- c) Girişimciliği teşvik
- d) Butik üretim sayesinde ürün farklılaşması
- e) Büyük işletmelere ara malı temini

Tüm Dünyada işletmelerin büyük çoğunluğunu küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Büyük ölçekli işletmelere göre daha dinamik bir yapıya ve esnek karar alma mekanizmasına sahip olan KOBİ'ler bu özellikleriyle istihdam yaratma potansiyelini en iyi değerlendirebilecek işletmeler olarak tanımlanmaktadır.

Büyük yatırım gerektirmeyen, bilginin yoğun olduğu, katma değeri yüksek ürünler, kişisel yetenekler tarafından KOBİ'lerde üretilmektedir. KOBİ'ler bu yönüyle teknolojik gelişmenin kişisel yeteneklerle gerçekleştirildiği birimler, diğer yönüyle ise, toplumdaki teşebbüs potansiyelinin hayata geçirildiği ve sınırlanamadığı yerlerdir. Büyük firma hiyerarşisi ve devlet bürokrasisinden bağımsız müteşebbis gücünün KOBİ'ler marifetiyle katma değere dönüşmesi sonucu ülke ekonomisinde ekonomik verimlilik artışı sağlanmaktadır.

Yaşamakta olduğumuz globalleşme sürecinde KOBİ'lerin önemi daha da artmıştır. Yüksek mobiliteleri ve diğer ülke firmalarıyla kolayca işbirliğine gidebilmeleri yönüyle KOBİ'ler küreselleşmeyi hızlandıran birimler olmuşlardır.

Türkiye OECD'nin Bologna Konferansında yayımladığı "KOBİ'lerin Deklarasyonu" ve AB'nin Phare Zirvesinde yayınladığı KOBİ şartında benimsenen, temel ilke ve prensipleri benimsediğini, bu prensip ve politikalara uygun strateji geliştirerek program ve projeler üreteceğini beyan etmiştir. Yirmi birinci yüzyılda Türkiye KOBİ'leri modernleşme ve teşebbüs yeteneğiyle toplumsal gelişmenin dinamosu olacak, rekabet avantajları ve sürükleyicilik özellikleriyle temel bir işlevi yerine getirecektir. Küçük ve orta ölçekli

işletmelerin dinamizmini tahrik ederek katma değeri artırmak, sanayinin rekabet gücünü yükseltmek ve tasarrufları bu tercihe yönlendirmek ekonominin öncelikleri arasında yer almalıdır. Böylece ekonomide verimlilik artışı da sağlanacaktır.

Türkiye açısından genel bir değerlendirme yapılacak olursa işyeri sayısı, çalışan sayısı, katma değer olmak üzere üç önemli göstergeye bakıldığında küçük ve orta ölçekli işletmelerin Türkiye'nin gerek sosyal gerekse ekonomik dokusunda önemli bir yer işgal ettiği görülmektedir (Haspolat, 2001: 1).

- Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin %99,5'ni oluşturmaktadır.
- İmalat sanayinde istihdamın %61,1'i küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinde yer almaktadır.
- Yaratılan katma değerde ise küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin payı ise %27,3'dür.

Öte yandan, işletmeler içindeki payı %99,5, istihdamdaki payı %56,3, yatırımlardaki payı %26,5, üretimdeki payı %37,7 olan KOBİ'lerin kredilerden aldığı pay ancak %3'tür. Bu mantıkla KOBİ'lerin diğer ülkelerle karşılaştırılması yapıldığında; Dünya da ve Türkiye'de yaşanan gelişmeler KOBİ'lerin diğer büyük işletmelere göre daha iyi performans gösterdikleridir; karlılık, verimlilik, daha yüksek katma değer artışı ve kaliteli üretim sonucu olarak büyük işletmelere göre daha hızlı büyüdükleri gözlenmektedir. Örneğin Türkiye'de 500 büyük firmayı takip eden 250 firmanın performansı 500 büyük firmadan daha yüksektir (Ekonomik Forum, 2002 :23).

Ancak ekonomiden aldıkları kaynakların eşitsizliğine rağmen KOBİ'ler belli avantajlarını kullanarak ekonomiye katkı sağlamaktadır. KOBİ'ler düşük öz sermaye ile girişimci ruhuyla kurullar, yeniliklere kolay uyum sağlayabilen ve müşterilerle yakın ilişkiler kurabilen yapılarıyla tüketici tercihlerine çabuk uyum gösterir, küçük yapılarıyla işletme içi bürokrasisi yapmayıp üretim ve yönetim

mekanizmaları daha hızlı işler, esnek yapıları nedeniyle ekonomik dalgalanmaları daha rahat göğüsleyebilirler, pazar ekonomisi şartlarına kolaylıkla uyum gösterebilirler.

Bununla birlikte KOBİ'lerin bu fonksiyonunu yerine getirilebilmesi için her şeyden önce öneminin kavranması gerekir. Dünya da KOBİ'ler diğer işletmelere oranla avantajlı desteklerle kayırlmaktadır. Uluslararası düzenlemelerde devlet desteklerine pek sıcak bakılmazken, KOBİ'ler için önemli ayrıcalıklar tanınmaktadır.

## **2.9. KOBİ'lerin Avantaj Ve Dezavantajları**

Ülke ekonomisi içerisindeki önemli paylarının yanında, KOBİ'lerin büyük ölçekli şirketlere göre avantajları ve faydaları (Yılmaz, 2003: 4; Akgemci, 2001: 14.15);

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlayabilmeleri,
- Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkânı yaratabilmeleri,
- Toplu olarak değerlendirildiklerinde yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmeleri,
- Müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içerisine girebilmeleri,
- Sınırlı talebin olduğu alanlarda arz oluşturabilmeleri,
- Talep değişikliklerine ve çeşitlilikleri ile diğer koşullardaki değişikliklere daha kolay uyum gösterebilmeleri,
- Bölgeler arası dengeli kalkınmaya katkı sağlamaları,
- Dolaylı olarak gelir dağılımındaki çarpıklıkları azaltmaları,

- Büyük sanayi işletmelerinin destekleyicisi ve tamamlayıcısı olmalarıdır.
- El emeğinin mal ve hizmetin üretilmesinde önemli bir faktör olarak yer almaları
- Kolay bozulabilen malların pazarlanması ya da üretilmesinde,
- Teknik gelişmelere kısa sürede ayak uydurabilme yeteneğine sahip olunmaları
- Yatırım yapılırken daha çok kendi öz sermayelerine ağırlık vermeleri
- Desteklenmeleri aynı zamanda ülkedeki işsizliğin azalması anlamına gelmesi
- İş görenlerin kendi bölgeleri veya yaşamak istedikleri bölgelerde kurulması
- Ülke içindeki farklı bölgelerin kalkınmasında ve çevrenin korunması

Diğer taraftan, KOBİ'lerin karşılaştığı sorunlar ve dezavantajları ise (Yüksel, 2005: 8-9, Akgemci, 2001, Yılmaz F., 2003):

- Teknoloji düzeylerinin genellikle düşük olması,
- Yurtiçi ve yurtdışı teknik ve ticari gelişmeleri izleyememeleri,
- Nitelikli eleman sıkıntısı çekmeleri,
- Genel yönetim yetersizlikleri,
- Vergi ve diğer kamusal yükümlülüklerden kaçınmak amacıyla kayıt dışı çalışma,
- Kurumsal yönetim eksiklikleri,
- Hesap ve kayıt düzenindeki aksaklıklar,

- Finansman fonksiyonundaki eksiklikleri (finansal planlama, risk yönetimi, vb.)
- Uluslararası rekabet edebilirliklerinin zayıf olması,
- 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,
- İşyerinin veya yerleşim alanının küçüklüğü,
- Bağımsızlığını kaybetme ve batma riski,
- Kalifiye eleman sağlayamamak,

- Mevzuat ve bürokrasi.
- Finansman kaynaklarına erişim ;sorunları sıralanmaktadır.

Finansman problemler açısından en çok değinilen hususlar ise teşviklerden yararlanamamaları, banka kredilerini temin etmede güçlüklerle karşılaşmaları, sermaye piyasalarından fon sağlayamamaları ve alternatif finansman araçlarına erişimlerinin (örneğin yurtdışından sağlanan fonlara erişim) oldukça sınırlı olmasıdır.



### III. BÖLÜM

#### 3.DIŞ TİCARET UYGULAMALARINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Türkiye, 1980’li yıllardan itibaren, rekabet gücünü artıracak politikalara uyum sağlama çabası içinde olmuş ve bu çabaların sonucu 2001 yılında yaklaşık 31 milyar dolarlık bir ihracata ulaşmıştır. Bununla birlikte, yıllar itibariyle ihracatın gelişimine bakıldığında, gerek dış pazar koşullarının gerek izlenen ekonomi politikalarının etkisi sonucunda istikrarlı bir ihracat artışının sağlanamadığı görülmüştür. Bu sorununun çözülmesi KOBİ’lerin yeterli desteği elde etmesi ile ihracata daha fazla katkı sağlayabilecek duruma gelmeleri ile mümkün olacaktır. Bu sayede KOBİ firmaları hem rekabetçi açıdan güçlenecek, hem de vizyonlarının gelişmesi sağlanacaktır.

##### 3.1.Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunlar

Dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunlar, bir firmanın uluslararası pazarlara girmesi ya da var olan pazarlarını genişletmesini engelleyen her türlü yönetsel, işlevsel, yapısal kısıtlamaları içerir (Bilkey ve Tesar, 1977: 95).

Bu sorunlar, iç ve dış ihracat sorunları olarak ikiye ayrılabilir. İç sorunlar firmalara özgü olan ve organizasyonlarından ya da firmaların ihracat pazarlamasına yönelik olan tutumlarından doğan sorunlardır. Dış sorunlar ise firmanın içinde bulunduğu çevre koşullarından kaynaklanır. İhracat sorunları aynı zamanda yurtiçi ve yurtdışı ihracat sorunları olmak üzere ikiye ayrılabilirler.

Firmaları uluslararası pazarlara yönelten çeşitli nedenler vardır. Bunların en önemlileri şunlardır (Aksu, 1993:19):

- İç pazardaki talebin azalması.

- Çeşitli nedenlerden dolayı işletmede atıl kapasite var ise, üretim artırılarak, ihracat yoluyla satış ve kar artırılabilir.
- İç pazardaki rekabetten kurtularak, riski azaltmak.
- İç pazarlarda ömrünü tamamlamak üzere olan mamullerin ömrünü uzatmak.
- Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak.
- Ülkemizde olduğu gibi, bazı ülkeler döviz girdisi sağlamak amacıyla, dış satımcılara vergi iadesi, ihracatı teşvik kredisi, vergi istisnası, gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı ve benzeri teşvik imkanlarından faydalanmak.
- Dış pazarlarda, güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda da güçlü hale gelmek.
- İşletmenin politik etkinliğini arttırmak.

Türk ekonomisinde son yıllarda yaşanan gelişme ve değişimler, firmaların uluslararası pazarlara açılma olgusunu arttırmıştır. 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. İşletmeler dış pazarlarda başarılı olabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için bu sorunları ve engelleri analiz ederek aşmanın yollarını aramalıdır.

### 3.1.1. Standartlar

#### ➤ *Güvenlik: CE- İşareti*

Ürünlere CE işareti vurulması bu ürünlerin AB ülkeleri için serbest dolaşım “pasaportu”na sahip oldukları anlamına gelir (Akın; 1996,: 66). Avrupa

Birliği ülkelerinde malların serbest dolaşımının temini amacıyla yeni yaklaşım direktifleri ile test ve belgelendirmede küresel yaklaşım politikaları çerçevesinde ortak resmi bir işaret uygulaması 1989 yılında başlamıştır. Uygulamanın yeni olması nedeniyle söz konusu direktifler ve bunların üye ülke versiyonlarının yürürlüğe girmesi için bir tarih verilmekte, belirtilen bu tarih itibari ile CE işaretinin kullanımı başlamaktadır. Geçiş süresi sonunda ise bu işareti taşımayan malların toplulukta üretimi veya satışı yasaklanmaktadır (TSE Bülteni: CE).

CE işareti her ne kadar bir kalite belgesi değilse de, hiç bir üretici CE işareti koyduğu malının kalitesiz olma riskini göze alamaz. Çünkü CE işareti taşıyan herhangi bir ürün, tüketicinin canına, malına veya çevreye zarar verirse bunun yaptırımını 7 bin ile 70 bin ECU (EURO) civarında bir cezadır. AB'ne ihracat yapmak isteyen firmalar CE işareti koyarken muhakkak bir uzman kuruluşa danışmalıdır (Budak, 1996: 137).

#### ➤ Çevre:ISO 14000

Globalleşen dünyanın önde gelen unsurlarından biri çevresel değerlerin korunmasıdır. Çevre unsurlarının sorumsuz kullanımı, çevresel kirlenmeyi önemli boyutlara ulaştırmıştır. Kamuoyunun tepkisi çevre sorunlarına daha duyarlı hale gelmektedir. Kamuoyunda artan bu çevresel hassasiyet işletmelerin çevreye bakışı üzerinde etkili olmaktadır. Çevre yönetimi konusu genel işletme yönetiminin içinde ağırlıklı bir konu haline gelmeye başlamıştır. İşletmelerin çevreyi kirletmeden üretim yapabilmelerini ve ürettikleri ürünlerin çevreye karşı duyarlı olmalarını sağlamak için ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi standartları yayınlanmıştır. Bugün bu belgelere sahip işletmeler uluslararası pazarlara daha kolay girebilmektedir (TSE Bülteni, :9).

ISO 14000 Çevre Yönetim Sisteminin bir kuruluşa sağladığı başlıca avantajlar şunlardır (TSE Bülteni, :9).

- Tüketicinin çevre için beklentilerine cevap vermek,
- Kuruluşun halkla ilişkilerini olumlu yönde geliştirmek,

- Uluslararası yeni standartları uygulayarak alanında önder olmak,
- İmajını ve pazar payını arttırmak,
- Taşeronların belgelendirme kriterlerine cevap vermek (öncelikle KOBİ için),

ISO 14000 standartlar serisi işletmelere çevre sorunlarını sistematik ve anlamlı bir biçimde ele almalarını sağlayacak bir dizi araç sunmaktadır. Bu standartlar aşağıdaki temel ilkeler göz önünde tutularak geliştirilmelidir.

- Daha iyi bir çevre yönetimi sağlanması.
- Bütün ülkelerde uygulanabilirlik.
- Kamunun ve standardı kullananların çıkarlarının gözetilmesi.
- Düşük maliyetlere yol açmaları ve dünyanın her yerinde, her boyda işletme için kolaylıkla uygulanabilirlik.
- Esnekliğin içsel ve dışsal kontrol edilebilirliği.
- Bilimsel tabana dayanmaları.
- Pratik, yararlı ve kullanılabilir olmaları.

#### ➤ Kalite: ISO 9000 Kalite Standartları

Rekabetçi, global dünya pazarlarında, küreselleşen ekonomilerde başarılı olabilmek için, rakip işletme ve ülkeler bazında asgari düzeyde sahip olunan bir Kalite Güvence Sisteminin geliştirilmesi gerekir. Bunun sağlanması için de geleneksel sistem ve düşüncelerin terk edilerek, çağdaş kalite düşüncesi ve yönetimi işletmelerde hakim kılınmalıdır. Günümüzde uluslararası pazarlarda bir çok ülke kendi ülkesinin sınırları içine girecek olan mal ve hizmetlerde çeşitli kalite belgelerini şart koşmaktadır (Kozlu, 1995: 104).

AB ve EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Birliği) üyesi ülkeler üreticilerin kusursuzluğunu belgelemesi zorunluluğunu getirmişlerdir. Yayınladıkları ISO 9000 Kalite Standartları Serisi aranan şartları, bunları tutturabilmek için gerekli yönetim sisteminin nasıl kurulabileceğini, dokümente edilebileceğini ve sürdürülebileceğini özetlemektedir (Kozlu, 1995: 104).

### ➤ *Yetişmiş Eleman ve Dil Sorunu*

Dış pazarlara açılacak olan firmalar, nitelikli bilgi ve beceriye sahip elemanların yetersizliği nedeniyle gerekli performansı gösterememektedirler. Özellikle dış pazarlara açılmak durumunda olan işletmelerin, dış pazarlara açılma konusunda bilgili, deneyimli ve dil bilen elemanlara ihtiyaçları vardır. Oto yan sanayinde faaliyet gösteren firmaların büyük çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğunu göz önüne alırsak yetişmiş eleman sorunu daha da önemli olmaktadır (Doğan ve Marangoz, 2000: 6).

Dil sorunu, ürünlerini uluslararası piyasalarda pazarlayan firmalar için ortak bir sorundur. Dil sorunu pazara girişı; markalama, ambalajlama, ürünü kullanmaya ya da monte etmeye yönelik talimatlar, garanti bilgisi, dağıtım kanallarının üyeleriyle olan ilişkiler ve promosyon gibi çeşitli faaliyetlerden ve uygulamalardan etkilenir. Özellikle ihracat ve pazarlama konularında deneyimli ve yabancı dil bilen nitelikli elemanların istihdam edilmesi ile bu sorun aşılabilir. Günümüz global rekabet ortamında dil sorunu her alanda karşımıza çıkmaktadır (Doğan ve Marangoz, 2000: 6).

Otomotiv yan sanayinde üretim faaliyetinde bulunan firmalar son yıllarda eğitilmiş iş gücü kullanımına büyük önem vermektedirler. İstihdamda, meslek okullarının eğitim dalları arasında yer alan torna, tesviye, freze, motor bölümlerinin yanı sıra, üniversitelerin makine mühendisliği bölümü mezunlarından büyük ölçüde yararlanılmaktadır. Diğer taraftan, çıraklık eğitim projesi hem imalat hem de tamir piyasasında sektöre önemli katkılar sağlamaktadır (Doğan ve Marangoz, 2000: 6).

Bununla birlikte, yan sanayii firmalarının küçük ölçekli olanlarının (çoğunluğu küçük ölçekli), eğitimsiz ve küçük yaşta istihdamı önemli bir sorundur. Küçük işletmelerin bu konuya daha fazla önem vermeleri, kaçak ve çocuk işçi çalıştırmanın önlenmesi, oto yan sanayiinde verimin artırılması ve üretimde kalitenin sağlanması ve sürekliliği için çok önemlidir (Özbek, 2000: 28)

➤ *Hükümet Uygulamaları ve İthalat Kotaları*

Hükümet uygulamaları ve ithalat kotaları, istikrarsız politik ortamda uluslararası pazarlara girmek için bir engel teşkil edebilir. Üçüncü dünya ülkeleri ve gelişmekte olan ülkelerde hükümetler sık sık değişmektedir. Ürünlerini istikrarsız ülkelerde pazarlayan firmalar genellikle stratejik işbirlikleri ile bu pazarlara girebilirler ya da direkt ihracat yapabilirler.

Diğer taraftan ülkeler uyulması güç standartlar, paketleme ve etiketleme şartları, sağlık kontrolleri, uzun ve karışık formaliteler ve benzeri idari uygulamalar ile ithalatı zorlaştırmaktadırlar. Örneğin Japonya resmi engeller yerine yabancı şirketlerin uyması güç piyasa koşulları ile uzun yıllar ithalatını düşük bir düzeyde tutabilmiştir (Kozlu, 1995: 21).

➤ *Teknoloji ve AR-GE*

Küreselleşmenin etkisiyle teknolojik yenilikler çabuk eskimekte veya dünyanın her hangi bir yerinde ortaya çıkan bir yenilik çabuk taklit edilebilmektedir. Bu nedenle firmaların rekabet üstünlüğü sağlayabilmelerinin bir koşulu da sürekli yeni ürün ve hizmetleri piyasa sunmalarıdır. Bunun içinde Ar-Ge çalışmalarına ayrılan payın artması veya en azından yeterli düzeyde olması gerekir (Doğan ve Marangoz, 2000: 7).

Ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamak ve bu avantajlarını sürekli kılmak isteyen işletmelerin rakiplerine göre daha kaliteli ürünü daha kısa sürede üretebilecek uygun teknolojiyi seçmeleri gerekmektedir. Üretim teknolojisinin önemi kadar yapılan AR-GE faaliyetlerinin yoğunluğu da rekabet gücünü etkin kılan faktördür (Doğan, 2000: 15).

Otomotiv sanayinde teknoloji faktörü, rekabet düzeyini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle otomotiv sanayinde teknolojik gelişmelerin takip edilmesi için AR-GE harcamaları arttırılmalı ve üniversite-sanayii işbirliği olanakları geliştirilmelidir. Teknolojik yeniliklerin takip edilmesi, geliştirilmesi ve üretim sürecine adapte edilmesi ve işgücünde niteliğin arttırılması AR-GE faaliyetleri ile sağlanabilir (Orhan, 1997: 112)

### ➤ *Standardizasyon*

Standartlaşma, bazı ürünlerin ayırımında kullanılan ve üretilen ürünlerin uymak zorunda olduğu sınırların, derecelerin belirlenmesidir. Standart, ürünlerin kalitelerini, niteliklerini, özelliklerini belirleyen bir tanımlama listesidir. Ürünler standartlaştırılarak, belirli bir standarda göre, bir örneklik, beraberlik sağlanmış olur. Bir işletmeci kendi mallarına özgün standartlar belirleyebileceği gibi, içinde yer aldığı endüstrinin koyduğu standartlara ulusal ve uluslararası standartlara uyabilir. Standartlar, ağırlık, büyüklük, dayanıklılık, olgunluk, kimyasal bileşim vb. olabilir (Tenekecioğlu, 1994: 180).

Yan sanayii firmalarının çoğu küçük ve orta ölçeklidir. Üretimlerinde standartlaşma yoktur. Atölye bazında çalışan ve iç piyasada tamamen yedek parça ihtiyacını karşılamaya yönelik, organize olmamış firmalardır. Ülkemizde yaklaşık 1.000 civarında olan bu firmalar, hassas teknoloji gerektirmeyen, basit sayılabilecek üretim yöntemlerini kullanarak üretimde bulunmaktadır (Özbek; 2000: 10). Özellikle otomotiv sanayinin genel özellikleri dikkate alınırsa uluslararası pazarlarda yüksek kalite standartlarına uymak söz konusudur.

### **3.1.2.Kültür**

Kültürel farklılıklar özellikle uluslararası pazarlar için önem taşımaktadır. Çünkü kültür, dünya üzerinde yöreden yöreye değişir ve uluslararası pazarlamanın başarısını etkiler. Ülkelerin kültürel farklılıkları, pazarlanan mal ve

hizmetler ile pazarlama yöntemlerini etkiler. Bu nedenle her ülkenin gelenek, görenek, tutum, alışkanlık ve davranışları, nüfusun gelişimi, dağılımı, din, dil, ırk, sosyal sınıflar, aile sistemleri, sosyal değerler ve normlar özellikle uluslararası pazarlamada göz önünde bulundurulmalıdır (Akat, 1996: 5). Global işletme yönetimlerinin önlerindeki bazı kültürel ve değer farklılıkları engelleri şöyledir (Tek, 1992: 259)

- Kendi ülke yöneticilerinin üstünlüğünü vurgulamak.
- Denizaşırı yöneticileri seçim yöntemi.
- Bayram, dini günler ve adetlerin farklılıkları (İslam ülkelerinde Cuma günlerinin tatil olması vb.) (Uzun zamandır Türkiye’de basılan birçok ajandada özellikle ihracatçı ve ithalatçılar vb. için dünya devletlerinin bayram, tatil günleri vb. yer almaktadır)
- Farklı kültürlerdeki insanların farklı gereksinmelerinin oluşu sebebiyle gelişme yolundaki ülkelerde “para”, “iş zenginleştirme”den önce gelir.
- Dil farkı

### **3.1.3. Ülke ve Firma İmajı**

Uluslararası pazarlamada özellikle ülke imajı ve firma imajı dış pazarlara açılmak isteyen firmalar açısından çok önemlidir.

Ülkelerin yabancı sermayeye karşı tutumları, siyasi istikrar, toplumsal barış, sendikal hareketler gibi konular ülke imajı açısından çok önemli faktörlerdir. Diğer taraftan ülke imajına bağlı olarak firma imajı da dış pazarlara açılmada önemli bir fırsat veya engel teşkil edebilir. Yine çevreye karşı duyarlılık, insan haklarına saygı ve sosyal sorumluluk gibi konular da firma ve ülke imajı açısından çok önemlidir (Doğan ve Marangoz, 2000: 8).



Eğer girilecek olan dış pazara Türkiye'den daha önce başka(farklı alanlarda veya aynı alanda faaliyet gösteren) Türk firmalar girmiş ve ülke veya firma aleyhine olumsuz bir imaj oluşmuş ise bu da o pazara giriş faaliyetini olumsuz etkileyecektir (Doğan ve Marangoz, 2000: 8).

### **3.1.4.Üretim Maliyetleri**

Uluslararası piyasalarda rekabetin her geçen gün artarak devam etmesi firmalara fiyatlarını düşürme yönünde baskılar oluşturmaktadır. Uluslararası pazarlarda başarılı olmak isteyen firmalar öncelikle kalite-fiyat (yüksek kalite, düşük (uygun) fiyat) dengesini çok iyi oluşturmak durumundadır. Bu konuda kullanılan yeni maliyet ve fiyat hesaplama tekniklerinden yararlanılmalıdır (Doğan ve Marangoz, 2000: 8).

Üretim biçimlerinde değişmelerin sık yaşandığı otomotiv sektöründe de yabancı firmalar tasarım ve üretim hazırlık aşamasında süre ve maliyetleri önemli ölçüde azaltmaktadırlar (hedef maliyetleme, değer mühendisliği (value engeneering), faaliyete dayalı maliyetleme (activity based costing) sistemi gibi maliyetleme tekniklerini kullanarak). Bu süreçte yan sanayii firmaları bu değişime ayak uydurmak zorundadırlar (Doğan ve Marangoz, 2000 :8).

### **3.1.5.Taşıma-Depolama ve Dağıtım**

Türkiye'den her ülkeye ulaşım olanağı yoktur. Bir çok ülkeye mal nakletmek çok masraf ve zaman gerektirmektedir. Bu da maliyetleri daha da arttırmaktadır. Bu nedenle bir dış pazarlama projesinin başında taşıma olanaklarını ve maliyetlerini araştırıp rakiplerle karşılaştırmalıdır (Doğan ve Marangoz, 2000: 9).

Türkiye'den bazı ülkelere taşıma olanaksız gibidir. Birçok deniz aşırı ülke ile Türkiye arasında tarifeli gemi veya uçak seferi olmadığından taşıma ancak aktarmalı olarak yapılabilenmekte, yine bu da maliyetleri yükseltmekte ve uzun zaman almaktadır.

Özellikle oto yan sanayinde yenileme pazarına yönelik farklı ülkelere ihracat olanakları araştırılırken, taşıma, depolama ve dağıtım maliyetleri analiz edilerek incelenmelidir.

### **3.1.6.Rakipler ve Rekabetin Şiddeti**

Eğer girilmesi planlanan dış pazarda mevcut olan rakipler çok kuvvetli ve kararlı iseler, o ürünün o pazarda karlı bir şekilde satılmasını engelleyebilirler. Bu nedenle rekabet koşullarını ayrıntılı olarak incelemek gerekir (Doğan ve Marangoz, 2000: 9).

Rakiplerin başarı nedenlerini araştırmak hem pazara giriş olanaklarına hem de giriş stratejilerine ışık tutacaktır. Başarı örneği olarak sadece en büyük kuruluşlar değil, aynı zamanda ufak pazar bölümlerini karlı bir şekilde değerlendirebilen küçük firmalar da incelenmelidir. Genellikle başarı nedenleri arasında şu koşullardan bazıları bulunabilir (Kozlu,1995:47). Üstün ürün ve/veya servis kalitesi, fiyat avantajı, maliyet avantajı, üretim yerinin ve taşıma uzaklıklarının getirdiği avantajlar, satış ve dağıtımda üstünlük, ilgili pazara yeni girecek bir firma için bunlar birer engel olabilir (Doğan ve Marangoz, 2000: 9).

### **3.1.7.Kullanılmış ve Taklit Mallar**

Türkiye'de oto yan sanayinde uzun zamandır sorun halinde bulunan kullanılmış yedek parça kendine özgü bir pazar yaratmış durumdadır. Söz konusu

pazarı yedek parçada hurda araçlardan çıkan veya muhtelif kanallarla yurt dışındaki araba mezarlıklarından getirilen yan sanayi ürünleri oluşturmaktadır.

Gerek yan sanayi üreticileri, toptan ve perakende ticaret yapan şirketler, gerekse tamirci ve oto sahiplerinin en fazla şikayet ettikleri konunun başında taklit mallar gelmektedir. Daha kalitesiz ham maddelerden üretilen ancak orijinali ile aynı ambalajında pazarlanan taklit mallar piyasada daha düşük fiyatla satılmakta ve fiyat dengesini bozarak haksız rekabet oluşturmaktadır (Gözlem, 2000 :13).

### **3.2. Ulaştırma Maliyetleri**

#### *➤ İç Nakliye ve Liman Masrafları*

150 km gibi kısa mesafelerde bile iç nakliye ve liman masrafları özellikle Avrupa gibi yakın limanlara yapılan ihracatlarda deniz navlununu geçmiştir. Liman ücretlerinde yükleme, indirme-bindirme maliyetleri çok yüksektir. Bu nedenle çoğu Devlet Liman İşletmeleri tarafından tahsil edilen bu ücretler tek bir konteynır için 250–350 doları bulmaktadır. İhraç konteynırları iç taşımasında teşvikli mazot verilmesi ve liman hizmet tarifelerinin ihracatı destekleyici yönde uygun düzeye getirilmesinin sağlanması yararlı olacaktır (www.egelihracatcilar.com).

#### *➤ Nakliye Maliyetleri*

Türkiye’de nakliye maliyetlerinin rakip ülkelere oranla çok yüksek olması, nakliye maliyetleri yönünden özellikle Türkiye’ye komşu olan İran ve Suriye gibi rakip ülkelerin ihracatçıları sübvanses etmesi, bu ülkelerde akaryakıt fiyatlarının Türkiye’ye nazaran çok düşük olması, yurtdışı piyasalarda ve özellikle başta Rusya Federasyonu olmak üzere Bağımsız Devletler Topluluğu(BDT) ülkelerinde Türk ihracatçıları rekabet imkânlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Türkiye’deki nakliye maliyetlerinin yüksekliğinden dolayı bölgenin en önemli ihraç pazarları konumunda bulunan başta Rusya Federasyonu,

Gürcistan ve Azerbaycan olmak üzere BDT ülkeleri ve Türk Cumhuriyetlerine yönelik ihracatı ve bu ülkelerin dış ticaretindeki payı azalarak rakip ülkelerin eline geçmektedir. İhraç malı taşıyan taşıtlara yurda girişlerinde ihraç malını alacak oldukları bölgelere kadar ulaşmalarını sağlayacak miktarda, KDV ve ÖTV' den muaf akaryakıt verilmesi nakliye maliyetlerinin rakip ülke eşdeğerine düşürülmesinde büyük katkısı olacaktır (www.scribd.com).

### **3.3. Kota Uygulaması**

Avrupa Birliği 2001 yılından itibaren, kendi taşımacılık sistemini korumak amacıyla üçüncü ülke tırlarına kota uygulayarak, yıllık belirli miktarlarda geçiş hakkı sağlamaktadır. AB ile Gümrük Birliği Anlaşması olmasına rağmen Türkiye'ye kota uygulanması, ihracatı ve nakliye potansiyelini olumsuz yönde etkilemektedir. Çözüm Önerisi: Avrupa Birliği'ne, Gümrük Birliği Anlaşması imzaladığı Türkiye'ye uyguladığı kotaları kaldırması yönünde gerekli baskının yapılması olumsuzluğun giderilmesinde yardımcı olacaktır. Pilotaj ve Romorkaj Masrafları Avrupa limanlarına göre 2–2.5 kat daha pahalıdır. Bu durum, Türk ihracatçıların maliyetlerini artırarak, rekabet gücünü azaltmaktadır. Ayrıca, Avrupa limanlarında sağlık resmi ücreti ödenmemekte ya da çok cüzi bir miktar ödenmektedir. Türkiye'de ise, 2004 yılından bu yana birim navlunda yüzde 20 artış yaşanmıştır. Körfez limanlarında toplam tüm liman hizmetlerinin ihraç araçlarda araba başına tutarı 12 Euro'yken Avrupa limanlarında aynı hizmetlerin ortalama tutarı araç başına 6 Euro'dur. Türkiye limanlarındaki Pilotaj, Romorkaj masraflarının ve sağlık resmi ücretinin, Avrupa'daki muadillerinin seviyelerine çekilmesi gerekmektedir (www.scribd.com).

### **3.4. Schengen Vize Süresi**

Türk tır şoförlerine uygulanan Schengen vizesi süresinin 90 günden 45 güne düşürülmesi ilave maliyet, zaman kaybı ve işlem zorluğu getirmektedir. Vize süresinin yine eskisi gibi 90 güne çıkartılmasının sağlanması oldukça yararlı olacaktır ([www.scribd.com](http://www.scribd.com)).

### **3.5. Eur-1 Belgesi**

Türkiye’de kamyon ihracatında en çok kullanılan yöntem olan sürülerek götürülmesi esnasında Ulaştırma Bakanlığı nakliyecilerden Eur-1 belgesi ile birlikte araç ve plaka bilgilerini faksla alarak izin verme sürecini başlatmaktadır. Eur-1 belgesi gümrük işlemlerinin tamamlanmasından sonra tanzim edilebilmesi sebebiyle hazır olan bir araç 3-4 gün beklemektedir. Eur-1 belgesine gerek kalmaksızın şasi numaraları (fatura üzerinde gösterilecek) bazında izin alınabilmesinin sağlanması yararlı olacaktır ([www.egelihracatcilar.com](http://www.egelihracatcilar.com)).

### **3.6. Liman-Demiryolu Bağlantıları**

Türkiye’de limanların demiryollarıyla tam anlamıyla entegre olmamış olması taşımacılıkta çeşitli zorluklara neden olmaktadır. Türk limanlarının demir yolları ile entegre edilmesi gerekmektedir ([www.scribd.com](http://www.scribd.com)).

### **3.7. Alternatif Ulaşım Yollarının Yetersizliği**

Doğu Karadeniz Bölgesinde Rusya Federasyonu, diğer BDT ülkeleri ve Türk Cumhuriyetleri ile demiryolu bağlantısının bulunmaması nedeniyle, Türk ihracatçıları taşımacılıkta büyük sıkıntılarla karşılaşmakta ve ödenen yüksek nakliye ücretleri nedeniyle de rekabet imkânları azalmaktadır. Türkiye bölgenin

bulunduğu coğrafi konum itibariyle dış ticaret açısından çok önemli bir stratejik üstünlüğe sahip olmasına rağmen, alternatif ulaşım yollarının yetersizliği nedeniyle bu potansiyelden yeterli düzeyde faydalanamamaktadır. Bu nedenle, kısa vadede Türkiye'yi Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerine bağlayacak olan 38 Km mesafeli Gürcistan/Batum demiryolunun Sarp Sınır Kapısına ve Hopa Limanına bağlanması, bu coğrafyaya yönelik Türkiye ihracatının gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır. Hopa Limanına sadece 38 Km mesafede bulunan ve Ulaştırma Bakanlığınca 2000 yılında etüdü yapılarak fizibil bulunan ancak kaynak yetersizliği gerekçesiyle Devlet Planlama Teşkilatınca yatırım programlarına alınmayan Gürcistan/Batum-Hopa demiryolu projesinin; Kars-Tiflis demiryolu projesine oranla daha düşük maliyetle ve kısa sürede tamamlanma imkânının bulunması, politik engellemeler ve riskler içermemesi nedeniyle kısa sürede yapılabilirlik imkanları ile Türkiye'yi Bağımsız Devletler Topluluğu, Türk Cumhuriyetleri ve Orta Asya ülkelerine bağlayacak olması gibi stratejik üstünlükleri dikkate alınarak, projelendirilerek hayata geçirilmesinin sağlanması gerekmektedir (www.scribd.com).

### **3.8. Bazı Limanlarımızdaki Ekipman Yetersizliği**

Antalya limanında ekipman, teçhizat yetersizliği bir an önce giderilmelidir. Liman imkânlarının yetersizliği nedeni ile çoğu zaman İzmir limanından yükleme yapılmakta ve gereksiz taşıma ücreti ödenmektedir. Yine Liman yüklemelerinde uygulanan tarifeler, mermer gibi yükte ağır ürünler için yükleme maliyetlerini önemli ölçüde arttırmakta ve blok mermer ihracatı esnasında, özellikle konteynıra yükleme yapılması aşamasında, limanlardaki forklift, vinç ve yüklemeye kullanılacak diğer araçlar yetersiz kalmakta, zaman kaybına neden olmaktadır. İhracat yapılan limanlardaki hizmetlerde farklı fiyat uygulanması, maden ürünlerinin farklı aktarmalara dayalı (demiryolu, karayolu) yurtiçi nakliyesinin yapılması sırasında veya ihracat aşamasında gemiye yükleme, gemide taşıma ve gemiden boşaltma safhalarında, ürünlerin kimyasal ve fiziksel niteliklerinde yaşanan manipülasyona bağlı olarak bozulması, taşımacılık

esnasında ürünlerin muhteviyatına çeşitli nedenlerle farklı bazı materyallerin karışması, sorun teşkil etmektedir. Bir an önce tüm limanlarımız çağımızın gerekliliklerine göre donatılmalıdır (www.scribd.com).

### **3.9.Geçiş Belgelerinin Yetersizliği ve Dağıtımındaki Denge Sorunu**

Türkiye’de Ulaştırma Bakanlığınca TOBB kanalıyla dağıtılan geçiş belgeleri yetersiz olup, çıkış kapılarına göre adil ve dengeli bir şekilde dağıtılmaması ihracatımızı engelleyici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çözüm Önerisi: Ulaştırma Bakanlığınca yapılan geçiş belgesi dağıtımlarının kapıların çıkış istatistikleri ve ihracat rakamları ile orantılı bir şekilde dağıtılmasının sağlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, özellikle büyük sıkıntının yaşandığı başta Rusya Federasyonu olmak üzere Rusya Federasyonu ve Gürcistan’a yönelik geçiş belgesi sayısı arttırılarak, Bölge illerine (Trabzon, Rize, Artvin) yeteri kadar geçiş belgesinin tahsis edilmesinin sağlanması önem arz etmektedir (www.scribd.com).

### **3.10. İhracatın Finansmanına İlişkin Sorunlar**

İhracatın finansmanına ilişkin sorunları 5 başlık altında inceleyeceğiz.

#### **3.10.1. Eximbank Kredileri**

Birçok banka halen Eximbank kaynaklarını grup şirketlerine kullandırmakta ve ne yazık ki ihracatçılarımız bu fondan yeterince faydalanamamaktadır. Eximbank firmalara teminat mektubu karşılığında kredi vermelidir. Bu kredileri de mektubu veren bankanın limiti ile bağdaştırmamalıdır. Gerekli kaynak yoksa banka limitlerinden kesinti yapılarak münferit firmaların kullanılacağı bir limit grubu açılmalıdır. Bu limitler münferit firmalara açılmalı ve

bankalara aracılık ettikleri Eximbank kredilerinin belli bir yüzdesi kadar münferit bankalara teminat mektubu verme mecburiyeti konmalıdır (www.scribd.com).

### **3.10.2.İhracat İadesi Alacakları**

Türkiye’de tarımsal ürünlere ödenen ihracat iadeleri, Avrupa Birliği Ülkeleri eşdeğerinde olmaması nedeniyle, Avrupa Birliği üyesi ülke firmaları ile Türk ihracatçılarının özellikle BDT ülkesi piyasalarında rekabet etmesi imkânsız hale gelmekte ve pazar payları işlenmiş tarım ürünleri sektörlerinde Avrupa Birliği üyesi ülkelerin eline geçmektedir. Türk ihracatçılarına büyük bir finansman imkânı sağlayacak mahsup edilemeyen ve Merkez Bankası nezdinde bekleyen bu hak edişlerin 1 yıllık dönem sonunda ihracatçılara nakit olarak ödenmesinin sağlanması finansman sıkıntısı içinde olan ihracatçılara önemli oranda finansman imkânı sağlayacağı gibi rekabet imkânlarının da gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır. Bu nedenle, İhracatçılara finansman yönünden bir rahatlama sağlanması açısından, bütün kamu kurumlarına borcu olmadığını belgeleyen firmaların mahsup edilemeyen ve Merkez Bankası nezdinde bekleyen bu hak edişlerin 1 yıllık dönem sonunda ihracatçılara nakit olarak ödenmesi veya mahsup imkânının genişletilerek bu alacakların Eximbank’tan Kullanılacak kredi anapara ve faiz ödemelerine de mahsup edilebilme imkânının sağlanması yararlı olacaktır (www.scribd.com).

### **3.10.3. Bankacılık Sisteminin Geliştirilmiş Kredi Enstrümanları Sağlayamaması**

Türkiye’de bankacılık sektörü, bugüne kadar ihracatçılara yeterli şekilde destek olmamış, sadece yurtiçi bireysel tüketimi teşvik edici enstrümanlarla faaliyetini sürdürür duruma gelmiştir. Ayrıca, ihracatçıdan sağladığı fon ve katkıları yine aynı sektöre aktarması gerekirken, bilakis ihracatçıdan aldığı katma



değeri tüketim sektörlerine aktarmaktadır. Bankacılık yasasında gerekli değişiklik yapılarak, bankaların bugün konut kredilerinde yaptıkları faiz rekabeti gibi toplamış oldukları fonları veya yıllık kredi hacimlerinin bir kısmını en azından Eximbank kredi maliyetleri eşdeğerinde ihracatçıya kullandırmalarının zorunlu hale getirilmesinin sağlanması faydalı olacaktır (www.scribd.com).

#### **3.10.4. Eximbank Kredilerinin Cazipleştirilmemesi**

Hızla artan hammadde fiyatları ve zorlanarak yapılan uzun vadeli ihracat ve iç piyasa satışları nedeniyle üreticilerin finansman ihtiyaçlarında önemli artış olmuştur. Buna karşılık destek olarak verilen Eximbank kredilerinin, diğer banka kredilerine göre hiçbir cazibesinin olmadığı da dikkate alınır ve diğer ülkelerin sağladığı desteklerde dikkate alınır, rekabetçiliğimizin geliştirilmesine yeteri kadar destek olunamadığı görülmektedir. Eximbank kredilerinin temini çok zordur ve faizleri cazip değildir. Bu kredilerin daha uygun temini için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır (www.scribd.com).

#### **3.10.5. Ar-Ge Harcamalarının Fonlanması**

Sanayi üretiminde teknolojinin geliştirilmesi ve ürün geliştirme için Ar-Ge harcamalarına fon ayrılması gerçeği küçük işletmeleri zorlamaktadır. Sektördeki çoğu firma fason üretim yapmakta veya yaptığı ürünleri taşeron firma sıfatıyla dağıtımına sokmaktadır. Bu firmalar düşük kar marjı ile çalıştıklarından uzun vadeli plan yapamamakta ve Ar-Ge çalışmalarına esas olan alt yapı kurulamamaktadır. Sektördeki firmaların tek tek Ar-Ge çalışmalarına cirolarından pay ayırmaları ve bunu Ar-Ge alt yapısını kurmakta harcamaları oldukça zordur. Ancak, makine imalat sanayiinin alt sektörleri içinde sinerji yaratarak, içinde Ar-Ge çalışmalarının da yer alacağı ortak bir Merkez kurulması ve mamule, imalat sürecine ilişkin projeler geliştirilmesi öncelikle ele alınmalıdır (www.scribd.com).

## IV. BÖLÜM

### 4.KOBİ'LERİN DIŞ TİCARETTE KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

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.

Türkiye'de KOBİ'lerin işletmelerin içindeki payı diğer ülkelerde olduğu gibi %99,5 gibi oldukça yüksek oran olmakla birlikte, ihracattaki payının %8 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye'de KOBİ'ler daha çok iç pazara yönelik olarak üretim yapmakta ve ürettiklerinin küçük bir kısmını ihraç edebilmektedirler. KOBİ'lerin ihracattaki payı ABD'de %32, Almanya'da %31 Tayland'da %50'dir. Bu durum KOBİ'lerin ihracat potansiyellerini kullanmadıklarını göstermektedir (Eryılmaz, 1999: 5)

KOBİ'lerin ihracat potansiyellerini yeterince kullanamamalarının önemli sebeplerinden biri, ihracatta karşılaşılan sorunlardır.

Bu sorunları iki alanda incelersek (Tatlıldil, 1987: 163.166):

#### 1) Ulusal Düzeydeki Sorunlar

- 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) İşletme Düzeyinde Karşılaşılan Sorunlar

- 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 üstünlüğu sağlayabilecek yeni ürün ve hizmetler sunamamaları,
- Dış fiyatlandırmadaki yanlışlıklar,
- İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği,
- Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olamaması

#### **4.1. Türkiye’de KOBİ’lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Finansman Sorunları**

KOBİ’ler için finansman, başlı başına bir konudur. Gerek dış ticarete, gerek işletme genel faaliyetlerinde finansman sorunlarını aşmakta KOBİ’ler zorlanmaktadır. Sınırlı etkinlikte söz konusu finansman organizasyonlarının ise, ihtiyaca karşılık vermeleri olanaksızlaşmaktadır. Ayrıca, ihracat mevzuatında meydana gelen değişmelerin takip edilememesi, KOBİ finansal olanaklarının bilinmemesi ve KOBİ’lerin haberdar edilmemesi olanaksızlığı çoğaltmaktadır (www.kobifinans.com.tr).

Günümüzde başta finansal sorunlar olmak üzere yaşadıkları diğer sorunlar, KOBİ’lerin daha az verimli olmalarına yol açmaktadır. Bu sorunlar incelendiğinde, bu kesimin öncelikle sosyal, ekonomik ve siyasi koşullar ile rekabet, teknolojik değişim, bölgesel farklılıklar gibi faktörlere bağlı olarak kendi kontrolleri dışında oluşan şartlardan fazlasıyla etkilendiklerini görmek mümkündür. Sorunların bir kısmı ise işletmelerin kendi özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu sorunlar, yönetim sorunları, üretim ve hammadde sorunları, personel ve eğitim sorunları, teknoloji sorunları, pazarlama sorunları ve finansman sorunlarıdır (Yörük, 2001: 47.48). Sayılan tüm bu sorunların temeline inildiğinde ise; sorunların asıl kaynağının finansman yetersizlikleri olduğu görülmektedir.

Türkiye’de yapılan çalışmaların büyük çoğunda, küçük ve orta ölçekli işletmelerin sorunları arasında finansal sorunlar birinci sırayı almaktadır (TBB, 2006: 25). Finansman konusundaki sorunların neler olduğu incelendiğinde ise; ilk sırayı işletme sermayesi ihtiyacının hızla artması, ikinci sırayı kredi maliyetlerinin artması, üçüncü sırayı alacakların zamanında tahsil edilememesi, dördüncü sırayı kredi temininde yaşanan güçlükler almaktadır (Karabıçak ve Altuntepe, 2001: 286). Diğer finansman sorunları ise; öz kaynak yetersizliği, teşviklerden yararlanamama, ekonomi politikalarının ve enflasyonun işletmeler üzerindeki etkisi, sermaye piyasalarından yararlanma olanaklarının kısıtlı olması şeklinde sıralanmaktadır.

Söz konusu finansman sorunlarının temelini, çeşitli nedenlerle yeterli fon sağlayamama ve fonların maliyetinin KOBİ'ler üzerine getireceği yük yani kaynak maliyeti oluşturmaktadır (Aras, 2001: 60). Dolayısıyla, işletmelerin kuruluş (yatırım) aşamasından itibaren tüm faaliyetlerini etkileyen finansman sorunlarını bu iki başlık altında incelemek mümkündür.

#### **4.1.1. Öz kaynak Yetersizliği (Kaynak Sağlama)**

KOBİ'lerin finansman ihtiyaçlarını, kuruluş aşamasında gereksinim duyulan girişim sermayesi ile işletme faaliyetlerinin sürdürülmesi esnasında gerekli olan çalışma sermayesi oluşturmaktadır.

İşletmelerin kuruluş aşamasından itibaren başlayan ve tüm faaliyetleri süresince ortaya çıkan finansman sorunlarının çözümünde iki alternatif mevcuttur. Bunlardan birincisi, işletmenin kendi kaynakları ile yani öz kaynaklarıyla finansman, ikincisi ise; bankacılık sektörüne borçlanma yani kredi yoluyla finansmandır.

Öz kaynaklarla finansman, doğrudan ortaklardan sağlanabileceği gibi, sermaye piyasası yoluyla da gerçekleştirilmektedir. Ancak sermaye piyasası yoluyla öz kaynakların finansmanı alternatifi, günümüzde gelişmiş sermaye piyasalarına sahip ülkelerde dahi KOBİ'ler için kolaylıkla uygulanabilir bir alternatif değildir. Bunun nedeni, genellikle sermaye piyasalarının daha büyük ölçekte faaliyet gösteren işletmelerin fon ihtiyaçlarını karşılamakta etkin olmasıdır. Bu durumda KOBİ'ler için finansman alternatifi olarak, banka kredileri ve öz kaynaklarını kendilerinin yaratması yolu kalmaktadır.

Günümüzde KOBİ'lerin ülke ekonomisinde önemli bir ağırlığı olmasına rağmen toplam kredilerin sadece %5'i bu işletmelere tahsis edilmektedir. Bu durum, işletmelerin yatırımlarının finansmanında öz kaynak kullanmasını gerektirmektedir (Aras, 2001: 60). Yeterli öz kaynağa sahip olmayan işletmeler yeni yatırımlarını gerçekleştirmede ve büyümelerinin finansmanında kaynak

sağlama sorunuyla karşılaşmaktadır. KOBİ'lerin kendi yapılarından kaynaklanan temel finansman sorunu öz kaynak yaratamamaktır. Özellikle kuruluş aşamasında yeterli öz kaynağın bulunmaması girişimcilerin önünde büyük bir engeldir (Aras, Müslümov: 5). Bu durum yeni yatırımları olumsuz yönde etkilerken, büyüme ve gelişen teknolojiye ayak uydurma çabasındaki mevcut işletmeleri de finansman sorunu ile karşı karşıya bırakmaktadır.

Özellikle konjonktürel dalgalanmaların olduğu dönemlerde KOBİ'lerin kaynakları giderek azalmaktadır. Tahsilatta karşılaşılan güçlükler sonucu nakit sıkıntısı çekilmekte, öz kaynakları erimekte ve pahalı banka kredilerine yönelmektedirler. Sonuçta yüksek maliyetli banka fonu kullanmak zorunda kalan KOBİ'ler mevcut yatırımlarındaki dönüş hızını ayarlamadıklarından iflas etmektedirler. Bu durumda KOBİ'lerin sınırlı öz kaynağa sahip olmaları, birçok sorunu da beraberinde getirmektedir (Oktay ve Güney, 2002: 5).

Bir ülkedeki yüksek enflasyonun varlığı da işletmeleri öz kaynak yetersizliğine itmektedir. Enflasyonun işletmeler üzerindeki olumsuz etkileri en çok şu noktalarda yoğunlaşmaktadır (Karabıçak ve Altuntepe, 2001: 287):

Enflasyon,

- Finansal tabloların homojenliğini bozmakta,
- Sermayeyi aşındırmakta,
- Yatırım kararlarını olumsuz yönde etkilemekte
- Bazen işletme ve dönemler arasındaki karşılaştırmayı anlamsızlaştırmaktadır.

Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde işletme sermayesi üzerinde oluşturduğu en önemli olumsuz etki, işletme sermayesinin korunmasına olanak bırakmamasıdır. Enflasyon baskısı altındaki bir ekonomide, üretime konu girdilerin tümü artmakta, üretim maliyetlerini yükseltmektedir. Enflasyonun işletme sermayesi üzerine olumsuz etkisi özellikle sabit yatırımlarda daha da

belirgindir. Sabit varlık yatırımı yapıp, belli bir üretim ve satış kapasitesine ulaşan işletme, enflasyonist dönemlerde aynı işi döndürebilmek için daha büyük bir sermaye sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır (Karabıçak ve Altuntepe, 2001: 287).

Küçük sanayi işletmeleri, öz kaynaklarının yetersiz ve kredi maliyetlerinin yüksek olması durumunda öncelikle oto finansman yoluyla finansman açığını kapatmaya çalışmaktadır. İşletmenin kendi faaliyetleri sonucu elde ettiği karların tamamı veya bir kısmının dağıtılmayarak işletmede bırakılması yoluyla finansman açığının kapatılması, işletmelerin karlı ve verimli çalıştığını gösteren etkili bir yöntem olarak da kabul edilmektedir. Ancak öz kaynak yetersizliği söz konusu iken her işletmenin oto finansman yoluyla sermaye açığını karşılamasını beklemek pek mümkün görülmemektedir. Ayrıca finansman sorunlarının öz kaynakla aşılmasının da bazı sakıncaları bulunmaktadır. Bu sakıncalar en çok şu noktalarda yoğunlaşmaktadır (Karabıçak ve Altuntepe, 2001; 287):

- Yeni pay senedi ihracı yoluyla özkaynakların artırılması, işletmeye yeni ortakların girmesine ve yönetimin paylaşılmasına,
- Yeni ortakların alınması elde edilen karın daha fazla ortak sayısına bölünmesine ve dolayısıyla azalmasına,
- Öz kaynaklarla finansman açıklarının kapatılması halinde, ortaklara dağıtılan kar payının vergi açısından gider yazılmaması, borçlanma halinde ise borçlanma giderlerinin vergi matrahından düşülmesi nedeni ile özkaynakların sağlamış olduğu yatırım indirimi üstünlüğünün ortadan kaldırılmasına neden olmaktadır.

#### 4.1.2. Kaynak Maliyeti (Kredi Temininde Güçlükler)

İşletmelerin kuruluşu aşamasında ya da faaliyetlerine devam ettiği dönemde kaynak sağlama aşamasında ortaya çıkan finansman sorununun çözümü için öz kaynağın yetersiz olması halinde en sık başvuru yolu banka kredisidir (Aras, 2001: 60).

Ancak yüksek faiz, ağır teminat koşulları, vade süresi ve verilen kredinin miktarının yetersiz olması gibi nedenlerle KOBİ'ler bankalardan yeterli kredi sağlayamamaktadırlar (Yörük, 2001: 48).

Küçük ve orta boy ölçekli işletmeler, kredi yoluyla finansmanda en çok teminat gösterememe sorunuyla karşılaşmakta ve kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını karşılamak için başvurdukları kredi kuruluşunun, kredinin verilebilmesi için istediği ipoteği veya kefaleti karşılayamamaktadırlar (Yörük, 2001: 48). Öte yandan, yüksek kredi maliyetlerini karşılamakta zorluk çekmekte ve bunları ürün maliyetlerine yansıtamamaktadırlar. Burada KOBİ'ler için getirilen yeterli yatırım teşviklerinin olmaması finansman alternatiflerini kısıtlamaktadır. Finansal maliyetler açısından bir diğer sorun ise; yüksek enflasyonun bulunduğu bir ortamda faaliyet gösterme zorunluluğudur. Bu, maliyetleri yükselttiği gibi, teşviklerin de etkinliğini azaltmaktadır (Aras, 2001:61).

Bu durumda, dış kaynaklardan fon bulmak zorunda kalan işletmelerin kaynak sağlamada karşılaştıkları sorunların başında kredi bulma olanaklarının sınırlı olması gelmektedir. İşletmelerin bilanço yapılarının bankaların beklentilerini karşılamaması ve küçük ölçekte olan işletmelerin bankalar tarafından talep edilen teminatları karşılamakta güçlük çekmeleri kredi olanaklarını kısıtlamaktadır. KOBİ'lerin teminat gösterecekleri yeterli gayrimenkullerin bulunmaması ve çoğu zaman hesap ve kayıtların düzenli olmaması bankalarla ilişkilerini güçleştirmektedir (Aras, 2001: 61). KOBİ'lerin kredi temininde karşılaştıkları bir diğer güçlük ise; KOBİ sahiplerinin finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, kredi almak için gerekli fizibilite



etüdü, finansal planlama gibi işlemleri yapamamaları ve bunları yapabilecek uzmanları kısıtlı bütçeleri nedeniyle istihdam edememelerinden kaynaklanmaktadır (Yörük, 2001: 49).

Bankalar genellikle küçük ölçekte faaliyet gösteren çok sayıda işletme yerine büyük işletmelerle çalışmayı tercih etmektedir. Öte yandan, KOBİ'lerin kredi temin edebilmeleri durumunda da, kendilerine uygulanan yüksek faiz oranları nedeniyle önemli ölçüde maliyete katlanmaları gerekmektedir. Kısaca, kredi faizleri karşılanabilir oranlarda olmamakla birlikte, bankalar kredibilitesi ya da teminatları yetersiz işletmelere fon sunmakta isteksiz davranmaktadırlar (Aras, 2001: 61).

## **4.2. Kaynakların Temininde Karşılaşılan Sorunlar**

KOBİ'lerin profesyonel olmaması ya da profesyonel yöneticilerinden mahrum olması, düşük kaliteli ve pahalı hammadde-malzeme alımına ve üretime 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 KOBİ'lerin tedarikini olumsuz etkilemekte; maliyeti artırmaktadır. KOBİ'ler küçük ölçekleri ve düşük pazar güçleri sebebiyle, koşulları etkilemekte oldukça zorlanmaktadır. Oluşan koşullar ise, KOBİ faaliyetlerini maliyet eksenli ele almasına ve rekabeti bu şekilde değerlendirmelerine yol açmaktadır

### **4.2.1. Kaynakların İç Piyasadan Temininde Karşılaşılan Sorunlar**

Bu alandaki sorunları maddeler halinde sıralamaya çalışacağız:

- Genel olarak KOBİ'lerin satın alma bölümlerinde yeterli kalifiye elemanlarının olmayışı, kalitesi düşük ve pahalı hammadde-malzeme

alımına yol açmaktadır. Bunda, yeterli piyasa araştırması yapılmamasının da önemli rolü vardır. Ayrıca, bunun diğer bir sebebi de alımların genelde plansız ve programsız yapılmasıdır. Durum böyle iken; zamanında yapılmayan alımlarda aciliyet söz konusu olunca fiyat, kalite ve miktar dikkate alınmayabilmektedir (Bozdoğan, 1994 :6).

- KOBİ'ler, üretimleri için gerekli olan girdiyi özel sektörden, KİT'lerden ve yurtdışından temin etmektedir. Döviz kurlarındaki artışlar nedeniyle ithalâtın pahalılaşması, KİT zamları ve buna bağlı olarak girdi arzında bulunan özel sektör firmalarının yaptıkları zamlar, KOBİ'leri zor durumda bırakmaktadır. Küçük meblağlarda mal alımı yapan ve her seferinde daha pahalıya almakla birlikte, bunu maliyetlere düzenli bir şekilde yansıtamayan KOBİ'lerin kâr oranları düşme eğilimi içinde olmaktadır. Bunun sonucu, maliyetlerdeki artıştır (Bağrıaçık, 1989: 123).
- KOBİ'ler, üretimlerinin düşük miktarda olması dolayısıyla hammadde ve ara malı piyasalarında fiyatlar ve diğer alım şartları üzerinde kendi lehlerine etkide bulunamamaktadır ve söz konusu girdileri yüksek fiyatla almak durumunda kalmaktadır (Bağrıaçık, a.g.e: 123).
- Temel hammadde ve ara malları tedarikinde karşılaşılan sorunlardan bir diğeri de önceki maddelerle ilgili olarak; istenilen nitelik, nicelik, zaman ve maliyette mal temin etmenin güçlüğüdür. Söz konusu ürünlerin büyük oranda PETKİM, SEKA gibi İDT'lerden sağlanmasında birtakım sorunlarla karşılaşılmaktadır. Maliyetlerdeki artışlar, teslim tarihi ile ilgili sınırlamalar, asgari satın alma miktarları, işletmeler için sıkıntılara sebep olur (Oktav, Önce, Kavas , Tanyeri , TOBB Yayını, Ankara, 1990: 25).
- Hammaddelerin zamanında alınamaması, istenilen malın zamanında sağlanamaması demektir. Bu durum, işletmeleri hammadde stokuna yönelmekte ve neticesi, kaynakların israfı olarak ortaya çıkmaktadır (Oktav vd, a.g.e. :26).

#### 4.2.2. Kaynakların Dış Piyasadan Temininde Karşılaşılan Sorunlar

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

Türkiye'de mevzuat gereği, vergi dairesi mükellefi olan herkes ithalât yapabilmektedir. Gelişmekte olan bir ülke oluşumuz, sanayileşme çabaları içinde olmamız ve buna ilaveten lüks tüketim alışkanlığımız dolayısıyla ülkemizde büyük meblağlarda ithalât işlemleri gerçekleştirilmektedir. İhracatın ithalâtı karşılama oranı da ortalama %50 civarındadır. Yani biz toplum olarak, üretmeden tüketme alışkanlığımızı ciddi bir şekilde edinmiş durumdayız. Eğer bir ekonomide yapılan ithalât kombinasyonunda esas ağırlığı üretim faktörleri oluşturuyorsa; söz konusu ekonomi için olumlu bir durumun mevcudiyetinden bahsedilebilir. Aksi halde bundan bahsetme imkânı olmayacaktır. Ülkemizde bu bileşim, dönemler itibariyle meydana gelen konjonktürel dalgalanmalara göre lehte veya aleyhte bir görünüm arz edebilmektedir. Meseleyi bu çerçevede değerlendirerek, KOBİ'lerle ilgili ithalât sorunlarına geçebiliriz (Ekinci, 2001: 2):

- İthalât işlemi, belli bir maliyeti beraberinde getirdiğinden bunu gerçekleştirmek, her firma için mümkün olmamaktadır. Söz konusu olumsuzluğun teşvik vb. desteklerle giderilebilmesi mümkün olmakla birlikte bunlardan her KOBİ istifade edememektedir.

- Bu konudaki en büyük eksikliklerden biri de KOBİ'lerin genelinde dış ticaret işlemlerini takip edecek bir bölüm olmayışıdır. Dolayısıyla, söz konusu işlemlerin takibi amatör bir şekilde gerçekleştirilmektedir.
- Yukarıdaki maddeyle bağlantılı olarak, şunu söyleyebiliriz: KOBİ'lerin ithalât yapacakları firmalarla tam bir iletişim içerisinde olmayışı - dil problemleri, konu ile ilgili bilgi eksikliği vb. sebeplerden kaynaklanmaktadır.- işlemin başlangıcından sonuçlanmasına kadar muhtemelen sıkıntılarla karşı karşıya kalmalarına sebep olmaktadır.
- Firmaların derinlemesine pazar araştırması yapmayı, fakat rastgele elde edilmiş bilgilerden hareketle ithalât işlemlerinde bulunması, istediği nitelikte mal bulamayışına, bulsa da işlemi yüksek maliyetle gerçekleştirmesine sebep olmaktadır.

### **4.3. Türkiye’de KOBİ’lerin Pazarlama ve Satışta Karşılaştıkları Sorunlar**

Genellikle KOBİ'lerin pazar oluşturma ve faaliyetlerini ciddi şekilde sürdürme konusunda temel pazarlama stratejilerinin olduğunu söylemek zordur. Buna rakiplerin tanınmaması, rekabetin anlaşılmaması çarpan etkide bulunmaktadır. Sahip oldukları organizasyonların işlerliğinde ise disiplin bozuklukları vardır. Her an yoldan çıkmakta, yolu bulmakta zorlanmaktadır. Diğer yandan KOBİ'ler daha yola düşmeden, koşullar yeniden belirlenmektedir.

Türkiye’de KOBİ'lerin çoğunda belli bir pazarlama stratejisinin olduğunu söylemek zordur. Hatta kavram olarak “pazarlama” ve “satış” bile ya birbiriyle karıştırılmakta; ya de ikisinin de aynı faaliyetler olduğu düşünülmektedir (Oktav vd, a.g.e: 93.94).

KOBİ'lerde pazar oluşturma ile ilgili ciddi organizasyonlar mevcut değildir. Hedef pazarların araştırılması, bulunması ve değerlendirilmesinde birtakım eksiklikleri vardır.

Nitelikli pazarlama elemanları istihdam edilememektedir. Bu, mali sebeplere bağlanabilir. Satış, geliştirme, reklam ve tutundurma çabalarının araştırılması ve planlamasında aksaklıklar mevcuttur.

Fiyat tespitinde birtakım zorluklarla karşılaşmaktadır maliyetlerdeki artışlar ve bunun düzenli bir şekilde fiyatlara yansıtılamaması, KOBİ'lerin kâr edememelerine ya da bunun düşük olarak gerçekleşmesine sebep olmaktadır (Bağrıaçık,1989: 23).

Müşteri belirlemede stratejik hatalar yapılmaktadır. Sipariş almak için, daha doğrusu, mal-hizmet pazarlama ve satışı için müşterinin gelmesinin beklenmesi, bir hatadır. Belki bu, tüm işletmelerin kabul etmeyeceği bir stratejidir. Ancak modern anlayışa göre bizzat müşteriye veya onların faaliyette bulunduğu piyasalara gidilmesi, söz konusu stratejide başarılı olabilmek için temel şartlardandır (Bağrıaçık, 1989: 22).

Modern pazarlama kavramı, her şeyin pazar ile başladığını kabul etmektedir. Bu nedenle, KOBİ'lerin başarılarında pazar üzerinde yoğunlaşmak önem kazanmaktadır. KOBİ' ler hedef pazarlarını tanımlamada ve pazarlama stratejisi belirlemede yetersizdirler. Çünkü pazar araştırması yapmadan kişisel gözlemlerini kullanmaktadırlar. Ayrıca KOBİ' ler özellikle sosyo-ekonomik koşullardaki değişmeler sonucu oluşan tüketici tercihlerindeki hızlı değişiklikleri izlemede ve bunlara ayak uydurmada da yeteri kadar başarılı olamayabilmektedirler (Çetin, 1996 :158).

KOBİ'lerin pazarlama işlevine ilişkin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Müftüoğlu, 1991: 63):

- KOBİ' lerde pazarlama konusunda uzman kişilerin istihdam edildiği ayrı bir pazarlama bölümü yoktur.

- Bu açıdan KOBİ' lerde "az gelişmiş bir pazarlama" anlayışından söz etmek mümkündür.
- KOBİ' ler pazarlama araçlarından yeterince yararlanamamaktadırlar.
- KOBİ' lerde düzenli bir pazarlama araştırması yapılmamaktadır.
- Genel olarak KOBİ'lere ihracat pazarları kapalıdır veya bu işletmelerin ihracat pazarlarına girmeleri çok zordur
- KOBİ'ler, genellikle ürünlerinin pazarlamasında pahalı ve karmaşık satış kanalları ve satış örgütleri kullanamamaktadırlar.
- Büyük işletmeler kitle üretiminin avantajlarından yararlanırlarken, KOBİ'ler yararlanamamaktadırlar.
- KOBİ'ler daha çok yerel pazarlara hitap etmektedirler.
- KOBİ'ler genellikle sınırlı bir pazar payına sahiptir.
- Yan sanayi olarak büyük bir işletmeye yarı mamul veya parça imal eden küçük işletmeler, pazarlama açısından oldukça dezavantajlı bir konumda bulunurlar. Talep tekeline sahip büyük işletme, KOBİ' ye istediği şartları empoze etmekte, maliyetin altında bir fiyatı bile kabul ettirebilmektedir.

Burada, KOBİ'lerin pazarlama avantajlarının da sıralanması yararlı olacaktır. KOBİ'lerin pazarlama işlevine ilişkin başlıca üstünlükleri aşağıdaki gibidir (Müftüoğlu, 1991: 63):

- Doğrudan (direkt) pazarlama,
- Kişisel müşteri ilişkileri,
- Pahalı ve karmaşık satış örgütünün olmaması,
- Esnekliğin yüksek olması,

- Satış giderlerinin azlığı,
- Yalın ve küçük pazarlarda faaliyet gösterme,
- Esneklik, yani müşterilerin özel arzu ve isteklerine cevap verebilme.

KOBİ'lerin pazarlamadaki temel sakıncaları ise şunlardır:

- Yetersiz pazarlama anlayışı,
- Yetersiz piyasa araştırması,
- Pazarlama araçlarından yeterince yararlanamama,
- Sınırlı ve dar bir pazara bağımlılık veya alternatifsizlik,
- Yan sanayi olarak çalışma durumunda alıcı firmaya bağımlılık.

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.

KOBİ'lerin pazarlama sorunlarının çözümüne ilişkin yeni yapılanmalar da söz konusudur. 5590 sayılı yasada değişiklik içeren 06.09.1996 tarih ve 19476 sayılı yasada belirtildiği gibi, Ticaret ve Sanayi Odalarına "Ticaret Merkezi Kurmak" yetkisinin verilmesi ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kurulmasının teşvik edilmesi bu anlamdaki önemli gelişmelerdir.

#### **4.4. Dış Talebi Karşılama Ortaya Çıkan Sorunlar**

İhracatın ülke ekonomisi ve kuruluşlar yönünden büyük bir öneme sahip olduğu somut bir gerçektir. İhracat, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve

kalkınmasında önemli rol oynar. Bununla beraber ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi; ihracatın gerçekleşmesi ve beklenen faydaların sağlanmasında kritik bir faktördür. Günümüzde ihracat, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerde ve hatta KOBİ' lerde dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik ticaret geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak görülmektedir. İhracata yönelmiş firmaların ihracatlarını geliştirme kapsamında karşılaştıkları başlıca sorunlar arasında kalite kontrolü ve standardizasyon bulunmaktadır (Akgemci, 2001: 30).

Ayrıca fiyat maliyet ilişkisini doğru kuramamaları da bir sorun kaynağıdır. Temelde, ihracatta KOBİ'lerin kronik sorunları, ihracat pazarlaması yönetimi düşüncesinin ve yaklaşımının uygulanamamasından kaynaklanmaktadır. KOBİ'lerin ihracat sorunları kendi arasında; "KOBİ'lerin ulusal ve işletme düzeyinde karşılaştıkları sorunlar" olarak iki farklı grupta ele alınabilir (Akgemci, 2001: 30).

KOBİ'lerin ihracat işlemleri ile ilgili olarak karşı karşıya buldukları sorunlar şöyle sıralanabilir:

#### ➤ Üründen kaynaklanan sorunlar

Kalite ve standardizasyondaki eksiklikleri

Çoğu firma, kalite faaliyetini sadece malın nihaî safhası ile ilgili olarak görmektedir. Halbuki modern anlayışa göre kalite faaliyeti; malın üretimi için girdi temininden başlayıp, ürün haline getirilmesi, etiketlenmesi, ambalajlanması ve tüketiciye ulaştırılmasına kadar olan süreci içerir (Bağrıaçık, 1989: 155). "Yerli Malı" imajının varlığı; maalesef yurtdışında, bu yönde aleyhte bir imaj mevcuttur ve bu, tamamıyla kalite anlayışından kaynaklanan bir olumsuzluktur (Aydingün,1995: 169).

#### ➤ Fiyatlarla ilgili sorunlar

Girdilerin yüksek maliyetle temini ve dolayısıyla bunun, malın fiyatının yüksek bir şekilde tespitine sebep oluşu, ihracatı olumsuz etkileyen bir faktördür.



Bu da rekabet gücünü azaltmaktadır. Rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen diğer faktörler ise; rakiplerin tanınmaması, dış pazarların tanınmaması ve hatalı pazarlama stratejilerinin izlenmesidir (Oktav, vd.1990: 30).

#### ➤ Dağıtım sorunları

Girdi teminindeki gecikmeler ve buna ilaveten düzenli bir üretim planının olmayışı, dağıtımla ilgili sorunların ortaya çıkışındaki en önemli faktörlerdir. Bu olumsuzluklar sebebiyle zamanında teslimat yapılamamakta ve işlemlerde devamlılık sağlanamamaktadır (Oktav, vd. 1990: 99).

#### ➤ Tanıtım

KOBİ' lerde tanıtım faaliyetleri oldukça zayıftır. Çünkü KOBİ'lerin, bu faaliyetin; reklam, fuar ve sergilere katılma, alıcılarla karşılıklı ve/veya yüz yüze görüşme gibi temel unsurları hakkında en başta, esaslı bilgileri mevcut değildir. Ayrıca; ilgisizlik, söz konusu unsurların öneminin yeterince kavranamamış olması ve maliyet artırıcı etkilerinin olması sebebiyle tanıtım faaliyeti, KOBİ'lerin gündemine ciddi bir şekilde girememektedir (Oktav, vd.1990: 99).

#### ➤ İhracatın finansmanı

Finansman, başlı başına bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Her KOBİ'nin ihracat kredilerinden istifade edememesi, ihraç bedellerinin tahsilindeki zorluklar, bu çerçevede ortaya çıkan sorunlardır (Yalçın, 1986 :23).

#### ➤ İhracat elemanları

İthalât konusunda da belirttiğimiz gibi, birçok KOBİ'de dış ticaret departmanının bulunmayışı, işlemlerin takibinde sorunlarla karşılaşılmasına sebep olmaktadır (Ekinci, 2001 :3).

#### ➤ İhracat mevzuatı

Mevzuatta zaman zaman meydana gelen değişmelerin takip edilememesi ve bundan dolayı gerçekleştirilen aykırı işlemler, KOBİ' leri zor durumda bırakmaktadır (Oktav, vd.1990: 100).

### ➤ Diğer sorunlar

KOBİ sorunlarından bir diğeri de tarife dışı engellerden oluşmaktadır. Kotalar, standartlar ve sağlık şartları gibi sınırlamalar ihracat işlemini güçleştiren engeller olarak ortaya çıkmaktadır (Bağrıaçık, 1989: 125).

Belki bu konuda sorunları ortadan kaldırma yönünde adım atılması imkânı mevcut olmayabilir ama bu olumsuzlukların, ihracat işlemlerinde ciddi birer engel olarak ortaya çıktığı, asla hatırdan çıkarılmaması gereken gerçeklerdendir (Ekinci, 2001 :3).

## **4.5. KOBİ'lerin Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Sorunlar**

Türkiye son yıllarda ihracatını önemli oranlarda yükselterek bu konuda önemli bir atılımda bulunmuştur. İhracatımıza ana kalemler itibariyle baktığımızda yoğunluk tekstil ve konfeksiyon, deri-kösele, tarıma dayalı sanayi ürünleri ve tarım ve hayvancılık kesimine ait bulunmaktadır. Sözü ettiğimiz kesimlerde tüketici tercihlerinin sürekli değişmesi sebebiyle üretim şekli itibariyle Küçük ve Orta Boy İşletme olarak örgütlenmek, Büyük Boy İşletme olarak örgütlenmeye oranla daha esnek ve ekonomiktir (Akgemci, 2001: 31).

KOBİ'lerin dış pazarlardaki rekabet gücünü etkileyen sorunları ise şöyle sıralayabiliriz:

- Kalite düşüklüğü,
- Dış fiyatlamada yanlışlıklar,
- Rakiplerin yeterince tanınmaması,
- Hatalı pazarlama stratejileri,
- İhracat konusunda bilgi ve eleman eksikliği,

- İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği, zor ve riskli olarak kabul edilen dış pazarlar konusunda psikolojik engeller,
- Ürünlerin ihracata uygun olmaması,
- Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması (Akgemci, 2001 :31).

#### 4.6. Ar-Ge İle İlgili Sorunlar

Büyük Ölçekli İşletmeler, genelde bütün işlevlerini ekonomik açıdan inceleyebilmekte, analiz edip yorumlayabilmekte ve bu yolla bir takım ekonomik sonuçlar ortaya koyabilmektedirler. Daha dar anlamda büyük işletmeler, yeni mal ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve bilinçli çalışmalar yapabilmektedirler. Ne var ki, bu olgular KOBİ' ler açısından oldukça kısıtlıdır. Gelişen endüstriyel yapılanmalar, küresel rekabet, değişen tüketici zevk ve alışkanlıkları ve benzeri gelişmelerin KOBİ' ler açısından izlenebilmesi bir çok zorluk doğurmaktadır. Orta Büyüklükteki İşletmelerden ancak bir kısmının Ar-Ge eylemlerine yönelip; ilgili verilere ulaşabilmeleri, bilgileri anlamlı hale getirebilmeleri, teknolojik yenilikleri izleyebilmeleri, temel araştırma ve uygulamalı araştırma yapabilmeleri ve nihayet geliştirme eylemlerinde bulunabilmeleri olasıdır. Özellikle küçük işletmeler pazara ilişkin nedenler, toplumsal nedenler ve örgütsel nedenlerle Ar-Ge departmanı kurmayı düşünseler bile, buna ilişkin program ve bütçe oluşturamayabilmektedirler (Akgemci, 2001: 36).

Ar-Ge ile ilgili sorunlar kapsamında teknolojik gelişmelerin yadsınamaz bir yeri vardı. Türkiye'deki KOBİ' ler, yenilik ve değişen teknolojiler karşısında yetersiz kalmakta ve bu konuda imkanları değerlendirememektedirler. Bu işletmelerin büyük işletmelerle mücadelesi onların ürettikleri ürünleri değil tam tersine, onların üretmediklerini yaparak yürütülmelidir. Bu işletmeler, uyum

avantajlarını iyi kullanarak büyük işletmelerin giremedikleri piyasalara girmeye çalışmalıdırlar (Akgemci, 2001 :36).

Yeniliklerin taşıdığı önem, Türk işletmelerinin uluslararası piyasalarda boy göstermeye başladığı son yıllarda açık bir şekilde anlaşılmıştır. Zira yeniliklere açık olmayan ve bu konuda başarılı olamayan bir işletme, uzun bir süre piyasada kalamamakta ve önünde duran büyüme imkanlarını değerlendiremeyerek faaliyetlerini nispeten küçük ölçeklerde devam ettirmeye mahkum olmaktadır. Yeniliğin günümüz işletmeleri açısından taşıdığı önem, şu benzetmede güzel ve anlamlı bir şekilde dile getirilmiştir; "İşletmecilik aşağı doğru akmakta olan bir nehirde ters yönde kürek çekmeye benzer, durduğunuz an gerilemiş olursunuz" (Müftüoğlu, 1991, s.199).

#### **4.7.Tanıtım Sorunu**

KOBİ' lerde tanıtım faaliyetleri oldukça zayıftır. Çünkü KOBİ'lerin, bu faaliyetin; reklam, fuar ve sergilere katılma, alıcılarla karşılıklı ve/veya yüz yüze görüşme gibi temel unsurları hakkında en başta, esaslı bilgileri mevcut değildir. Ayrıca; ilgisizlik, söz konusu unsurların öneminin yeterince kavranamamış olması ve maliyet artırıcı etkilerinin olması sebebiyle tanıtım faaliyeti, KOBİ'lerin gündemine ciddi bir şekilde girememektedir (Bağrıaçık, 1989: 22).

#### **4.8. Kısa ve Uzun Vadede Sorunların Çözümüne İlişkin Yapılabilecek Çalışmalar**

Dünya da küreselleşme eğilimlerinin artması piyasalardaki rekabetin artmasına neden olmuştur. Devletin ekonomideki rolünün azalması, yabancı sermayenin, mal ve hizmetlerin serbestçe dolaşımı pazarlarda yer almak isteyen firmaları daha ucuz, daha kaliteli mallar üretmeye zorlamaktadır. Artan rekabet ortamı ile birlikte kalite ve verimliliğe verilen önem teknoloji yatırımlarını

arttırmış bu durum da firmaların yeni finansal olanaklar yaratmasını zorunlu hale getirmiştir. Her türlü rekabet şartlarına karşılık firmalar kendi avantajlarını ön plana çıkararak pazarda yer edinebilmek için alternatifler üretmek zorundadırlar (Aras ve Müslümov: 23)

Ekonomik küreselleşmenin derecesi arttıkça ve AB'ne tam üyelik gerçekleştiikten sonra, Türk KOBİ'leri bugünkünden çok daha farklı bir çevrede rekabet edeceklerdir. Bu yeni iş çevresi fırsatları ve tehditleri ile bir gerçeklik olarak bu günden kendini göstermektedir. KOBİ'ler için gelecekte ayakta kalmanın ön şartı, oluşmakta olan bu iş çevresine ilişkin uzun dönemli öngörülerini şimdiden yapmaları ve organizasyonlarının yönlerini belirlemeleridir (Eyre and Smallman, 1998).

Gerekli stratejik hareketleri zamanında yapamamış, çevredeki değişime uygun olarak organizasyonun yönünü oluşturma açısından yanlış tercihler yapmış IBM gibi devasa organizasyonlar dahi stratejik yönetim açısından zaaf gösterirken, KOBİ'lerin zaaf göstermeyeceğini düşünmek mümkün değildir (Dess and Miller, 1996, Dinçer, 1996).

Ancak, artık Türkiye'nin AB ve G20 gibi bloklar içerisinde yer alarak küresel düşünme yönünde ciddi adımlar atması, KOBİ yöneticilerinin işletmelerinin yönlerini belirlemede stratejik düşünme ve yönetme mecburiyetini beraberinde getirmektedir. Stratejik yönetim sürecinde örgüt yönünün belirlenmesinden kasıt, örgüte vizyon, misyon ve amaçlar kazandırmaktır (Certo and Peter, 1995). Her organizasyon gibi KOBİ'lerin de önce varmak istedikleri yeri tanımlamaları, sonra da atacakları adımların kendilerini varmak istedikleri yere götüreceğinden emin olmaları gerekir.

### 4.8.1. AB’de KOBİ’lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Çalışmaları

Dünyanın her yerinde olduğu gibi AB’nde de KOBİ’ler ekonomide önemli rol oynamaktadırlar. European Network for SME Research (1994) araştırmasına göre KOBİ’ler AB’deki toplam ticari organizasyonların % 95’ini, toplam istihdamın % 72’sini ve toplam cironun % 80’ini gerçekleştirmektedirler (European Network for SME Research, 1994). Ekonomi açısından böylesine öneme sahip kurumlara karşı AB’nin kayıtsız kalması elbette düşünülemez.

KOBİ’lerin ve özel girişimciliğin desteklenmesi ve kurulmalarının teşvik edilmesi AB’nin işletme ve sanayi politikaları arasında önemli bir yere sahiptir. AB’de KOBİ’ler istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyümenin gerçekleştirilmesinde önemli bir unsur olarak görülmekte ve KOBİ’lerin makro ekonomik hedeflere ulaşmakta sağladığı katkı tüm üye devletlerce kabul görmektedir. AB ülkelerinde KOBİ’lerin ihtiyaçları ve karşılaştıkları sorunlar dikkate alınarak rekabet edebilirlikleri güçlendirilmekte, iş ortamının iyileştirilmesi, idari, düzenleyici, finansal ve mali ortamları geliştirilmekte, KOBİ’lerin AB mevzuatına uyumlaştırılması ve uluslararası alanda faaliyet göstermeleri desteklenmekte ve teşvik edilmektedir. Bu amaçlara yönelik olarak, KOBİ’ler yenilik, araştırma ve teknolojik gelişmeyi teşvik eden yatırımlar, eğitim programları, düşük faizli krediler (finans, tarım, ihracat) ve vergi kolaylıkları ile desteklenmektedirler (Önet, 2008: 1).

AB’nin KOBİ’lere sağladığı destek programları; ar-ge denetimleri, KOBİ ihaleleri, yenilikçi uygulamalar ve teknoloji transferi, yeni teknolojilerin entegrasyonunun yönetimi, teknolojik yenilik bilgi biriminin oluşturulması, teknoloji araştırmalarında işbirliği, kaliteyi iyileştirme, ar-ge sonuçlarının yaygınlaştırılması ve kullanımını gerçekleştirmeye yöneliktir.

Ayrıca AB’nin KOBİ destek ve geliştirme politikaları aşağıdaki unsurları içermektedir (Önet, 2008: 1):

- Finans ve/veya kredi kaynaklarının geliştirilmesi (faaliyet geliştirme projelerinin desteklenmesi, yeni işletme tesislerinin desteklenmesi vb.).
- İş yönetimi kalitesinin yükseltilmesi (eğitim programları, enformasyon kaynaklarının ve danışmanlık hizmetlerinin geliştirilmesi).
- Araştırma–Geliştirme (ARGE) önemi hakkında bilgilendirme ve ARGE çalışmalarının desteklenmesi (teknoloji ve yenilik tabanının güçlendirilmesi).
- KOBİ’lerin uluslararası pazarlara açılmasının desteklenmesi (pazar koşullarına uyum).
- Girişimci ruhun teşviki, eğitiminin ve öğreniminin teşviki (istihdam yaratma, ekonomiye dinamizm ve rekabetçi bir yapı kazandırma amacı ile büyüme potansiyeli yüksek olan işletmelerin kurulması ve geliştirilmesi).

AB bu hedef ve politikaları gerçekleştirmek için üye ülkelerde faaliyet gösteren KOBİ’lerin ihtiyaçlarına göre belirli projeleri yürürlüğe koyabilmektedir (Önet, 2008: 1).

Bunlardan bazıları:

- Bürokratik engellerin hafifletilmesi ve mevzuatların kolaylaştırılması,
- Bilgi-enformasyon şebekelerinin geliştirilmesi, teknolojik kapasitelerin güçlenmesi
- Eğitim destekleri, mesleki eğitim, araştırma, geliştirme ve bilgi toplumuna geçişin hızlandırılması, Internet erişiminin iyileştirilmesi
- Kredi-finance ortamının geliştirilmesi,
- Avrupa ve uluslararası pazarlara açılımın desteklenmesi.

AB'nin KOBİ' lere yönelik işletme politikası KOBİ'lerin ihtiyaçları ve karşılaştıkları sorunları dikkate alarak rekabet edebilirliklerini güçlendirecek şekilde yapılandırılması ve bu doğrultuda çeşitli mekanizmaların uygulamaya konulması şeklindedir. İşletmelerin dış pazarlara açılmaları, potansiyel işbirliği alternatiflerini değerlendirmeleri ve bu çerçevede bilgilendirilmeleri de işletme politikasında yer almaktadır.

Buna ilave olarak, özelde AB, genelde ise küreselleşme, rekabet üstünlüğü sağlama konusunda yeni fırsatları da bünyelerinde barındırmaktadır. Bu fırsatları değerlendirmenin ön şartı ise yöneticilerin ve sahiplerin, sundukları ürün ve hizmetlere yeni bir bakış açısıyla yaklaşmaları, pazarı yenilikçi-yaratıcı bir düşünceyle değerlendirmeleridir. Geleceğin rekabet şartlarını, dayatmalarını ve gereklerini şimdiden düşünebilmek ve bunlara gerekli tepkimeyi verebilmek için organizasyon geneline bu yenilikçi düşünceyi yaymak şarttır (Hamel and Prahalad, 1994).

#### **4.8.2. Türkiye'de KOBİ'lerin Sorunlarının Giderilmesinde Geliştirilen Çözüm Önerileri**

1980'li yıllarda Türkiye ekonomisinde ve istihdamda çok önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin dış ticarete yönelik olarak örgütlenmeleri amacıyla sektörel dış ticaret şirketleri adı altında kurulan çok ortaklı şirketler aracılığıyla dış ticaret yapmaları gündeme gelmiştir. Ayrıca ihracat rejiminde de zaman içinde yapılan değişiklik ve düzenlemelerle, ihracat serbestisi sağlanmıştır. 1995 yılında dünya ticaret örgütünün kurulmasıyla ihracatı destekleme politikaları uluslararası anlaşmalarla belirlenmeye başlanmıştır. Ayrıca 1996 yılında Avrupa Birliği ve Türkiye arasında oluşturulan Gümrük Birliği' de Türkiye'nin dış ticareti destekleme politikasını doğrudan etkilemiştir.

Küresel ve bölgesel bazda yaşanan bu gelişmelere paralel olarak, 1980 sonrasında yoğun olarak uygulanan parasal teşviklerinin yerine, Dünya Ticaret



Örgütü ve Avrupa Birliği normlarına uygun ihracata devlet yardımları uygulamaya konulmuştur.

İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı kapsamında 11 adet destek programı uygulanmaktadır. İhracata yönelik devlet yardımları Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından planlanmakta ve mevzuat düzenlemeleri gerçekleştirilmektedir. Uygulama ise ilgili müsteşarlıkla birlikte TÜBİTAK, Türk Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), İhracat Birlikleri, İGEME, TSE, KOSGEB, Merkez Bankası, Eximbank tarafından yapılmaktadır. Tüm devlet yardımlarının uygulanmasında nihai onay merci Dış Ticaret Müsteşarlığı, ödemeye ilişkin finansman kaynağı ise, Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'dur (TİM, 2002: 22.23)

Bir diğer destekleme aracı Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. / Türk Eximbank, 1987 yılında, Türkiye'nin artan ihracat potansiyelinin desteklenmesi amacıyla resmi ihracat destek kurumu olarak kurulmuştur.

Türk Eximbank'ın temel amacı, ihracatın geliştirilmesi, ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması ve girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması, ihracatçılara, müteahhitlere ve yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvence kazandırılması, yurtdışına yapılacak yatırımlar ile ihracat amacına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesidir ([www.eximbank.gov.tr](http://www.eximbank.gov.tr))

1987 yılında kurulan Türk Eximbank son yıllarda toplam ihracatın %20-25'ini finanse eder hale gelmiştir. Bu oran, dünya ortalamasının çok üzerinde bulunmaktadır.

### 4.8.3. Öncelikler, Politikalar ve Eylemler

KOBİ'lerin yüksek teknolojik kabiliyete ve nitelikli işgücüne sahip, değişen şartlara uyum sağlayabilen, ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü olan bir yapıya kavuşturulması temel amaçtır.

KOBİ'lerin rekabet gücünün artırılabilmesi için etkin bir geliştirme ve destekleme politikasının tesisi edilmeli ilgili kurum ve kuruluşlar arasındaki işbirliği artırılmalı ve etkin bir kamu-özel sektör işbirliği sistemi oluşturulmalıdır. Bu çerçevede oluşturulacak plan ve politikalar kamunun; imalat sanayine veri sağlamasını, ekonomik aktörlerin orta ve uzun vadede büyümesini arttıracak faaliyet alanlarına yönlendirmeli, özel sektörle diyalogu geliştirmeli ve yeni faaliyet alanları yaratılabilmesi için yenilikçi faaliyetleri teşvik etme görevlerini gerçekleştirir

KOBİ'lerin geliştirilmesi kapsamında yürütülecek olan faaliyetler ile ilgili olarak, KOBİ'leri geliştirmeye ve desteklemeye yönelik öncelik verilmesi gereken hususlar, hedefler, öncelikler ve politikalar belirtilmiştir (KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı İstanbul 2007-2009):

#### ➤ *Girişimciliğin Geliştirilmesi*

Girişimcilik, ekonomik büyümenin ve yeni istihdam olanakları yaratmanın kilit unsuru olma niteliği taşımakla birlikte, potansiyel girişimci sayısının artması bölgesel kalkınmaya da olumlu etki ederek, göçün azaltılmasına katkıda bulunacaktır.

KOBİ'lerin verimliliğinin, katma değer içindeki payının ve uluslararası rekabet gücünün artması hedeflerine, nitelikli girişimcilerin sayısının artmasıyla ulaşılabilecektir. Girişimciliğin desteklenmesinde izlenen politikaların başarısı, söz konusu hedeflerin ulaşılabilirliği açısından büyük önem arz etmektedir.

İmalat sanayinde piyasalara yeni üreticilerin girişinin artırılması için özellikle yenilikçi ve yaratıcı girişimcilerin desteklenmesi gerekmektedir. Girişimciliğin desteklenmesi genç nüfusun içinde bulunduğu işsizlik problemini

de azaltacaktır. Girişimciliğin desteklenmesine yönelik faaliyetlerin başlıcaları; girişimcilere yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile girişimcilerin finansman problemlerini azaltmaya yönelik faaliyetlerdir.

Türkiye’de girişimcilik kültürünün geliştirilebilmesi için çeşitli faaliyetlerle toplumun girişimciliğe bakış açısının iyileştirilmesi sağlanmalıdır. Bu doğrultuda; potansiyel girişimcilerin cesaretlenebilmeleri için başarılı girişimcilerin ve girişimcilik örneklerinin kitleler tarafından tanınması yönündeki çalışmalar faydalı olacaktır.

Bu kapsamda; girişimcilere yönelik faaliyet gösteren ilgili tüm kuruluşların bir araya geleceği bir platform oluşturularak, girişimciliğe yönelik faaliyetlerin bütüncül bir yaklaşımla ele alınması sağlanmalı ve idari kapasite güçlendirilmelidir.

Girişimciliğin geliştirilmesine yönelik olarak;

- Örgün eğitim sisteminin içine, ilk kademelerden başlayarak girişimcilik eğitiminin dahil edilmesi çalışmalarına devam edilmesi,
- Girişimcilik konusunda yetkin eğitmenlerin ve eğitmen envanterinin oluşturulması için bir çalışma başlatılması,
- Girişimci adaylarına yönelik iş kurma eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve özel hedef grupları ile dezavantajlı gruplar için iş kurmaya yönelik eğitim ve danışmanlık programlarının geliştirilmesi,
- İşini yeni kurmuş girişimcilerin iş geliştirmeye yönelik bilgi ve beceri düzeylerinin artırılması,
- Girişimciliği teşvik için, yeni iş kuranlara sosyal güvenlik primleri ve vergi konularında çeşitli avantajlar sağlanması,
- İş Geliştirme Merkezlerinin (İŞGEM) ülke genelinde yaygınlaştırılması,

- Girişim sermayesi sisteminin fon kaynaklarının artırılması ve yaygınlaştırılması
- Kırsal kesimde ve az gelişmiş bölgelerde girişimciliğin teşvik edilmesi, bu kapsamda finansman modelleri geliştirilerek bunların hukuki altyapısının oluşturulması ve yaygınlaştırılması amaçlanmaktadır.

➤ *İşletme Geliştirme*

Bir ülkede; ekonomik büyüme ve istihdam artışının kaynağı özel sektörün gelişimi olup, rekabet gücü yüksek bir ekonomi ve sürdürülebilir bir kalkınma modeli için ekonominin lokomotifi olan KOBİ'lerin gelişme ve büyümelerinin sağlanabilmesi ve rekabet güçlerinin artırılması gerekmektedir.

KOBİ'lerin, özellikle firma yapılarından kaynaklanan sorunlarının başında gelen vizyon ve misyon belirleyebilme güçlerindeki yetersizlik, finansman kaynaklarına erişimdeki engeller, pazarlama hizmetlerindeki yetersizlik, kalite ve verimlilik bilincinin yetersizliği Ar-Ge ve yenilikçiliğe uzak yapılanmaları, içinde buldukları rekabet ortamına uyum sağlamakta zorlanmalarına neden olmaktadır. Dünyadaki gelişim ve değişim rekabette sürekliliği gerektirmekte olup, bu da verimli, kaliteli ve yenilikçi üretim ile sağlanabilecektir.

Öte yandan, tüm dünya da, kamuoyunun çevre kirliliğinin önlenmesi ve doğal kaynakların korunması konularında daha hassas hale gelmesi, çevreye zarar vermeden üretim yapan işletmelerin ve ürünlerin tercih edilmesine yol açmıştır. Bu doğrultuda, KOBİ'lerin, rekabet güçlerini koruyabilmek için çevreye duyarlı üretim yapma kültürünü işletme kültürlerine entegre etmeleri gerekmektedir. İşletmelerin çevreye ilişkin yükümlülüklerini yerine getirebilmesi; çevrenin korunmasına yönelik politikaların benimsenmesi, çevre mevzuatına ve standartlarına uygun üretim yapılması ve çevre dostu teknolojiler kullanarak olumsuz çevresel etkilerin en aza indirilmesi ile sağlanabilecektir.

KOBİ'lerin; stratejik, planlı ve vizyonel üretim yapabilen, sektöründe uzmanlaşabilen, kendi potansiyelini kullanabilen, inisiyatif alabilen, hedefler

koyabilen, fırsatlar yaratabilen, düşünme, algılama ve problem çözme yeteneği gelişmiş nitelikli işgücüne sahip, değişen şartlara uyum sağlayabilen, ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü olan bir yapıya kavuşturulmasını ve bu yapıya sahip KOBİ'lerin çoğaltılabilmesini sağlamak amacı ile ;

- Kurumsallaşmanın yaygınlaştırılması, alt yapılarının geliştirilmesi, kurumsal yönetim ilkeleri doğrultusunda işletmelerin dışa dönük, dinamik ve rekabetçi bir yapıya kavuşturulması,
- KOBİ'lerin nitelikli insan kaynağına ulaşmalarının sağlanıp, bunu sürdürülebilir bir yapıya kavuşturarak yönetim kapasitelerinin geliştirilmesi,
- Çalışanların mesleki ve teknik niteliklerinde iyileştirmeye yönelik çalışmaların planlanarak, mesleki ve teknik eğitimin etkinliğini ve verimliliğini artırmak amacıyla iş dünyası ile işbirliğinin geliştirilmesi,
- İşletme fonksiyonları kapsamında bilinç ve beceri düzeylerinin yükseltilerek, iş ve yönetim becerilerinin artırılması, stratejik yönetim anlayışının yaygınlaştırılması,
- KOBİ'lerin analiz edebilme güçlerinin artırılarak geleceğe yönelik bakış açılarında vizyonel değişimler yaratıp, ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilme potansiyellerinin oluşturulması ve bunun geliştirilmesi,
- İşletmelerin, kalite ve verimlilik konusunda bilinç düzeylerinin yükseltilerek, kalite yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi ve verimliliğin artırılması,
- Belgelendirme sistemlerinin iyileştirilmesi ve kalite iyileştirme ve geliştirmeye yönelik modernizasyon çalışmalarının gerçekleştirilmesi,
- KOBİ'lerin özgün tasarım ve marka yaratarak ulusal ve uluslararası pazarlarda yerini alan bir yapıya kavuşturulması,

- Üretimde yeni teknolojilerin, bilgi teknolojilerinin, esnek üretim ve tedarik planlaması sistemlerinin kullanımının yaygınlaştırılması, yüksek katma değerli üretim yapısı için ulusal ve uluslararası düzeyde firmalar arası işbirliğinin geliştirilmesi,
- Yenilik ve yeni teknoloji üretme konusunda bilinç düzeyinin yükseltilmesi,
- Bu konuların tamamında gerekli yetkinliğe ulaşılması için danışman havuzu ve danışman akreditasyon sisteminin oluşturulması ve/veya geliştirilmesi,
- KOBİ destek sisteminin, tüm sektörlerdeki KOBİ' lere destek verebilmek amacıyla geliştirilmesi, amaçlanmaktadır.

➤ *KOBİ'lerin Uluslararası Pazarla Bütünleşmesi*

Ulusal pazarlar her geçen gün artan biçimde küreselleşmenin getirdiği fırsat ve zorunluluklar nedeni ile uluslararası pazar niteliği kazanmaktadır. Bu bakımdan küçük ve orta boy işletmelerin de kuruluş ve üretim aşamalarında rekabet sağlayıcı faktörleri gözetmenin yanı sıra, yeni pazarlara açılma ve özellikle ihracat açısından da uluslararası düzeyde rekabet unsurlarını ön planda tutmaları kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu bakımdan, KOBİ'lerin uluslararası düzeyde yeni pazarlarda tutunabilmeleri ile mevcut alanlarda pazar paylarını artırarak ve varlıklarını güçlendirerek sürdürülebilmeleri büyük önem taşımaktadır. Bu ise ancak, gerekli bilgilere kısa sürede ulaşılabilmesi ve bunların sağlıklı bir biçimde değerlendirilmesi sonucu, kalite / fiyat dengesi ön planda tutularak oluşturulacak ihracat yönelimli imalat anlayışıyla uluslararası pazarlara açılmaları ile mümkün olacaktır.

Türkiye'nin her geçen yıl toplam ihracatı içerisinde sanayi mallarının artışına paralel biçimde gelişen ancak, belli ülke ve ürün grupları ile sınırlı şekilde devam eden ihracat eğiliminin, potansiyel yeni ülke pazarlarına ileri üretim teknolojileri ve katma değeri yüksek yeni ürün grupları ile açılım yapılabilecek şekilde geliştirilmesi, ülkemiz açısından vazgeçilmez bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

İmalat sanayi işkolunda faaliyet gösteren KOBİ'lerin Türkiye ihracatı içindeki paylarının, bu işletmelerin üretim ve istihdam içindeki paylarına oranla çok düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Türkiye KOBİ'lerinin üretim ve istihdamdan gelen güçlerinin ihracata da yansıtılması ve bu amaçla KOBİ'lerin uluslararası piyasalardaki rekabet güçlerinin artırılması yönünde politikalar izlenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, öncelikle Türkiye KOBİ'lerinde uluslararası ticaret bilincinin oluşturulması ve geliştirilmesi ile bu işletmelerin ihracata yönlendirilmeleri gerekmektedir.

Bu amaçtan hareketle, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve bu Müsteşarlığın bağlı kuruluşları olan İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME) ile İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri, Türkiye firmalarında dış ticaret bilincinin oluşturulması ve geliştirilmesi ile bu firmaların ihracata yönlendirilmeleri amacıyla yürüttükleri genel ve/veya teknik düzeydeki eğitim faaliyetlerini sürdürecektir.

Diğer taraftan, Türk sanayisinin omurgasını oluşturan KOBİ'lerin artan küresel rekabet ile birlikte çoğalan sorunlarına çözüm getirilebilmesi için, aynı üretim dalında faaliyet gösteren işletmelerin çok ortaklı dış ticaret şirketleri şeklinde örgütlenerek ihracata yönlendirilmesi amacıyla, Türk Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından "Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ)" modeli geliştirilmiş olup, son 10 yıldır başarıyla uygulanmaktadır. Ancak, SDŞ modelinin daha etkin bir şekilde işleyişinin sağlanması amacıyla modele yeni unsurlar eklenerek geliştirilmelidir.

Bütün bu hususlar, Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından hazırlanan ve uygulamaya konulan İhracat Stratejik Planı çerçevesinde bir bütün olarak ele alınmaktadır. Sorunların tespiti ile çözüm önerileri geniş bir katılımı değerlendirilmekte, çözüme yönelik uygulama ise İhracat Stratejik Portalı vasıtasıyla bütün tarafların değerlendirmesine ve izlemesine açık hale getirilmektedir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından 1990'lı yılların ortalarından bu yana sürdürülmekte olan ve son yıllarda büyük bir ivme kazanan KOBİ'lerin ve SDŞ'lerin dış ticarete yönlendirilmesi çabaları çerçevesinde, söz konusu firmaların;

- Üretim altyapısının geliştirilerek uluslararası pazarlarda rekabet güçlerinin artırılması,
- İhracat faaliyetlerine yönlentilmeleri ve uluslararası pazarlarda tanınmalarının sağlanması,

Doğrudan pazarlama, pazarda derinleşme ve markalaşma faaliyetlerinin desteklenmesi şeklinde planlanarak yürürlüğe konulan ihracata yönelik devlet yardımları kapsamında bu Türk firmalarını üretimden pazarlamaya kadarki her aşamada desteklenmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda, başta KOBİ'ler olmak üzere işletmelere Ar-Ge, Eğitim, İstihdam ve Çevre Maliyetleri, Pazar Araştırması, Yurtdışı Fuar, Yurtdışı Ofis-Mağaza ve Moda-Marka destekleri uygulanmakta, KOBİ'lerin önemli ithalatçılar ile buluşmalarının sağlandığı hedef ülkelere yönelik ticaret ve alım heyeti programları düzenlenmektedir.

KOBİ'lerin dış ticarete yönlendirilmesi ve ülkemiz ihracatındaki paylarının artırılabilmesi amacıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yürütülmekte olan faaliyet ve projeler önümüzdeki yıllarda da devam edecektir. Türk dış ticaret politikalarıyla uyumlu bir şekilde sürdürülen ve işletmelerin bireysel ve organize olarak dünya piyasalarına açılabilmesi için 1995 yılından beri uygulanmakta olan destek mekanizmaları da değişen koşullar ve taleplere göre revize edilecek ve Türk işletmelerinin daha geniş bir yelpazede yeni destek unsurlarının ilavesiyle desteklenmesi amacıyla yeni uygulamalar hayata geçirilecektir.

KOBİ'lerin uluslararası pazarlarla bütünleşmesi amacıyla yönelik olarak KOSGEB tarafından da çeşitli destekler sağlanmaktadır. Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin, Türkiye'de düzenlenen uluslararası sanayi ihtisas fuarlarına katılarak fuarlara katılan yurtdışı ithalatçı firmalarla iş görüşmeleri yapmalarının sağlanması amacıyla Yurtiçi Uluslararası Sanayi İhtisas Fuarlarına Katılım



Desteği, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda isimlerini duyurabilmelerinin temini ve KOBİ'lerde marka bilincinin yaygınlaştırılması için Tanıtım ve Markaya Yönlendirme Desteğleri, uluslararası pazarların bizzat KOBİ'ler tarafından görölerek, kendi sektörlerindeki gelişmeleri görebilmeleri ve kendilerini küresel rekabete hazırlamaları amacıyla Milli Katılım Düzeyindeki Yurtdışı Fuarlara Katılım Desteği ve Milli Katılım Dışındaki Yurtdışı Fuarlara Katılım Desteği verilmektedir. Söz konusu destekler geliştirilerek sürdürülmelidir.

➤ *İş Ortamının İyileştirilmesi*

Küreselleşme olgusu her geçen gün nüfuz alanını genişletmekte ve işletmeler sadece dış pazarlarda değil, iç pazarda da yoğun bir dış rekabetle karşı karşıya kalmaktadır. Rekabet edebilmek için işletmeler, üretim maliyetlerini düşürme, verimliliği artırma, yenilikçi ve kaliteli ürünler üretme gibi işletme içi faktörleri geliştirme çabasında iken, bir işletme için dış faktör olan genel iş ortamının iyileştirilmesi de önem arz etmektedir.

Türkiye KOBİ'lerini haksız rekabete maruz bırakmamak için öncelikle Gümrük Birliği içinde olduğu AB ülkelerinin sahip olduğu iş ortamının Türkiye KOBİ'lerine sağlanması gerekmektedir. Bu çerçevede izin süreçlerinin basitleştirilmesi, girişimcilerin etkin bir şekilde desteklenmesi, mevcut finansman araçlarının geliştirilmesi ve yeni mekanizmaların oluşturulması ve bunlara KOBİ'lerin erişiminin artırılması konularında AB ülkeleri ile fark kalmayacak bir noktaya ulaşmanın hedeflenmesi gerekmektedir.

Rekabet gücünü artırmak için yenilikçiliğe yönelme, verimlilik artışı sağlama gibi genel kurallar olmasına karşın her ülkenin nispi üstünlük ya da yetersizliklerinin bulunduğu alanlardan söz etmek mümkündür. Ülkemizdeki girişimciler de doğal olarak hangi sektörlerde nispi yetersizlik ya da üstünlüklerinin bulunduğunu bilmek istemektedir. Bu çerçevede ulusal ve sektörel rekabet gücü stratejilerinin oluşturulması gerekmektedir.

Kalkınmada sürdürülebilirlik, sürekli yeni girişimcilerin ekonomiye kazandırılması ve mevcutların da geliştirilmesi ile mümkündür. Bu amaçla

yapılması gereken hususların başında mevzuatta yatırımcının önündeki engellerin kaldırılması gelmektedir. Türkiye’de yatırımcının önündeki engellerin kaldırılması amacıyla 2001 yılından itibaren Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu çalışmaları yürütülmektedir. Çalışmalar; “Şirket Kuruluşu”, “İstihdam”, “Sektörel Lisanslar”, “Yatırım Yeri”, “Vergi ve Teşvikler”, “Dış Ticaret ve Gümrükler”, “Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları”, “Yatırım Promosyonu”, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları” ve “KOBİ’ler” başlıkları altında yürütülmektedir. Her bir başlık için özel sektör ve kamu temsilcilerinden oluşan bir Teknik Komite oluşturulmuştur. Teknik Komiteler mevzuat değişikliği gerektiren hususlar başta olmak üzere hazırladıkları önerileri önce Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu’nun (YOİKK) koordinasyonundan sorumlu 9 kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşunun üst düzey temsilcilerinin yer aldığı Yönlendirme Komitesine, oradan Hazine’den sorumlu Devlet Bakanının başkanlığında, 9 kurum ve kuruluşun en üst düzeydeki temsilcilerinin yer aldığı Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu’na sunmakta ve buradaki değerlendirmeler sonucu mevzuat değişiklikleri ile diğer hususlarla ilgili talepler hükümete iletilmektedir. Geçen süre zarfında YOİKK çerçevesinde yatırım ortamı açısından oldukça olumlu çalışmalar gerçekleştirilmiş olup, YOİKK çalışmalarının sürdürülmesi önem arz etmektedir.

Günümüzde işletmelerin, özellikle KOBİ’lerin tek başlarına rekabetçi bir noktaya ulaşmaları zor olmaktadır. Bu zorluğu aşabilmek amacıyla geliştirilen önemli bir yaklaşım “kümelenme”dir. Kümelenme; “Aynı iş kolunda faaliyet gösteren, aralarında ilişkiler olan ama aynı zamanda rekabet içinde olan çok sayıda firmanın, onlara mal sağlayan tedarikçilerin ve hizmet satanların, ilgili kurumların (üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar, v.b) aynı coğrafi bölgede yoğunlaşmaları” olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, kümelenme oluşumları desteklenecektir.

Her ülke rekabetçi girişimlerin ortaya çıkması, mevcut KOBİ’lerin gelişmesi ve küresel rekabet alanında tutunabilmelerini temin amacıyla destek

mekanizmaları geliştirmiştir. Türkiye’de bu amaca yönelik olarak KOSGEB, Hazine Müsteşarlığı, DTM, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Maliye Bakanlığı ve TÜBİTAK gibi kurum ve kuruluşlar tarafından devlet destekleri yürütülmektedir.

Türkiye’de devlet destekleri uygulamalarında çeşitli problemler göze çarpmaktadır. Önemli sorunlardan biri koordinasyonsuzluktur. Bunun sonucu olarak devlet yardımlarının bir bütün olarak, etkinliğinin ölçülmesi zorlaşmaktadır. Ayrıca her bir kurumun uyguladığı desteğin etkinliğinin ortaya konulmasında da sorunlar bulunmaktadır. YOİKK kapsamında faaliyet gösteren Vergi ve Teşvikler Teknik Komitesinin çalışmalarının devamı bu konuda olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Vergi teşvikleri genel teşvik uygulamaları içinde önemli bir yere sahip olup, her bir teşvik uygulaması için belirlenen şartlara haiz işletmelerin çeşitli vergi teşvikleri (Ar-Ge indirimi; endüstri bölgeleri, serbest bölgeler ve teknoloji geliştirme bölgelerinde uygulanan teşvikler; işletmelerin kredi teminine ilişkin işlemlerinde vergi, resim ve harç istisnası, yatırımların ve istihdamın artırılmasına yönelik teşvikler; eğitim ve öğretim işletmelerinde kazanç istisnası, kültür yatırımları ve girişimlerine yönelik teşvikler vb.) ile teşvik edilmesi uygulamaları, koşulların objektif kriterlere sahip olması, uygulama yöntemlerinin basit olması ve teşviklerden yararlanan işletmelere, uygulama dönemleri itibariyle, maliyet avantajı sağlanması bakımından önemlidir.

KOBİ’ler, sermaye ve ciro miktarlarının ve ölçeksel büyüklüklerinin düşük olması, kurumsal yapılanmalarının yetersizliği, düşük verimlilik ve kapasite kullanım oranlarıyla çalışmaları, sistemin gerektirdiği güvence vb. yükümlülükleri karşılamakta çektikleri güçlükler nedeniyle banka ve kredi sisteminden yeterince yararlanamamaktadır. Ayrıca, bankacılık sektöründen, uzun yıllar kamu borçlarının finansmanında yararlandığı da bilinmektedir. Kredi faizlerinin yüksekliği ve teminat verme güçlüğü ise düşük verimlilikle çalışan KOBİ’ler açısından caydırıcı olmuştur.

KOBİ'lerin finansmana erişim imkanlarının iyileştirilmesi, girişimciliğin geliştirilmesi, rekabet, yenilik ve ekonomik gelişmenin sağlanmasında kritik faktörlerdir. KOBİ'ler, büyümek, faaliyetlerini geliştirmek ve genişletmek için öz kaynaklarının yanı sıra ek finansmana ihtiyaç duymaktadır. Ancak, finansman kuruluşları KOBİ'lerin finansmanını riski yüksek, getirisi düşük olarak görmektedir. Ayrıca, KOBİ'lerin finansman sisteminin gerektirdiği karmaşık ve kapsamlı finansal dokümantasyon sistemine uyumlu duruma getirilmesi gerekmektedir.

KOBİ'ler, sermaye piyasası ve mali piyasalarla düzenli çalışan bir ortamda modern finansman araçları ve kurumları ile desteklenmelidir. Girişim sermayesi yatırım ortaklığı (GSYO), finansman yatırım ortaklığı, gayrimenkul yatırım ortaklığı gibi finansman araçları yaygınlaştırılmalı, bu uygulamalara kaynak teşkil edebilecek fonlar harekete geçirilmeli ve KOBİ' lere yönelik kredi garanti ve GSYO şirketlerinin fon imkanları artırılmalıdır.

KOBİ'lerin finansman hizmetleri hakkında bilgilendirilmesi sağlanarak, finans kuruluşları, meslek kuruluşları ve kamu hizmet birimlerinin iş birliği ile bilgilendirme programları hazırlanmalı, finansmana yönelik bilgi sistemi oluşturulmalıdır. KOBİ'lerin ölçekleri itibariyle bankacılık kesiminden alabilecekleri kredi miktarları ülke genelinde düşük seviyelerde kalmakta olup, bankalar tarafından,

- Yüksek faiz oranları,
- Karşılanması güç ve genelde gayrimenkul ipoteğine bağlı teminatlar,
- Yüksek oranda komisyonlar talep edilmektedir.

Türkiye'de KOBİ'lerin kredi temininde karşılaştıkları önemli sorunlardan biri teminattır. Bu sorunun çözümü için, banka kredilerinde teminat problemlerinin giderilmesi için halihazırda faaliyet gösteren Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. gibi kuruluşların yaygınlaştırılması gerekmektedir.

KOSGEB, TOBB, TESK, HALKBANK, TOSYÖV ve MEKSA ortaklığında faaliyetlerini sürdüren Kredi Garanti Fonu A.Ş. bugün itibariyle 15 banka ve finans kuruluşunun aracılığı ile KOBİ kredilerine garanti/kefalet sağlamaktadır. 2005 yılı sonu itibariyle KGF toplamda 15 milyon Avro'luk kredi hacmi yaratabilmiştir. Kredi Garanti Sisteminin daha etkin hale getirilmesi için sistemin daha verimli ve daha kolay ulaşılabilir hale getirilmesi, KOBİ' lere kaynak sağlayan banka ve finansal kuruluşların da sisteme dahil edilmesi, fonların garanti/kefalet olarak KOBİ'lere kullanılması hedefleri belirlenmiştir. Bu sistemin daha da gelişebilmesi için, Kredi Garanti Sisteminin bankacılık sistemi ile ortaklaşa çalışmasını kolaylaştıracak yasal alt yapısının geliştirilmesi ve yetersiz kaynakların geliştirilerek uygulamanın yaygınlaştırılması sağlanacaktır.

Türkiye'de Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları (GSYO) konusunda, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından yapılan mevzuat düzenlemesine uygun olarak faaliyet gösteren 2 adet Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı şirketi bulunmaktadır. Ancak, girişim sermayesi sağlanan işletme sayısına baktığımızda, ülkemizin bu konuda henüz yolun başında olduğu görülecektir. KOBİ'lerin gelişimi ve yenilikçi girişimlerin ortaya çıkması için GSYO'lar desteklenmeli ve yaygınlaşması sağlanmalıdır.

KOBİ'lere yönelik bu temel finans sorunlarının yanı sıra; Türkiye'de 01 Ocak 2008'de standart yöntem ile, 1 Ocak 2009'de ise ileri yöntem ile uygulamaya girmesi planlanan BASEL II sürecine uyum süresi göz önüne alındığında, KOBİ'lerin uyum için hazırlıklara başlaması gerekmektedir. AB'ye uyum sürecinin bir parçası olarak bankacılık sisteminde BASEL II kriterlerinin uygulamaya alınmasının olası etkilerinin analiz edilmesi ve sonuçlar doğrultusunda politika önerileri geliştirilmesi gerekmektedir.

Sermaye piyasalarının ve kurumsal yatırımcılığın gelişmesi de, her ölçekteki firmanın finansman ihtiyacının karşılanmasını kolaylaştıracaktır. Bununla beraber; yetersiz öz kaynak, genelde öz kaynak ağırlıklı sermaye ve vadeli satışlar KOBİ'lerin kısa vadeli finansal kaynağa ihtiyacını artırmakta olup, uzun vadeli kaynak temininde de zorluklar yaşanmakta, yeni şirketlerin

kurulabilmesi ve girişimciliğin desteklenmesi için gerekli olan finansman kaynakları ise kısıtlı kalmaktadır.

KOBİ'lerin yaşam döngülerinde karşılaştıkları sorunların aşılmasında, özellikle gelişmiş ülkelerde, üyesi oldukları mesleki örgütler önemli roller üstlenebilmektedir. Bu çerçevede meslek odalarının KOBİ' lere yönelik destek kapasitesinin artırılması gerekmektedir.

KOBİ'ler genel olarak yeterince uzman personel istihdam edememektedir. Gelişmiş ülkeler, KOBİ'lerin bu sorunu aşmalarını desteklemek amacıyla danışmanlık mekanizmaları geliştirmişler veya yeterince nitelikli uzman oluşması çalışmalarını desteklemişlerdir. KOBİ'lerin ihtiyaç duydukları niteliklere sahip, yeterli sayıda, finansal açıdan ulaşılabilir danışman havuzu oluşturulması büyük önem arz etmektedir. KOSGEB, KOBİ' lere destek verebilecek niteliklere sahip danışman havuzu oluşturmaya çalışmaktadır. KOBİ' lerle ilgili tüm kurum ve kuruluşların, yeterli sayıda istenilen niteliklere sahip KOBİ danışman havuzu oluşturulması çalışmalarını konusunda sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir.

#### ➤ *Teknoloji ve Yenilikçilik Kapasitesinin Geliştirilmesi*

Teknolojik ilerleme ve yenilik Türk sanayi politikasının en önemli unsurlarından birini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, ülke ekonomisinin teknoloji yoğun alanlara yönelmesine öncülük etmenin yanı sıra, sanayimizde önemli yeri olan sektörlerin teknolojik dönüşümünde etkin olacak, yenilikçi ve ileri teknoloji tabanlı firma sayısının ve bunların istihdam ve üretim paylarının artırılması hedeflenmektedir.

İmalat sanayinin rekabet gücünün yükselmesi için önümüzdeki süreçte bilgiye dayalı faktörlerin payının, yeni teknoloji, yenilikler ve işgücü becerilerinden kaynaklanan toplam faktör verimliliğinin önemi daha da artacaktır. Uzun vadede sürdürülebilir büyüme, yüksek katma değer yaratma ve yaratılan katma değeri sürekli olarak geliştirme amacıyla yenilikçilik ve teknoloji geliştirmeye dayanan bir yaklaşımla mümkün olabilecektir. Öte yandan, dünya ticaretinde gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkeler için ileri teknolojiye

dayalı ürünlerin payının hızlı bir artış eğiliminde olması, teknolojik ilerleme ve yenilikçilik konularını Türk imalat sanayinin rekabet gücü için daha da önemli kılmaktadır. Bu doğrultuda, amaca uygun mekanizmaların oluşturulması, güçlendirilmesi, yasal ve kurumsal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Bu noktada unutulmaması gereken, teknolojide ilerlemenin, sadece ileri teknolojilere odaklanmak anlamına gelmediği; tüm sektörlerdeki teknoloji tabanının geliştirilmesi ve bilgiye dayalı faktörlerin özellikle KOBİ' lere yaygınlaştırılması gerekliliğidir. KOBİ'lerin esnek yapıları bu firmaları, yenilikçi faaliyetleri konusunda büyük şirketlere oranla çok daha avantajlı kılabilmektedir. Ancak KOBİ'ler, nitelikli personel eksiklikleri, yönetim yetersizlikleri ve finansmana erişim sorunları gibi nedenlerden dolayı çoğunlukla yenilik yapabilme potansiyelini hayata geçirememektedirler.

Teknoloji ve yenilikçilik faaliyetlerini destekleyici mekanizmaların ve programların etkilerinin ölçülebilir hale getirilmesi, Ulusal Yenilik Sistemindeki boşlukların ve zayıflıkların belirlenmesi ve böylece yeni programların geliştirilmesi çalışmalarında önem arz etmektedir. Bu kapsamda Ar-Ge ve yenilik bazlı destek hizmetleri sunan kurumların işbirliği imkanlarını güçlendirecek mekanizmaların oluşturulması gerekmektedir.

Yaygın olarak düzenlenecek eğitim ve tanıtım programları ile teknoloji ve yenilikçiliğin rekabet gücü elde etme konusunda etkili bir araç olduğu gerçeğinin KOBİ'lerce özümsemesi, bu faaliyetler için ihtiyaç duydukları bilgi yetersizliği sorununun azaltılması ve devlet yardımlarından ve ulusal ve uluslararası fonlardan azami düzeyde yararlanılmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Bu programlar, KOBİ'lerin Avrupa Araştırma Alanına ve Teknoloji Platformlarına entegrasyonunu da güçlendirecek, 7. Çerçeve Programı ve Rekabetçilik ve Yenilikçilik Programı (CIP) kaynaklarının daha etkin kullanımına imkan tanıyacaktır.

Üniversitelerimizde ve araştırma merkezlerinde üretilen bilimsel bilgilerin pazarlanabilir ticari ürünlere dönüştürülerek katma değer yaratması aşamasında,

KOBİ'lerin etkinliğini artırmak amacıyla, araştırmacıları sanayi uygulamalarının içerisine çekecek mekanizmaların iyileştirilmesi, Teknoloji Geliştirme Bölgelerinin etkinliğinin artırılması, ürün odaklı temel araştırma çalışmalarının özendirilmesi, araştırmacılarla üreticileri güvenli bir ortamda bir araya getirecek ulusal ađ yapılarının, fuar, vb. etkinliklerin düzenlenmesi ve etkinliğinin artırılması sağlanacaktır



## SONUÇ

Küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak bilinen ve tanımlarının ülkelere göre farklılık gösterdiğini ifade ettiğimiz KOBİ'ler, ülke ekonomisi ve toplumsal kalkınmada oynadığı önemli roller açısından, Amerika'da 1953, AB'de 1970 ve Türkiye'de ise 1990'lı yıllarda büyük işletmelerden ayrı olarak incelenmeye başlanmıştır. 1990'lı yıllardan itibaren, gerek sanayileşmiş ülkelerdeki örnekler ve gerekse Dünya Bankası ve uluslararası kalkınma kuruluşlarının çalışmaları sayesinde, Türkiye' ninde önem vermeye başladığı KOBİ' lere karşı her ne kadar son dönemde bazı politikalar geliştirilmeye çalışılsa da henüz bu politikalar tam olarak etkin olamamış, KOBİ'leri rahatlatacak bir zemine oturmamıştır. Düzenlenen program ve izlenen politikalardan büyük bir bölümü KOBİ'ler tarafından bilinmemekte ya da KOBİ'lerce çözüm olarak görülmediği için gereken önem verilmemektedir.

Küçüklükleri ve düşük sermaye yapıları nedeni ile dışarıdan destek almaları ve yeterli sermaye toplamalarının zorluğu nedeni ile devlet; KOBİ'leri destekleyici politikalar geliştirmeli, yeni destekler sağlamalı, sağlanan destekleri arttırmalı, pazara ve kamu ihalelerine giriş engellerini kaldırmalı ve düşük enflasyonlu, daha kararlı bir makro ekonomik çevre geliştirmelidir. KOBİ'ler konusunda yapılacak diğer araştırmaların sonuçları da, küçük ve orta boy işletmelerin gelişmesinde yardımcı olabilir. Ülke ekonomisinde bu kadar önemli yeri olan, ayrıca girişimciliğin öncülüğünü yapan KOBİ'lere gerekli desteklerin verilmesi, tüm ekonomik kalkınmanın ön koşuludur. KOBİ'ler önlerindeki kısıtlamaların ve engellerin kaldırılması halinde, istikrarlı bir ortamda Türkiye'nin kalkınmasına büyük katkı sağlayacaktır.

Türkiye'de KOBİ'lerin dış ticaret güçlerinin artırılması için öncelikle karşılaştıkları sorunlara daha etkin çözümler üretilmeli, sorunların çözümü adına yapılan düzenlemelerin uygulama alanları kolaylaştırılmalı, yardım ve destek programlarının etkinliği ölçülerek yeni açılımlar üzerinde durulmalıdır. Bunun için de KOBİ'lerin karşılaştığı en temel sorunlar olan; finansman, pazarlama, kalifiye eleman ve üretimde kalite gibi sorunların giderilmesi ayrıca Üniversite-

Sanayi işbirliği, KOBİ Hizmet Kuruluşları, Bürokrasi ve Teknoloji/Ar-Ge gibi temel noktalarda mevcut durumun geliştirilmesi için KOBİ stratejisi hazırlanmalıdır. Ayrıca; bu işletmelere yönelik yasal ve bürokratik düzenlemelerin sadeleştirilmesi, Enformasyon şebekeleri ile uluslararası pazarlara açılımlarının daha fazla teşvik edilmesi, rekabet güçlerinin artırılması amacıyla AR-Ge, sürdürülebilir karlılık ve eğitim olanaklarının geliştirilmesi. Yönetim anlayışlarında kurumsallaşmanın etkinliğinin artırılması üretimlerindeki verimliliğin maksimum seviyelere taşınması. Teknolojide meydana gelen gelişmelere kolay uyum sağlayabilmelerinin teşviki ve desteklenmesi, AB entegrasyon sürecine bu ve benzeri destekler ve bilgilendirme ile hazır hale getirilmesi, vergi gibi yükümlülüklerinde kayıt dışında kalmalarına sebebiyet veren etkenlerin iyileştirilerek kayıt içerisine girmelerinin özendirilmesi, gibi başlıklarda da KOBİ'lerin iyileştirme ihtiyaçları karşılandığında hem bu işletmelerin hem de ülke olarak hepimizin kazançlı çıkacağı kesindir

Ancak istihdamda, üretimde ve ihracatta önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin daha da gelişmelerini ve atılım yapmalarını engelleyen sorunların başında finansman zorlukları gelmektedir. Finansman konusunda görülen sıkıntılarda Türk bankaları günümüze kadar iyi bir sınav verememişlerdir.

Finansman konusundaki sıkıntılar için ise şunları söyleyebiliriz;

- KOBİ'lerin kredileri ve öz-kaynaklarını daha verimli ve üretken alanlarda kullanmalarını sağlayıcı eğitim ve yönlendirme çalışmalarının yapılması, imkanların sosyal statü harcamalarında tüketilmesini ve israfların önlenmesinde gerekli çalışmaların yapılması.
- KOBİ'lerin mevcut kredi imkanları konusunda yeterince bilgilendirilmesi ve kredi kurumlarıyla yakın işbirliğini engelleyici psikolojik veya idari engellerin ortadan kaldırılması. Kredi kurumlarının yöneticilerinin KOBİ'lerle daha yakın işbirliğine teşvik edilmesi.
- KOBİ'lerin finansal altyapısını düzeltecek ve kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını daha kolaylıkla karşılayacak kredi kurumlarının oluşturulması

ile sermaye piyasası düzenlemelerinin yapılması. KOBİ'lerin Borsa'ya daha kolay açılmalarına imkan verecek düzenlemelerin yapılması; (Halk Bankası'nın bu konudaki fonksiyonlarını arttırarak veya yeni bir KOBİ Bankası kurularak) ve bu şekilde KOBİ'lere yeni bir finansman kaynağı yaratılması.

- Globalleşen bir dünya da, finansal krizlerin bulaşma riskinin kaçınılmazlığını da göz önünde bulundurarak, herhangi bir finansal krizin ülke içinde daha hafif hissedilmesini sağlayacak mali ve idari düzenlemelerin yapılması(tam serbest döviz kuru, doğru değerlendirilmiş milli para, , dış ve iç borçları ödeme kapasitesine uygun kamu ekonomisi, şeffaf ekonomik yapı, v.b),
- Finansal kriz ortamlarında oluşan paniği önleyecek ve KOBİ'lerin kredi kurumları ile olan ilişkilerine yardımcı olacak alternatif garanti ve destek kurumlarının oluşturulması (Merkez Bankası, Hazine veya Eximbank bünyesinde), gerekmektedir.

Bu tedbirlerin alınması ile birlikte finansman zorluklarının asgariye indirilmesi ile KOBİ'lerin daha rahat bir çalışma imkanı bulacağı ve Türkiye ekonomisine yaptıkları katkıyı en üst düzeylere çıkaracağı söylenebilir.

Ayrıca hükümet, KOBİ'leri Türk ekonomisi için stratejik öneme sahip unsurlar olarak değerlendiriyorsa (ki yarattıkları katma değer ve oluşturdukları istihdam ve sanayileşmeyi yurt sathına yayma fonksiyonları ile böyledirler) onlara stratejik düşünme ve hareket etme yeteneğini kazandırıcı faaliyet imkanları sağlamalıdır. Daha önce bir çok çalışmada dile getirilen KOBİ'lerin finansal, yapısal, pazarlama ile ilgili problemlerine çözüm getirmenin yanında, KOBİ yöneticilerine vizyon kazandıracak, onları stratejik düşünmeye yönlendirecek eğitim faaliyetlerini, en azından bölgesel merkezli de olsa sağlamaya başlamalıdır

## KAYNAKÇA

Akat, Ö., (1996): **Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetim**, Ekin Kitabevi, Bursa

Akdiş, M. ve Bayrak, S., (2000): "Türkiye ' de KOBİ'lerin genel görünümü ve finansal krizlere dayanıklılığı: 5 İli Kapsayan Bir Araştırma", Celal Bayar Üniversitesi. İ.İ.B.F., *İktisat Yönetimi Dergisi*, Sayı: 6, s.2

Akgemci, T., (2001): **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, KOSGEB Yayınları, İstanbul

Akman, A., (2009): "KOBİ'ler ve Ekonomideki Yeri"  
[http://www.memleket.com.tr/news\\_print.php?id=12797](http://www.memleket.com.tr/news_print.php?id=12797), (Erişim tarihi:30.12.2008)

Aksu, M., (1993): "Uluslararası Pazarlamanın Önemi ve Dışa Açılma Düşüncesinde Olan İşletmelerin Dikkate Alması Gereken Faktörler", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Kasım-Aralık Sayısı, s.19-20

Aktaş, R. ve Başçı, S., (2006): "KOBİ'lerin Ülke Ekonomisi Açısından Taşıdığı Önem, Sorunları ve Çözüm Önerileri", 5.Orta Anadolu İşletmecilik Kongresi Bildirileri, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat

Algan, N., (1991): "Küçük ve Orta Ölçekli (KOBİ) Sanayi İşletmelerinde Etkinlik, Verimlilik ve Karlılık Açısından Bir Değerlendirme", *Verimlilik Dergisi*, Sayı.34, s.19

Alpugan, O., (1991): **Küçük İşletmeler, Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi**, Der Yayınları, Ankara

Aras, G., (2001): "KOBİ'lerin Sermaye Piyasası Yoluyla Fon Sağlama Olanakları: Tezgah üstü Piyasalar ve Risk Sermayesi Finansman Modeli", I. Orta Anadolu Kongresi, KOSGEB, Nevşehir

Aras, G. ve Müslümov, A.,(2001): ‘‘Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi’nde KOBİ’lerin Yeri: Finansman, Ekonomik Sorunları ve Çözüm Önerileri’’, *21. Yüzyılda KOBİ’lerin Sorunları ve Çözümleri Sempozyumu*, Kıbrıs

Arısoy, E., ‘Eğitim ,Haberleşme ve Ticari Serbestliğin Ekonomik Büyümeye Katkısı’’, [www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/egitim.doc](http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/egitim.doc) , (Erişim tarihi:10.01.2009)

Atwood, J. – Joke, E. – Cooper, C.- Loria, K., (2000): **Has Downsizing Gone Too Far**, Çeviren; Şükrü Kaya, Yeni Teknolojiler, İşletmelerde Küçülmeler ve KOBİ’lerin Artan Önemi, *Karizma Dergisi*, Yıl:1, Sayı:1, s.24.32.

Aydınğün,H.,(1995): **Ne Mutlu İhracatçiyım Diyene**, Yayınevi Yayıncılık, İstanbul

Bağrıaçık, A., (1989): **Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy Firmalar (Dünya da ve Türkiye’de)**, Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul

Bilkey, W. J. ve Tesar G., (1977):‘‘The Export Behaviour of Smaller Wisconsin Manufacturing Firms’’, *Journal of International Business Studies*, s.95

Bozdoğan, A., (1994): **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sorunları**, Dünya Yayınları, İstanbul

Budak, G., (1996): **KOBİ’ lerde Toplam Kalite Yönetimi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir

Bulmuş, İ.- Oktay, E.- Törüner M., (1990): **Küçük Sanayi İşletmelerimizin Konumu Önemi ve AT'a Girerken Karşılaşılabilecek Sorunlar İle Çözüm Yolları**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara

Cameron, K., (1995): ‘‘Downsizing, Qaulity and Performanc, The Death and Life of the American Quality Movement’’, *Oxford University Press*, Newyork, s.93

Certo, A. ve Peters, J.K., (1995): **Strategic Management**, McGraw Hill Inc., Newyork

Çalpınar, H., (2001):“Ülkemizde KOBİ’lerin Yatırım Kararlarında Uygulanacak Ekonomik ve Mali Yöntemler İle Değerlendirme Tekniklerinin Bir Model Olarak Önerilmesi”, 1.Orta Anadolu Kongresi Bildirileri, Erciyes Üniversitesi, Kayseri

Çatalbaş, G.K., (2008): “Finansman Dorunu Yaşayan KOBİ’ler, Basel II ve Bankacılık Sektörü”, *Bankacılık Dergisi*, Sayı 66, s.4

Çetin, C., (1996): **Yeniden Yapılanma ve Girişimcilik, KOBİ’ler ve Bunların Özendirilmesi**, Der Yayını, İstanbul

Çetinkaya, F., (1992): “Esnaf ve Küçük Sanayicilerin Sorunları ve Çözümleri”, II. Türkiye İktisat Kongresi Sosyal Gelişme ve İstihdam Komisyonu Tebliğleri, Ankara,

Dess, G.G. ve Miller, A.,(1996): **Strategic Management**, McGraw-Hill International Editions, Newyork

Dış Ticaret Müsteşarlığı, “İhracat Stratejisi 1998-2005”,  
<http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/ticaret/ticart.htm> , (Erişim tarihi:12.12.2008)

Dış Ticaret Uygulamalarında arşılaşılan Sorunlar  
<http://www.scribd.com/doc/40982/D-Ticaret-lemelerinde-Karlalan-Sorunlar> ,(Erişim tarihi: 10.01.2009), , s.45.46.47.52.57.58.60.61

Dinçer, Ö.,(1995): **Orta Büyüklükteki İşletmeler ve Bürokrasi, İstanbul** , Müsiad Yayınları, İstanbul

Dinçer, Ö.,(1996): **İşletme Politikası ve Stratejik Yönetim**, Beta Yayınları, İstanbul

Doğan, Ö. İ., (2000): “Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi”, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Cilt:2, Sayı:1), İzmir, s.15

Doğan, Ö. İ. ve Marangoz, M., (2000):“KOBİ’lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama”, İzmir, s.6.7.8.9

DPT, (2002): Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, Sanayi Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, s. 171

DPT, 2000,s.15, <http://www.tisk.org.tr/yazdir.asp?id=857>, (Erişim tarihi:15.01.2009)

Ekinci, M. B., (2001): ‘‘KOBİ’lerin Ticari sonuları’’,  
[www.ekocerceve.com/img/haberler/kobilerinticarisorunlari.doc](http://www.ekocerceve.com/img/haberler/kobilerinticarisorunlari.doc) ,(Erişim tarihi:  
10.02.2009)

Ekonomik Forum, (2002): ‘‘KOBİ Gelişim Projesi Ankara’’, *TOBB Yayını*, Yıl:9, Sayı:03, s.23

Ercan, M. K., KOBİ Borsaları 2005,  
<http://www.finansbilim.com/makale/KOBİborsalari.pdf> (Erişim tarihi:01.10.2009)

Eryılmaz, Ü., (1999): ‘‘Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dış Ticaret Performansı’’, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Politikası Yüksek Lisans Programı Seminer Dersi, Ankara, s.5.10

European Network for SME Research (1994): ‘‘The European Observatory for SMEs Second Annual Report’’, *EIM Small Business Research and Consultancy*, Zoetermeer (Holland)

Eyre, P. ve C. Smallman (1998): ‘‘Euromanagement competencies in small- and medium-sized enterprises: a development path for the new millennium’’, *Management Decision*, Vol. 36, No. 1.

Gözlem, (2000): ‘‘Otomotiv ve Otomotiv Yan Sanayii’’; 27.09.2000 tarihli Gözlem Gazetesi Eki, s.13

Gücelioğlu, Ö., (1994): **Küçük Ölçekli İşletmelerin KOSGEB' den Beklentileri**, Tes- Ar Yayınları, Ankara

Gültekin, K., (1999) : **KOBİ Finansman Kaynakları**, İzmir Ticaret Odası Yayını, İzmir

Haspolat, T., (2000) : ‘‘Türkiye’de e-KOBİ Gerçeği’’

[http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=274](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=274) (Erişim tarihi :10.02 :2009)

Hamel, G. ve Prahalad, C.K.,(1994): **Competing for the Future**, Harvard University Press, Michigan

ISO 14000 Çevre Standartları, *Standart Dergisi*, Sayı. 412

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/KOBİ.doc>, (Erişim tarihi :11.01.2009)

İsmailoğlu, H., (1992): **Küçük İşletmelerin Toplumsal Özellikleri ve Sorunları**, Pazarlama Dünyası, İstanbul

Kalkan, A., (2005): **KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler (Doktora Tezi**, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Fakültesi İşletme Ana Bilim Dalı), Gebze

Karabıçak, M. ve Altuntepe, N., (2001): ‘‘KOBİ’lerin Kredi Yoluyla Finansmanı’’, I.Orta Anadolu Kongresi Bildirileri, Erciyes Üniversitesi, Kayseri

KOBİ’lere Yönelik Finansal Destekler ve Yardımlar, (2001): *Ekonomik Vizyon Dergisi*, İZTO Yayınları, İstanbul

Korkmaz, T. Ve Cura, G., (2006): ‘‘KOBİ’lerin Finansal Olanakları ve Finansal Yapıları: Zonguldak Çaycuma’daki KOBİ’lere Yönelik Anket Uygulaması’’, 3.KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Bildirileri, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul

Kozlu, C., (1995): **Uluslararası Pazarlama**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genişletilmiş 5. Baskı, Ankara

Marangoz, M., ‘‘KOBİ’ler ve E-ticaret’’, 12.02.2001 Tarihli Dünya Gazetesi <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/KOBİ.doc>, (11.01.2009)



Marangoz, M., (1998): “Uluslararası Pazarlamada Uluslararası Stratejik Birleşmelerin Önemi”, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B. F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Sayı: 3

Melemen, M., (2003): **Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul

Müftüoğlu, T., (1991): **Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler : Sorunlar ve Öneriler**, Sevinç Yayınevi, Ankara

Oktay, E. ve Güney, A., (2002): “Türkiye’de KOBİ’lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri”, 21. Yüzyılda KOBİ’ler, Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu, Doğu Akdeniz Üniversitesi. K.K.T.C.

Oktav, M. – Önce, G. – Kavas, A. – Tanyeri, M., (1990): **Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**, TOBB Yayını, Ankara

Orhan, O. Z., (1997): “Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayi ’nin ve Otomotiv Yan Sanayinin Rekabet Gücü”, *İstanbul Ticaret Odası Yayını*, Yayın No:54, İstanbul, s.112

Önet, A., “KOBİ’lerin önemi, Kıbrıs Türk İnşaat Mütahitleri Birliği”, 20.03.2008 Tarihli Yazı, <http://www.muteahhitlerbirligi.org/index.php?men=385&newsid=131>, (Erişim tarihi:12.01.2009)

Özbek, O.,(2000):“Oto Yan Sanayii”, *İzmir Ticaret Odası Yayını*, Sayı:84, İzmir s.28

Özgen, H. ve Selen, D., “**Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları**”, <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/KOBİsayi9.doc>, (Erişim tarihi:11.01.2009)

Sakarya, Ş. ve Kara, S., (2006): “Avrupa Birliği Sürecinde KOBİ’lerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesinin Uygulanabilirliği. Türkiye Üzerine Bir

İnceleme”, 3.KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Bildirileri, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul, s.171.172

Sarıaslan, H., (1994): **Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları**, TOBB Yayınları, Ankara

Şimşek, M., ‘’Ekonominin İsimli Devleri:KOBİ’ler’’, Dünya Gaztesi Arşivi, 11.01.2001 <http://www.dunyagazetesi.com.tr/haberArsiv.asp?id=23464> ,(Erişim tarihi:05.02.2009)

Tatlıdil, R., (1987): **Oniki Üyeli AT’ye Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Geliştirilmesinde Pazarlama Karmasının Oluşturulması**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir

TBB, (2004): “Risk Yönetimi ve Basel II’nin KOBİ’lere Etkileri”, [http://www.tbb.org.tr/turkce/yayin/Konferans\\_KOBİ\\_Kitapcigi.pdf](http://www.tbb.org.tr/turkce/yayin/Konferans_KOBİ_Kitapcigi.pdf) (Erişim tarihi:20.12.2008)

TBB, (2006): *Bankacılar Dergisi*, Sayı:58, s. 25  
<http://www.tbb.org.tr/turkce/dergi/pdf/58.pdf> (Erişim tarihi:25.12.2008)

Tek, Ö. B., (1997): **Pazarlama İlkeleri,Global Yönetimsel Yaklaşım ve Türkiye Uygulamaları**, Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 7. Baskı, Cem Ofset, İzmir

Tenekecioğlu, B., (1994): **Makro Pazarlama**, Gözden Geçirilmiş 2. Baskı, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul

Topkara, A. U., (1992): ‘’Uluslararası Pazarlamada Uluslararası Stratejik Birleşmelerin Rolü ve Önemi’’, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü), İstanbul

TSE Bülteni, (1996): ‘’CE Gümrük Birliği ve Türk Standartlar’’, s.9  
<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/KOBİ.doc> (Erişim tarihi:11.01.2009)

TSE Bülteni, *TS - EN - ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemleri*

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/ead/tanitimkoordinasyondb/KOBİ.doc>

(12.01.2009)

Türkiye İhracatçılar Meclisi, (2002): ‘‘İhracat Destekleri Nasıl Olmalı?’’, *İhracatta Görünüm Dergisi*, İstanbul, s. 22-23.

Uludağ, İ. ve Serin, V., (1992): **Türkiye' de KOBİ' ler: Yapısal ve Finansal Sorunlar**, Çözümler Renk Basım Yayın, İstanbul

Yalçın F. A., (1986): ‘‘Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracatında Örgütsel Yapının Rolü’’ Güney Kore Modeli ve Türkiye Üzerine Bir Uyarılama, (**Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü), İstanbul

Yelkikalan, N. Ve Kalmış, H., (2001): ‘‘KOBİ’ lerde Verimlilik Yönelimli Yapılandırma Stratejileri’’, I.Orta Anadolu Kongresi Bildirileri, Erciyes Üniversitesi, Kayseri

Yılmaz B., (2004):‘‘KOBİ’lerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi’’, *Dış Ticaret Dergisi*, DTM yayını, Yıl:9, Sayı:30, Ankara, s. 141.179.

Yılmaz, F., (2003): ‘‘Türkiye’de Küçük ve Orta Boy İşletmeler, İktisadi Araştırmalar ve Planlama’’, [https://www.isbank.com.tr/dosya/ekon-tr\\_KOBİler2004.pdf](https://www.isbank.com.tr/dosya/ekon-tr_KOBİler2004.pdf) (Erişim tarihi:10.01.2009)

Yörük, N., (2001): ‘‘KOBİ’lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları’’ KOBİ'lerin Kredi Yolu ile Finansmanda Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama, I. Orta Anadolu Kongresi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri

Yücel, H.,(2000): **Uluslararası Pazarlara Açılmada Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rolü**, İGEME yayınları, Ankara

Yüksel A., (2005): ‘‘Basel II’nin KOBİ Kredilerine Muhtemel Etkileri’’, BDDK Çalışma Raporları, 2005/4 s.7.8.9

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/TURKEYINTURKISHEXTN/0,,menuPK:455751~pagePK:141132~piPK:141107~theSitePK:455688,00.html>

[http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise\\_policy/sme\\_definition/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm)

<http://makdis.pamukkale.edu.tr/Mak2.htm>

<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c9s16/makale/c9s16m3.pdf>

<http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=559&l=1>

<http://www.ceterisparibus.net/arsiv.htm>

<http://www.dtm.gov.tr/dtadmin/upload/IHR/genel.doc>

<http://www.dpt.gov.tr/Portal.aspx?PortalRef=3>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?>

[http://www.ekodialog.com/isletme\\_ekonomisi/KOBİler\\_ve\\_ozellikleri.html](http://www.ekodialog.com/isletme_ekonomisi/KOBİler_ve_ozellikleri.html)

[http://www.ekodialog.com/Konular/ticaret\\_ic\\_dis.html](http://www.ekodialog.com/Konular/ticaret_ic_dis.html)

[http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/ertan\\_oktay.pdf](http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/ertan_oktay.pdf)

[http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf%5Cbildiri\\_44.pdf](http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf%5Cbildiri_44.pdf)

<http://www.gumruk.gov.tr/>

<http://www.tisk.org.tr/yazdir.asp?id=857>

<http://www.dtm.gov.tr/dtadmin/upload/ead/tanimkoordinasyondb/KOBİ.doc>

<http://www.oecd.org/dataoecd/37/37/33705673.pdf>

[http://www.eximbank.gov.tr/html\\_files/kisaeximbank.htm](http://www.eximbank.gov.tr/html_files/kisaeximbank.htm)

[http://www.samsunso.org.tr/Bilgi\\_Bankasi/KOBİ\\_sorunlar\\_destekler.pdf](http://www.samsunso.org.tr/Bilgi_Bankasi/KOBİ_sorunlar_destekler.pdf)

[http://www.akademiktisat.net/calisma/isletmeler/KOBİ\\_ticari\\_sorun.htm](http://www.akademiktisat.net/calisma/isletmeler/KOBİ_ticari_sorun.htm)

<http://www.gyte.edu.tr/ebulten/sayi6/girisimcilik.htm>

[http://www.KOBİfinans.com.tr/tr/bilgi\\_merkezi/020801/10781](http://www.KOBİfinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/020801/10781)

[http://www.KOBİfinans.com.tr/tr/bilgi\\_merkezi/0208/465/2](http://www.KOBİfinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/0208/465/2)

[www.igeme.org.tr/tur/foyer/sanayi/oto3.htm](http://www.igeme.org.tr/tur/foyer/sanayi/oto3.htm),

[www.wto.com](http://www.wto.com); wto, international trade statistics 2007

[www.wto.com](http://www.wto.com); wto, international trade statistics 2008

[www.gso.org.tr](http://www.gso.org.tr)

[www.osd.org.tr](http://www.osd.org.tr)/erişim tarihi

[www.taysad.org.tr/turkce/datyans0.htm](http://www.taysad.org.tr/turkce/datyans0.htm),Erişim tarihi

[www.baskent.edu.tr/~gurayk/finpazcarsamba10.doc](http://www.baskent.edu.tr/~gurayk/finpazcarsamba10.doc)

[www.egelihracatcilar.com/duyurudoc//2007123142342/Sorunlar%20ve%20Çözüm%20Önerileri.doc](http://www.egelihracatcilar.com/duyurudoc//2007123142342/Sorunlar%20ve%20Çözüm%20Önerileri.doc)

<http://www.oaib.gov.tr/ekonomi/dunyaeko.pdf>

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/467869.asp>