

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

10814

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ
İŞLETMELERİN İHRACAT
POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

T. C.
Yükseköğretim Kurulu
Dokümantasyon Merkezi

Yüksek Lisans Tezi
İşletme Ana Bilim Dalı

Hülya ELİTOK

ANKARA

1989

İ Ç İ N D E K İ L E R

SAYFA

GİRİŞ	1 - 3
1. BİRİNCİ BÖLÜM	
1.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Tanımı	4 - 6
1.1.1. Ülkelerden Örnekler	7 - 10
1.1.2. Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Tanımı	10 - 13
1.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomik Kalkınmadaki Rolü	13 - 15
1.3. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomideki Yeri	15 - 18
1.3.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İmalat Sanayimiz İçindeki Yeri	19 - 29
1.4. Türkiye'de İmalat Sanayinin Gelişimi ve Ekonomik Sorunlar	30 - 33
1.4.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Özgü Sorunlar	33 - 37
1.5. Büyük Sanayi-Küçük Sanayi İşbirliği	38 - 42
1.6. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Verilen Hizmetler ve Destekleme Çalışmaları	43 - 48
2. İKİNCİ BÖLÜM	
2.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracattaki Yeri ve Önemi	49 - 51
2.2. Dış Ticaretimizdeki Gelişmeler	51 - 56
2.2.1. İmalat Sanayi Ürünleri İhracatımız	56 - 57
2.2.1. İhracatçı Firmaların Durumu	58
2.2.3. İhracatımız İçinde Küçük Sanayinin Durumu	59 - 61
2.3. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelebilmeleri İçin Gerekli Koşullar	61 - 66
2.4. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracatlarının Geliştirilmesi İçin Alınan Önlemler	67 - 68

2.5.	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Faaliyetlerine Katılma Yolları	69
2.5.1.	Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Kanalıyla İhracat	69 - 72
2.5.2.	Ortak İhracat Grupları	72 - 75
2.6.	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelmelerini Engelleyen Nedenler	76 - 78

3.ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1.	Anket Uygulaması ve Sonuçları	79 - 84
3.2.	Değerlendirme	84 - 89
3.3.	Firmaların İhracat Faaliyetlerinde Teknik Danışmanlık Hizmetleri	89 - 90
3.4.	Tekstil Altsektörüne İlişkin Bulgular	90 - 91

4.	SONUÇLAR VE ÖNERİLER	92 - 96
5.	KAYNAKLAR	97 - 101
6.	EKLER	102 - 129

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACAT POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

GİRİŞ :

Sanayileşme yolu ile ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmeye çalışan ülkemiz ekonomisinde küçük ve orta ölçekli işletmeler önemli bir yer tutmaktadır.

Devlet İstatistik Enstitüsünün 1985 yılı İmalat Sanayi Anketleri sonuçlarına göre özel imalat sanayiinde yer alan işletmeler içinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin payı % 99.2, istihdama ve katma değere katkıları sırasıyla % 50.7 ve % 45.8'dir.

Her ne kadar, tek başlarına küçük ve orta ölçekli işletmeleri sanayileşmenin kendisi ve yaratıcısı anlamında olmak mümkün değilse de, küçük ve orta ölçekli işletmeler büyük sanayinin ekonomik bulmadığı birçok alanda boşlukları doldurarak ve bu sanayinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri onlar için üreterek ekonomik yapı içindeki yerlerini kanıtlamışlardır.

1980 yılında uygulanmaya başlayan ekonomik istikrar tedbirleri çerçevesinde ihracata dönük bir ekonomik politika izlenmeye başlanan ülkemizde, sözkonusu politikalar sonucu dışa açılmada önemli mesafeler alınmış, ihracatımız 1987 yılı sonunda 10.2 milyar dolara ulaşmıştır.

İhracatın motoru sayılan imalat sanayi içinde faaliyet gösteren işletmelerin % 99.2'sini küçük ve orta ölçekli işletmelerin oluşturduğu gözönüne alındığında, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gerek dolaylı gerekse dolaysız olarak ihracata katkılarının olduğu düşünülebilir.

Fakat ülkemizde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat faaliyetleriyle ilgili tasnif edilmiş istatistik veri bulunmadığından, sözkonusu işletmelerin ihracatımızdaki payını, Japonya, Kore Cumhuriyeti ve Hindistan'da olduğu gibi ortaya koymak mümkün değildir.

Öte yandan, küçük ve orta ölçekli işletmelerin tümünün ihracat yapabilme kabiliyeti olduğu düşünülemez. İhracat yapabilme veya ihracata yönelik üretim yapabilmenin temel şartlarını ölçekten veya ülke ekonomisinden kaynaklanan nedenlerle gerçekleştiremeyen birçok işletmenin bulunduğu aşırıdır. Dolayısıyla, birçok ülkede yapıldığı gibi, ihracata yönelme kabiliyeti olan işletmelerin ve sektörlerin belirlenerek çeşitli şekillerde teknik ve mali destek verilmesi gerekmektedir.

Özellikle, ihracat artışının sürekli kılınması için ihracat teşviklerinin üretim aşamasına kaydırılıp, üretici küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklenmelidir. Avrupa Topluluğuna katılmak için yoğun hazırlık çalışmalarının sürdürüldüğü şu dönemde küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerinde önemle durmak gerekmektedir.

Çalışmamızın amacı, değerlendirme kapsamımızdaki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomi ve ihracat içindeki yerlerini sınırlı kaynaklar ışığında belirlemek, bu işletmelerin ihracata katılma olanaklarını araştırmak ve yapılan anket çalışması kapsamında yer alan işletmelerin ihracat potansiyellerini ortaya koymaya çalışmaktır.

Yöntem; istihdam edilen işçi sayısı kriteri kullanılarak, 1-9 kişi çalıştıran işletmeler çok küçük işletme, 10-49 kişi çalıştıran işletmeler küçük işletme, 50-99 kişi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletme olarak değerlendirilmiştir. Öte yandan, özel imalat sanayi sektörü çalışmamıza esas teşkil etmiştir.

Yukardaki kriterler çerçevesinde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin kavramsal genel çerçevesi çizilerek diğer ülkelerden örneklerle açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

Birinci bölümde, küçük ve orta ölçekli işletme tanımına, ekonomi ve ekonomik kalkınmadaki yerine değinilmiştir. Ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin değerlendirmesine özel imalat sanayi esas teşkil ettiğinden, özel imalat sanayi içinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin durumu ortaya konulmuş ve sorunlarına yer verilmiştir. Ayrıca, bu işletmelere uygulanan destekleme çalışmalarını diğer ülkelerden örneklerle aktarılmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde, genel olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracattaki yerine değinildikten sonra, 1980 yılı sonrasında ihracatımızdaki gelişmeler ve bu gelişmeler içinde küçük sanayinin durumu ele alınmıştır. Öte yandan, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelebilmeleri için gerekli kriterler ve mevcut teşvik tedbirleri değerlendirilerek küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat faaliyetlerine katılabilmeleri için öneriler getirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelmelerini engelleyen nedenler özet olarak sunulmuştur.

Son bölümde, ülke bazında olmamakla beraber, bir örnek seçilerek bu örnek grupta yer alan işletmelerin ihracat potansiyelinin değerlendirmek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır.

1. BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME TANIMI :

İşletme büyüklüklerinin saptanarak, tanımlarının yapılması hem akademik amaç için hem de çeşitli büyüklükteki işletmeler bünyesinde uygulanacak ekonomik politikalar için büyük önem taşımaktadır.¹

Fakat işletme büyüklüklerinin tanımlanması kolay olmamaktadır. Çünkü

- Büyüklükle ilgili kriterler çeşitli kaynaklara göre farklılık göstermektedir.²

- Kriterlerin ağırlığı zaman içinde değişmektedir.

- Sektörler ve ülkelere göre tanımlar farklılaşmaktadır.

Örneğin; ülkemizdeki büyük ölçekli bir işletmenin ABD'de orta büyüklükte olduğu, ABD'deki küçük bir işletmenin de ülkemizdeki orta ve büyük işletmelerle aynı düzeyde olduğu ifade edilebilir. Öte yandan, ayakkabı sanayinin gerektirdiği ölçek ile otomotiv sanayinin gerektirdiği ölçek farklılığı nedeniyle tanımlamalar da değişmektedir.³

Çeşitli ülkelerce geliştirilmiş küçük ve orta ölçekli işletme tanımları çeşitli kantitatif (nicel) ve kalitatif (nitel) kriterlere göre yapılmaktadır. Kullanılan kriterler ülkelerin gelişmişlik düzeyine ve tanımda gözetilen amaca göre değişmektedir.

-
- 1) Berislav Sefer "Small and Medium-Size Enterprises" in Developing Countries" aynı adlı konferansa tebliğ, Belgrade, RCCDC, 1985, S. 3-4
 - 2) İsmet Ergün, "Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Tanımı Üzerine", Ankara Sanayi Odası Dergisi, Mayıs-Haziran, 1988 Yılı 12 - Sayı 92 S.21
 - 3) Akın İlkin "Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Sorunları" İSO Dergisi 1987 Sayı 252 S. 11

Bu kriterler şöyle özetlenebilir : 4

Kantitatif Kriterler :

- a) İşçi sayısı
- b) Üretimde kullanılan enerji miktarı
- c) Üretimde kullanılan hammadde miktarı
- d) Ödenen ücret ve aylıkların toplamı
- e) Yıllık satış tutarı
- f) Yatırılmış sermaye tutarı (Sabit sermaye)
- g) Katma değer
- h) Üretim kapasitesi
- e) Kullanılan makina ve tezgahların sayısı ve gücü
- j) İşlenen ya da yararlanılan toprağın genişliği

Kalitatif Kriterler :

- a) İşletme mülkiyeti ile yönetimin bütünleşmesi ve işletme fonksiyonlarının aynı kişide toplanması,
- b) Üretimde kullanılan emek ve sermaye payları
- c) Sermaye yetersizliği ve kurumsal finansman olanaklarının kısıtlı olması
- d) Alım - Satımda pazarlık gücünün zayıf olması
- e) Modası geçmiş/geçmekte olan teknolojik üretim süreçlerinin kullanılması
- f) Geleneksel çizgide üretim yapılması

Yukarıdaki kriterlerin çoğu pratikte veri bulma ve ölçme zorluğu nedeniyle kullanılamamaktadır. Bu nedenle, sözkonusu kriterlerden en çok kullanılanı işçi sayısı, sermaye tutarı ve satış tutarıdır.

4) Ali Osman Gürbüz; İşçi ve Halk Şirketleri Örneğinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansal sorunları ve Çözüm Alternatifleri, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1987 S.69-92

Güler Yalın, "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Teşebbüslerinin Ekonomimizdeki Yeri", Küçük ve Orta Boy Sanayi Teşebbüslerinin Sorunları, Çözüm Yolları ve Geliştirilmesi Semineri, MPM, Ankara 1987 S. 35

Bu kriterlerin de kullanımında bazı sakıncaları vardır. Örneğin;

İşçi Sayısı Kriteri :

- Nitelik hakkında ve
- İstihdam edilen süre hakkında bilgi vermemektedir. (Bu sakınca özellikle, mevsimlik işçi çalıştırmanın yoğun olduğu Türkiye açısından önem taşımaktadır.)
- Sektörel açıdan farklılık arz etmektedir.
- Vardiya sayısı etkilemektedir.

Sermaye Tutarı Kriteri :

- Enflasyonun yoğun olduğu dönemlerde etkisiz kalmaktadır. Fiyat değişmelerinden çok etkilenmektedir.

Satış Tutarı Kriteri :

- Sadece nihai üretim aşaması hakkında bilgi vermekte olup üretim derinliği (İşletmenin üretim sürecini oluşturan üretim aşamalarının sayısı) hakkında fikir vermemektedir.
- Potansiyel bir büyüklük olmayıp fiili bir büyüklüktür.
- Fiyat hareketlerinden direkt etkilenmektedir.

Küçük sanayinin farklı kriterlere göre birden fazla tanımı olmasına karşın genelde işletmede çalışan işçi sayısını temel alan tanım kullanılmaktadır. Gelişmiş ve sanayileşmiş ülkelerde 200-300'den az işçi çalıştıran işletmeler küçük işletme kabul edilirken, gelişmekte olan ülkelerde 50'den az işçi çalıştıran işletmeler genellikle küçük işletme olarak kabul edilirler.⁵

Öte yandan bir çok ülke KOİ tanımında işçi sayısı ve sermaye tutarını birlikte kullanmaktadır.

5) ISO, Küçük ve Orta Boy Sanayi Kuruluşlarında Ekonomik ve Finansal yönden Değerlendirmeler, Kasım 1987 S. 7

1.1.1. ÜLKELERDEN ÖRNEKLER :

Uluslararası İş Bürosu 75 Ülkede 50'den fazla farklı tanım saptamıştır.⁶ Japonya'da küçük işletmeler, taşeron firmalar, küçük ölçekli işletmeler ve çok küçük işletmeler için ayrı ayrı tanımlar yapılmıştır. Buna göre ;⁷

1. Küçük İşletmeler :

<u>Sektör</u>	<u>İşçi Sayısı</u>	<u>Sermaye Miktarı</u>
İmalat, Madencilik	300 işçiden az	100 milyon Yen'e kadar
Toptan Ticaret	100 işçiden az	100 " " "
Perakende Ticaret	50 işçiden az	10 " " "

2. Taşeron Firmalar :

- 100 Milyon Yen'den fazla sermayeye sahip tüzel bir kişi ile kontrat yapmış, 100 milyon Yen'den daha az sermayeye sahip gerçek veya tüzel kişiler ile,
- 10 Milyon Yen'den fazla fakat 100 milyon Yen'den daha az sermayeye sahip gerçek veya tüzel kişiler

3. Küçük Ölçekli İşletmeler :

<u>Sektör</u>	<u>İşçi Sayısı</u>
İmalat vb.	20'den az işçi çalıştıran kuruluşlar
Ticaret ve Hiz.	5'den az işçi çalıştıran kuruluşlar.

4. Çok Küçük İşletmeler :

<u>Sektör</u>	<u>İşçi Sayısı</u>
İmalat vb.	5'den az işçi çalıştıran kişi veya kuruluşlar
Ticaret ve Hiz.	2'den az işçi çalıştıran kişi veya kuruluşlar

6) Ceylan Eşit, Kemal Sener, Türkiye Ekonomisinde Küçük Sanayi, KÜSGET, 1986 S. 49

7) KÜSGET, Küçük Sanayi Yönlendirme Raporu 1987

Saptanan bu kriterler zaman içinde değişime uğramakta, değişiklik özellikle sermaye miktarı üzerinden olmaktadır.

Kore'de 20'den az işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 21-300 işçi çalıştıran işletmeler ise orta ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Sektörlere göre KOİ tanımı şöyledir.⁹

<u>Sektör</u>	<u>Küçük Ölçekli İşletmeler</u>	<u>Orta Ölçekli İşl.</u>
İmalat, Madencilik Ulaş.	20'den az işçi çalış.	21-300 işçi çalış.
İnşaat	20'den az işçi çalış.	21-200 " "
Ticaret ve Diğer Hiz.	5'den az işçi çalış.	6-20 işçi çalış.

Hindistan'da küçük işletmelerin tanımı, küçük işletmeler için ayrı, yardımcı (ancillary) işletmeler için ayrı ve çok küçük işletmeler için de ayrı olarak yapılmaktadır. Buna göre;¹⁰

Küçük Ölçekli İşletmeler :

Arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırımlar 3.500.000 RS (yaklaşık 300.000 \$) aşmayan işletmelerdir.

Yardımcı İşletmeler :

Arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırımları 4 milyon RS (yaklaşık 350.000 \$) aşmayan ve aşağıda belirtilen konularda faaliyet gösteren işletmelerdir.

- 1) Parça, yedek parça, ara ürün, montaj parçası vs. imalatını yürüten
- 2) Hizmet veren, ya da üretimlerinin % 50'sini veya sundukları hizmetlerin tamamını diğer ürünlerin imalatı için ayıran veya ayırmayı taahhüt eden ve ayrıca, başka bir firmaya bağlı ya da onun denetiminde olmayan işletmelerdir.

8) Korean Federation Of Small Business, State Of The Korean Small Businesses, 1985, S.4

9) KÜSGET a.g.r. S.15

10) Ahindra Narayam Ghosh, "Small Industry in a Developing Economy-Indian Example", Small and Medium Enterprises in Developing Countries, Belgrade 1985 S. 141

Cok Küçük İşletmeler :

Küçük ölçekli işletmeler içinde yer alan ve arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırımları 16.000 \$'ı aşmayan işletmelerdir.

ABD'de, işçi sayısı 100'den az olan işletmeler genelde küçük işletme olarak benimsenirken, kimi zaman bu sınır 500 kişiye, hatta- çeşitli örgütsel destek programlarına göre- 1500 kişiye kadar çıkabilmektedir. Ölçüt olarak işçi sayısı ve satış tutarı ele alınmaktadır. ¹¹

AET Ülkelerinde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOİ) resmi bir tanımı bulunmamaktadır. Bu ülkeler arasında KOİ'ler için standart bir kantitatif ayırıcı ölçüt yoktur. Öte yandan aynı ülke içinde de sektörlerle göre farklı kriterler kullanılabilir. ¹²

Örneğin; İtalya'da, en çok 500 işçi ve 3 milyar liralık yatırılmış sermaye, küçük işletme sınırı için kullanılan nicel ölçütleri oluştururken, Hollanda'da bu sınırlar, en çok 25 ile 100 işçi ve 75 milyon Florinlik ciro rakamlarıyla çizilmiştir. ¹³

Güney Amerika ülkelerinden Venezuela'da KOİ tanımı çalışan işçi sayısı ve sermaye yatırımlarına göre yapılmaktadır. 5 ile 20 işçi çalıştıran ve en fazla 413.780 ABD \$ tutarında sermayeye sahip işletmeler küçük, 21 ile 100 işçi çalıştıran ve en fazla 827586 ABD \$ tutarında sermayeye sahip olan işletmeler orta ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir. ¹⁴

11) Gürbüz a.g.e S.71

12) J.Dupuy, Final Report on Export Support Mechanisms for the Small and Medium-Scale Enterprises, Established in Six Selected EEC Countries and Spain, ITC UNCTAD/GATT 1987 S.2

13) Gürbüz a.g.e S. 75

14) Melania Melendez, Development of Small and Medium Industry in Venezuela " Small and Medium-Size Enterprises in Developing Countries, 1985 Belgrade S.218

Singapur'da 100'den az işçi çalıştıran sabit varlıkları 2 milyon \$'dan az olan işletmeler KOİ kapsamına girmektedir. Kİ tanımına 10 ila 49 işçi çalıştıran işletmeler, Oİ tanımına 50- ila 99 işçi çalıştıran işletmeler girmektedir.¹⁵

Filipinler'de ise 10-99 işçi çalıştıran ve toplam varlıkları 250.000 ve 2,5 milyon peso arasında olan işletmeler küçük, 100- 199 işçi çalıştıran ve toplam varlıkları 10 milyon peso'yu aşmayan işletmeler orta ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir.

Görüldüğü gibi tanımlar çeşitli ülke, düşünüş ve kıstaslara göre farklılıklar göstermektedir.

1.1.2. TÜRKİYE'DE KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME TANIMI :

Ülkemizde küçük işletme kapsamına giren işletmelerin çeşitli kriterlere göre tanımını yapan yasa ve kuruluşlar şöyledir.¹

- Türk Ticaret Kanunu
- Gelir Vergisi Kanunu
- Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu
- Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Ticaret ve Sanayi Odaları ve Borsalar Birliği Kanunu,
- Sanayi Sicil Kanunu
- Türkiye Halk Bankası
- Devlet İstatistik Enstitüsü
- Sanayi Yatırım ve Kredi Bankası
- Küçük Sanayi Siteleri Kredileri (Kredilerden yararlandırma açısından)

-
- 15) Hank Lim, "The Structure and Financing of Small and Medium Industry in Singapore", Small and Medium-Size Enterprise In Developing Countries, 1985 Belgrade S. 187
- 16) Erhan Kotar, "Küçük İşletmelerin Tanımı, Önemi, Muhasebe Sorunları ve Çözüm Yolları", İstihdam Yaratıcı Girişimler, Teknolojik Yenilikler ve Bölgesel Gelişme Uluslararası Semineri, KÜSGET, DPT, OECD, Gaziantep 1985 S.75

Yukarıdaki kanunların içerdiği esnaf, sanatkar ve küçük sanayici tanımları :

- Makina-ekipman kullanımı
- Üretimde kullanılan emek ve sermaye payları,
- İşletme mülkiyeti ile yönetimin birleşmesi, işletme fonksiyonlarının aynı kişide toplanması esaslarına göre düzenlenmiştir.¹⁷

Türk Ticaret Kanunu ve Gelir Vergisi Kanununda satış tutarları ile ilgili, yıllar itibariyle kararnamede düzenlenen bazı sayısal kriterler bulunmaktadır.¹⁸

Türk Ticaret Kanununda Esnaf ve Tacir arasındaki ayırım, daha çok küçük (cüce) işletmeleri ayırmada yararlı olabilir.¹⁹

507 Sayılı Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Kanunu Küçük Sanatkarlar tanımına bedeni çalışma durumunu esas almıştır. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kanunu ise makina ve ekipman kullanımına bağlı bir tanım yapmıştır.²⁰

1980 Yılı İcra Planınının 212 sayılı tedbir hükmü gereğince DPT ve Halk Bankasının da görüşü alınarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca Küçük Sanayiye bir tanım getirilmiştir. Bu tanımla "en çok 25 kişi çalıştıran bilanço değeri 80 milyon TL'na kadar makina parkına sahip olup, üretim yöntemleri kısmen teknik, kısmen deneye dayanan işletmeler" küçük sanayi işletmeleri olarak belirlenmiştir.²¹

17) Yalın, a.g.m. S. 36

18) Y.a.g.e.

19) Şan Öz-Alp, Küçük İşletmeler, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını 1971- S. 41

20) Yalın, a.g.m.

21) KÜSGET. a.g.r. S. 37

Türkiye Halk Bankası ise kantitatif kriterlerden işçi sayısı ve sabit sermayeyi baz alarak, 1986 yılı itibariyle 50'den az işçi ve makina parkı bilanço değeri 120 milyon TL'den az olan işletmeleri küçük sanayi kapsamına almakta iken 1988 yılı Nisan ayından itibaren makina parkı bilanço değeri 250 milyon TL'ye çıkarılmıştır. Ayrıca, 50-99 kişi çalıştıran ve makina parkının bilanço değeri 2.5 milyar TL'yi aşmayan işletmeler de orta ölçekli işletme olarak kabul edilerek kriterler güncelleştirilmiştir.²³

Devlet İstatistik Enstitüsü kantitatif kriter olarak işçi sayısını kullanmaktadır. DIE, daha önce 10'den az işçi çalıştıran işletmeleri küçük olarak değerlendirirken, 1985 yılında 25'ten az işçi çalıştıran işletmeleri küçük ve orta ölçekli olarak kabul etmeye başlamıştır.²²

KÜSGET'te 1-9 kişi çalıştıran işletmeleri çok küçük işletme, 10-49 kişi çalıştıran işletmeleri küçük işletme, 50-99 kişi çalıştıran işletmeleri de orta ölçekli işletme olarak değerlendirmektedir.

İşletme büyüklüğü kriterini sadece çalışanlar sayısına bağlamak sakıncalı olmaktadır. Sermaye, satış hasılatı, katma değer gibi diğer kriterler de dikkate alınmalıdır. Ancak kullanım kolaylığı nedeniyle en fazla "çalışan sayısı" kriteri kullanılmaktadır. Diğer ülkelerde de en fazla kullanılan kriterin "çalışan sayısı" olduğu görülmektedir. Öte yandan ülkemizde

22) Characteristics and Performance of SMI (1980-1985) KÜSGET Yayını S.1
Mustafa Bakırcı, "Küçük ve Orta Sanayici "AT" Ülkelerinin Büyük Sanayisine Yan Sanayi Olabilecek Düzeye Getirilmeli" Tebliğ, S.3
İSO, Küçük ve Orta Boy Sanayi Kuruluşlarında Ekonomik ve Finansal Yönden Değerlendirmeler, 1987, S. 8

23) Tamer Müftüoğlu, "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Nitelikleri" Ankara Sanayi Odası Dergisi, Mayıs-Haziran 1988 Sayı: 92 S.15

Çalışan sayısı ile diğer kriterler arasında bir paralellik bulunduğundan "çalışan sayısı" kriteri bazı sakıncalarına rağmen en uygun kriter olmaktadır. paralellik bulunduğundan "çalışan sayısı" kriteri bazı sakıncalarına rağmen en uygun kriter olmaktadır.

1.2. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN EKONOMİK KALKINMADAKİ ROLÜ :

Sanayileşme yolu ile ekonomik kalkınmayı gerçekleştirme özellikle gelişmekte olan ülkeler için temel bir olgudur.

Ekonomi içinde önemli paya sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesinde önemli fonksiyonları vardır.

Her ne kadar tek başlarına küçük ve orta ölçekli işletmeleri sanayileşmenin kendisi ve yaratıcısı anlamında olmak mümkün değilse de küçük ve orta ölçekli işletmeler istihdam, gelir artışına ve kalkınmanın genel dinamizmine katkıları dolayısıyla sanayileşmenin başlangıcı ve itici güçdürler. Bu konuda en iyi örnek Japonya'dır.

Özellikle, II. Dünya Savaşından sonra, küçük sanayinin ekonomik kalkınmadaki önemi anlaşılmiş ve tamamen büyük sanayiye dayandırılan ekonomik teoriler son yıllarda geçerliliğini yitirerek, dev şirketlerin merkezi olan ABD ekonomisi bile küçük ve orta ölçekli işletmelere önem vermeye başlamıştır. ²⁴

Bugün gelişmiş ülkelerde KOİ'ler ekonomik gelişme ve işsizliğin önlenmesinin en etkili faktörleri olarak görülmektedirler. Bu kuruluşların varlığı ve yenilerinin kurulup, geliştirilmesi ile yeni iş olanaklarının yaratıldığı, yeni teknolojilerin kullanımının kolaylaştırıldığı, sanayinin rekabet gücünün arttırılmasına ve ekonomik gelişmenin dinamik tutulmasına

24) Miroslav Milojevic "The Significant of Small Enterprises and Policies in this Sphere" Belgrade 1985 S. 97

katkıda bulunulduğu düşünülmektedir. Gerçekten ABD'de son yıllarda yaratılan yeni işlerin (1983'te 1 milyondan fazla) % 80'ni, yirmiden az işçi çalıştıran ve genellikle hizmet sektöründeki KOİ'ler tarafından ortaya çıkarılmıştır.²⁵

KOİ'lerin ekonomik kalkınmadaki rolünü ortaya koyan avantajları şöyle sıralanabilir :²⁶

- 1) Genellikle emek-yoğun olduklarından ve bir kişi istihdam etmek için büyük işletmelere göre üçte bir oranında sabit sermaye yatırım gerektirdiklerinden istihdama katkıları büyüktür.
- 2) Talep değişikliklerinin çok ani olması nedeniyle büyük işletmelerin uyum sağlayamadığı değişikliklere daha kolay uyum sağlarlar.
- 3) Üretim yapıları esnektir.
- 4) Rekabet koşullarını geliştirerek tekelci uygulamaları sınırlamakta ve bu yolla kıt kaynakların daha etkin kullanımını sağlamaktadır.
- 5) Ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenirler.
- 6) Müteşebbislik ruhunu canlandırarak teknolojik yenilikleri teşvik ederler ve yeniliklere kolay adapte olurlar. Ayrıca büyük şirketlere de yenilikler konusunda uyarıcı etki yaparlar.²⁷
- 7) Bölgelerarası dengeli kalkınmaya olumlu etkileri vardır.

25) İKV, Avrupa Topluluklarında Ticaret ve Sanayi Odalarının Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeleri Destek Çalışmaları Şubat 1987 S.1

26) Atilla Bağrıaçık, "Küçük İşletmelerin Başarısı Büyük Firmaları da Olumlu Etkiler" İSO Dergisi 1987 S.252 S.14

İlkin, a.g.m. S.11

Sefer, a.g.m. S.8

Öz-Alp a.g.e S.62-63

27) Örneğin elektronik alanında dev bir şirket olan ve iş makineleri üreten IBM, 1980'lerde çoğunlukla küçük işletmelerin ürettiği ev bilgisayarlarının büyük bir pazarı olduğunu keşfetmiştir. Bunun üzerine kendi ev bilgisayar şirketini kurmuştur.

Milojevic, a.g.m. S.101

./..

- 8) Sınırlı tasarruflarını tüketim yerine yatırıma dönüştürdüklerinden ülkenin üretim gücünü arttırmaktadırlar.
- 9) Küçük sanayi sektöründe yeni bir işletmenin kurulma oranı yüksek olduğunda ekonomiye dinamizm kazandırırılar.
- 10) Bazı ürünler için küçük işletmeler daha verimli çalışabilmektedir. Bu ürünlerde, üretim arttıkça maliyet düşüşleri sağlanamadığından büyük işletmelere kıyasla avantajlı duruma geçebilmektedirler.
- 11) Daha önce bilinmeyen bir mamul veya hizmetin piyasa yönünden uygun olup olmadığını anlamak ve böyle bir işi yapmak için sahip olunan yetenekleri ölçmede dinamik bir rol oynamaktadırlar.
- 12) Ölçülü ve kısıtlı bir talep ile de yetinebildiklerinden tüketim merkezlerine yönelmek zorunda değildirler.

KOI'lerin yukarıda belirtilen önemli avantajlarının gerçekleşmesi bir ölçüde ekonomik ve teknolojik gelişmeye bağlıdır.

Öte yandan, küçük ve orta ölçekli işletmelerin, yapılarından doğan bazı dezavantajları nedeniyle büyük işletmeler yanında piyasada tutunması oldukça zordur. Bu açıdan, KOI'lerin büyük sanayinin rakibi değil tamamlayıcısı durumunda olmaları ve onların hem müşterisi hem de müteahhidi karakterini taşımaları gerekmektedir.

1.3. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN EKONOMİDEKİ YERİ :

Gerek kalkınma düzeyleri, gerekse, sosyal ekonomik, coğrafi, kültürel ve politik yapıları, birbirinden büyük farklılık gösteren birçok ülkenin ortak yönlerinden biri, hem işletme sayısı, hem de üretim ve istihdam kriterleri açısından bünyelerindeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomilerinde önemli bir paya sahip olmalarıdır.

Örneğin; Japonya'da küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak, ticaret sektöründe 100'den az, hizmet sektöründe 50'den az ve diğerlerinde ise 300'den az işçi çalıştıran işletmeler değerlendirildiğinde, 1981 yılı itibarıyla bu işletmelerin toplam işletmelerin % 99.4'ünü, toplam istihdamın ise % 81.4'ünü oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca 300'den az işçi çalıştıran işletmeler toplam üretimin % 51.8'ini gerçekleştirmektedirler.²⁸

İmalat sanayi içinde KOİ'in toplam işletmeler içindeki payı % 99.2, toplam istihdam içindeki payı ise % 71.9'dur.²⁹

Kore'de KOİ'ler toplam işletmeler içinde % 98.8'lik bir paya sahip olup, toplam istihdamın 59.4'ünü sağlamaktadırlar.

Hindistan'da küçük sanayi işletmeleri, imalat sektöründeki toplam üretimin % 50'sini gerçekleştirmektedir.³⁰ Toplam istihdamın yaklaşık % 67 sini sağlayan bu işletmelerin katma değer içindeki payı % 41'dir.³¹

ABD'de ise KOİ'ler toplam işletmelerin % 97.2 sini istihdamın % 50.4'ünü teşkil etmektedir. 1985 yılında büyük sanayide istihdam % 0.7 artarken küçük sanayide % 5.1 artmıştır.³²

İtalya'da 11-500 işçi çalıştıran KOİ'ler toplam işletmelerin % 96.4'ünü, istihdamın % 50.1'ini oluşturmaktadır.³³

28) KÜSGET a.g.r. S.2-3

29) Minoru Murata, "Small and Medium Enterprises in the Economic Growth of Japan", Small and Medium-Sized Enterprises in Developing Countries Belgrade 1985 S.156

30) Murata a.g.m. S.140

31) Yalın a.g.m. S. 33

32) Yalın a.g.m. S. 30

33) Dupuy, a.g.e S.10

İngiltere'de 99'dan az işçi çalıştıran işletmelerin toplam işletmeler içindeki payı % 94.2'dir.³⁴

Filipinler'de KOİ'ler toplam işletmelerin % 90'ını oluşturmakta, toplam istihdamın % 50'sini, katma değerın 1/3'ini sağlamaktadır.³⁵

Venezuela'da KOİ'ler toplam işyerlerinin % 92'sini toplam üretimin % 25'ini, toplam istihdamın % 42'sini oluşturmaktadır.³⁶

Özellikle 1980'li yıllarda, başta ABD ve İngiltere olmak üzere serbest piyasa ekonomisini benimsemiş birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede ve hatta Sovyetler Birliği ve Bulgaristan'ın öncülüğünde demir perde ülkelerinde küçük ve orta ölçekli işletmeler konusu büyük önem kazanmıştır.³⁷

Küçük sanayiye gösterilen ilgi ve önemin birçok nedenleri vardır. Bunlar arasında;³⁸

- 1) Küçük sanayinin ekonomik ve sosyal öneminin anlaşılması,
- 2) Büyük ve küçük sanayinin birbirine bağımlı olmaları,
- 3) Büyük işletmelerin birçoğunun küçük ölçekten büyük ölçeğe geçmiş olmaları,
- 4) Bazı işletmelerin ekonomiyi etkileyecek kadar büyümeleri ve rekabeti ortadan kaldırmaları endişesi sayılabilir.

34) Dupuy, a.g.e. S.11

35) Bureau of Small and Medium Industry, "Small and Medium-Scale Industry Development In the Philippines-Policy and Strategy for the 1980's" RCCDC, Belgrade 1985 S.173

36) Melendes a.g.m S.219

37) KÜSGET a.g.r S.1

38) Özalp a.g.e S.69

Ülkemizde küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik önemini tam anlamıyla ortaya koyacak istatistikî bilgiler yetersiz olduğundan, mevcut bilgilerle küçük ve orta ölçekli sanayinin ekonomi içindeki yerini belirlemek oldukça zordur. DİE'nin yaptığı imalat sanayi anketlerine göre imalat sanayinde küçük sanayi karakterinin hakim olduğu görülmektedir.

Ayrıca, ülkemizde ekonominin önemli bir parçası olan küçük sanayiye gereken önem verilmemekte, hızlı kalkınmayı sağlamak için teşvikler büyük sanayiye yönelik olmaktadır.

1.3.1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İMALAT SANAYİMİZ İÇİNDEKİ YERİ :

Ülkemizde küçük ve orta ölçekli işletmelerle ilgili istatistikî bilgiler Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) tarafından toplanmaktadır. DİE, her beş yılda bir yapılan Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımının sadece "İmalat Sanayi" anketlerinde küçük sanayi, büyük sanayi ayrı-ayrına yer vermektedir. Söz konusu sayımlarda kriter olarak çalışan sayısı alınmakta olup, 1980 yılına kadar 1-9 kişi çalıştıran işletmeler büyük olarak değerlendirilirken 1980'den sonra bu kriterler ;

1-9 Küçük ölçekli işletme

10-25 Orta ölçekli işletme

25 + Büyük ölçekli işletme

olarak değiştirilmiştir.

Dolayısıyla ülkemizde ekonominin tüm sektörlerini dikkate alarak KOİ'lerin yapısını ve durumunu ortaya koyan istatistikî bilgiler mevcut değildir.

Çalışmamızda, özel imalat sanayi ele alınmış ve aşağıdaki sınıflandırma kabul edilmiştir.

<u>Çalışan sayısı</u>	<u>İşletme Büyüklüğü</u>
1-9	Çok küçük ölçekli işletme
10-49	Küçük ölçekli işletme
50-99	Orta ölçekli işletme

1-9 kişi çalıştıran çok küçük işletmeler henüz seleksiyon sürecinde olan işletmelerdir. Bu nedenle bu grupta işyeri kapatma ve yeni iş kurma oranı çok yüksektir.

10-49 kişi çalıştıran küçük işletmeler ise seleksiyon sürecinin ilk aşamasını başarıyla geçmiş olan işletmelerdir.

50-99 kişi çalıştıran işletmeler ise büyük ölçekli işletmelerle rekabet edebilecek veya yan sanayi olabilecek güce erişmiş olan işletmelerdir.

1985 Yılı Özel İmalat Sanayi İşletmelerinin

Genel Durumu

Tablo 1

İşletme Büyüklikleri	İşletme Sayısı	%	Çalışan Sayısı	%	Katma Değer (Milyon TL)	%
1-9	183.572	94.5	472.060	33.4	839.595	25.4
10-49	7.989	4.1	168.039	11.9	469.008	14.2
50-99	1.092	0.6	75.807	5.4	304.548	9.2
KOİ TOPLAMI	182.653	99.2	715.906	50.7	1.613.151	45.8
100 +	1.566	0.8	696.086	49.3	1.689.947	51.2
TÜRKİYE TOPLAMI	194.219	100.0	1.411.938	100.0	3.303.098	100.0

Kaynak : DİE

x 1-9 kişi çalıştıran işletmelere ait bilgiler geçicidir.

Tablo' 1 den de görüleceği gibi çok küçük ölçekli işletmelerin (1-9) özel imalat sanayinde bulunan toplam işletmeler içindeki payı % 94,5, küçük ölçekli işletmelerin payı ise % 4.1'dir. Küçük ve orta ölçekli işletme olarak kabul ettiğimiz işletmeler (1-99) toplam işletmeler içinde % 99.2'lik büyük bir pay almaktadır.

Çalışan sayısı açısından; çok küçük ölçekli işletmeler toplam içinde % 33.4'lük bir pay alırken, küçük ve orta ölçekli işletmeler sırasıyla % 11.9 ve % 5.4'lük bir paya sahiptirler. Dolayısıyla, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (1-99) toplam istihdam içindeki payı % 50.7 olmaktadır.

KOI'ler toplam katma değerin % 45.8'ini yaratmaktadırlar.

Görüldüğü gibi özel imalat sanayinde gerek işletme sayısı gerekse katma değer olarak en yüksek payı olan grup çok küçük işletmelerdir.

Özel İmalat Sanayi İşletmelerindeki

Tablo.2 :

Sayısal Gelişmeler (1980-1985)

İşletme Büyüklüğü	İşletme Sayısı		Toplam İçinde %		% Değişme	
	1980	1985	1980	1985	1980	1985
1-9 ^x	177.034	183.572	96.1	94.5	3.7	
10-49	4.950	7.989	2.7	4.1	61.4	
50-99	889	1.092	0.5	0.6	22.8	
100 +	1.245	1.566	0,7	0,8	25.4	
	184.118	194.219	100.0	100.0	5.5	

Kaynak : DİE,

x 1-9 kişi çalıştıran işletmelere ait bilgiler geçicidir.

Tablo - 2'deki veriler 1980-85 döneminde 1 - 9 grubunun (çok küçük ölçekli işletmeler) toplam işletmeler içindeki payının % 9.1'den % 94.5'e düştüğünü göstermektedir. Bu düşmeye karşın, 10-49 grubunun toplam işletmeler içindeki payı % 2.7'den % 4.1'e yükselerek % 61.4 gibi yüksek bir artışı gerçekleştirmişlerdir. Orta ölçekli işletmelerde (50-99) ise bu dönemde % 22.8'lik bir artma görülmektedir.

10-49 grubunun (küçük ölçekli işletmeler) istihdam içindeki payında da 1980-85 döneminde % 57'lik artış görülmektedir. (Tablo 3.)

Tablo 4'te küçük ve orta ölçekli işletmelerin işletme sayısı bakımından sektörel dağılımları yer almaktadır. KOİ'lerin en yoğun olduğu sektörler sırasıyla tekstil - deri - ayakkabı sanayi, metal ürünleri sanayi, orman ürünleri sanayi, gıda - içki - tütün sanayidir. İlk üç sektörde faaliyet gösteren toplam işletmelerin % 99'dan fazlasını KOİ'ler oluşturmaktadır.

İşletme büyüklükleri itibariyle sektörel dağılımda da işletmeler 1-9 işletme grubunda yoğunlaşmaktadır. (Tablo 5)

Özel İmalat Sanayi İşletmelerinin
İstihdam Düzeyindeki Gelişmeler
(1980-85)

Tablo 3.

İşletme Büyüklüğü	Çalışan Sayısı		Toplam İçinde %		% Değişme 1980 - 1985
	1980	1985	1980	1985	
1-9	454.931	472.060	36.8	33.4	3.8
10-49	107.032	168.039	8.6	11.9	57.0
50-99	61.202	75.807	5.0	5.4	23.7
100 +	614.307	696.086	49.6	49.3	13.3

Kaynak : DİE

x 1-9 kişi çalıştıran işletmelere ait bilgiler geçicidir.

Tablo: 4

1985 YILI
ÖZEL İMALAT SANAYİNDE İŞLETME SAYISI
SEKTÖREL DAĞILIMI

<u>Sektörler</u>	<u>Özel imalat içinde Toplam İşletme Sayısı</u>	<u>Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Sayısı</u>	<u>Sektör içi %</u>	<u>Toplam KOİ' ler içindeki pa %</u>
1- Gıda-İçki-tütün	21.805	21.419	98.2	11.1
2- Tekstil-deri ayakkabı.	61.632	61.279	99.4	31.8
3- Orman Ürünleri	37.530	37.477	99.9	19.5
4- Kağıt-basım sanayi	4.921	4.858	98.7	2.5
5- Kimya-petrol -plastik sanayi	8.551	8.399	98.2	4.4
6- Taş-toprağa dayalı sanayi	5.976	5.838	97.7	3.0
7- Metal ana sanayi	2.886	2.811	97.4	1.5
8- Metal ürünleri	45.815	45.472	99.3	23.6
9- Diğer	5.103	5.100	99.9	2.6
TOPLAM	194.219	192.653	99.2	100.0

Kaynak : DİE

Tablo 5

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ
İŞLETMELERİN BÜYÜKLÜKLER İTİBARIYLA
SEKTÖREL DAĞILIMI (1985)

<u>Sektörler</u>	<u>İşletme Büyüklükleri</u>		
	<u>1 - 9</u>	<u>10 - 49</u>	<u>50 - 99</u>
1- Gıda-içki-tütün	19.528	1.739	152
2- Tekstil-deri-ayakkabı	59.082	1.934	263
3- Orman Ürünleri	37.033	408	36
4- Kağıt basım sanayi	4.467	344	47
5- Kimya-petrol-plastik sanayi	7.522	749	128
6- Taş-toprağa dayalı sanayi	5.295	440	103
7- Metal ana sanayi	2.395	344	72
8- Metal Ürünleri	43.260	1.938	274
9- Diğer	4.990	93	17
T O P L A M	183.572	7.989	1.092

Kaynak : DİE

x 1-9 kişi çalıştıran işletmelere ait bilgiler geçicidir.

TABLO 6.

1985 Yılı

ÖZEL İMALAT SANAYİNDE İSTİHDAM
AÇISINDAN SEKTÖREL
DAĞILIM

<u>Sektörler</u>	<u>Ö.İmalat San.İçinde Toplam Çalışanlar</u>	<u>KOI'lerde çalışanlar</u>	<u>Toplam KOİ içindeki payı %</u>	<u>Sektör İçindeki Payı %</u>
1- Gıda -içki -tütün	255.746	105.932	14.8	41.4
2- Tekstil-deri-ayakkabı	373.198	196.122	27.4	52.6
3- Orman Ürünleri	116.360	104.796	14.6	90.0
4- Kağıt-basım-sanayi	50.083	23.822	3.3	47.6
6- Kimya-petrol-plastik sanayi	109.279	45.412	6.3	41.6
7- Metal ana sanayi	87.916	19.947	2.8	22.7
8- Metal ürünleri	314.660	170.945	23.9	54.3
9- Diğer	16.950	14.404	2.1	85.0
	<u>1.411.938</u>	<u>715.906</u>	<u>100.0</u>	<u>50.7</u>

İstihdam açısından sektörel dağılımda ise KOİ'ler içinde en fazla istihdam yaratan sektörler tekstil-deri-ayakkabı sanayi, ve metal ürünleri sanayidir. Özel imalat sanayi sektörleri içinde istihdam açısından küçük ve orta ölçekli işletmelerin en fazla pay aldıkları sektörler % 90 ile orman ürünleri sanayi, % 54,3 ile metal ürünleri sanayi, % 52.6 ile tekstil-deri-ayakkabı sanayidir (Tablo 5)

Genel olarak baktığımızda, gerek istihdam gerekse işletme sayısı bakımından KOİ'lerin ağırlıkta olduğu sektörler tekstil-deri-ayakkabı sanayi, metal ürünleri sanayi, gıda-içki-tütün sanayi, orman ürünleri sanayidir.

Ülkemizde küçük ve orta ölçekli işletmelerle ilgili yıllar itibarıyla ihracat, ithalat ve diğer ekonomik göstergelere ilişkin tasnif edilmiş veri bulunmamaktadır. Bu nedenle, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomimiz içindeki yerini ve önemini ortaya koyan ABD, Japonya, Hindistan ve Kore'deki gibi sağlıklı bilgiler vermek mümkün olmamaktadır.

İstanbul Sanayi Odası (İSO) belli aralıklarla kendi üyesi küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerinde detaylı anketler yapmaktadır. Söz konusu anketler sadece İSO üyeleri üzerinde yapılmakla beraber sonuçlar Türkiye genelinin bir aynası olarak kabul görmektedir.

İstanbul Sanayi Odası, küçük ve orta ölçekli işletmelerin sorun ve önerilerini ortaya koyabilmek amacıyla bu işletmeler üzerinde düzenlediği bir anket³⁹ sonucuna göre; küçük ve orta ölçekli işletmelerin varlıkları (aktifleri) 1986 yılında cari fiyatlarla % 55,3, reel olarak % 17 oranında artış göstermiştir. Bu artış hızı, 1986 yılında 500 büyük firma için hesaplanan aktif artışlardan daha yüksektir. İnceleme döneminde küçük ölçekli işletmelerin varlıkları, bu işletmelerin ancak 1/4'i yeniden değerlendirilmesine karşın orta ölçekli işletmelerden daha hızlı artış göstermiştir. (Bu ankette, 20'den az kişi çalıştıran işletmeler küçük, 20-100 arasında kişi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletme olarak kabul edilmiştir.)

39) İSO, Küçük ve Orta Boy Sanayi Kuruluşlarında Ekonomik ve Finansal Yönden Değerlendirmeler, Kasım 1987

Öte yandan, DİE ve İSO'nun anket sonuçlarının güvenilirliği ve sağlıklılığı tartışılabilir. Boğaziçi Üniversitesi'nin DİE ve İSO verilerini kullanarak yaptığı çalışma, verilerdeki tutarsızlık ve aksaklıklar nedeniyle sonuçlandırılmamıştır.⁴⁰

Kısaca, özel imalat sanayimiz içinde yer alan küçük işletmelerin büyük bölümünü (% 94.5 henüz piyasa koşullarına uyum sağlama çabasında olan işletmeler olan çok küçük işletmeler (1-9 kişi çalıştıran) oluşturmaktadır. Esas yeniliklere, teknolojik gelişmeye ve rekabete ayak uydurabilen ve de ihracat yapma kabiliyetine sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin (10-99) payı % 4.6 dır.

Öte yandan, 1-9 kişi çalıştıran işletmeler istihdama önemli oranda katkı sağlamakta ve işletmelerin büyümesinde bir basamak teşkil etmektedir.

40) UN, Turkey: Proposed Third Small and Medium Scale Industry Project, Aide-Memoire of Pre Appraisal Mission, S.5

1.4. TÜRKİYE'DE İMALAT SANAYİNİN GELİŞİMİ VE EKONOMİK SORUNLAR

Ölçeği ne olursa olsun günümüzde işletmeler gerek dünya gerekse ülke ekonomisindeki değişikliklerden önemli oranda etkilenmektedirler.

Ülkemizde özel imalat sanayiinde kapasite kullanım oranı 1980'de % 51 iken 1986'da % 72.7'ye 1987'de % 76'6 ya yükselmiştir. Sektörün toplam fiziki üretim içindeki payı 1986 yılında % 68.9 iken 1987 yılında bu oran % 70,3 e çıkmıştır.

Toplam yatırımlarda imalat sanayine yapılan yatırımların payı 1988'de % 15,6'ya özel yatırımlardaki payı % 26'ya gerilemiştir. Bu düşüğe rağmen 1970 yıllarında kurulmuş olan kapasitenin devreye sokulması sayesinde imalat sanayiinde üretim 1985-87 arasında yılda % 9,1 gibi yüksek bir oranda artmıştır.⁴¹

Kamu yatırımları ağırlıklı olarak geniş kitlelere hizmet veren haberleşme ulaştırma ve alt yapı hizmetlerine yöneldiği için imalat sektörünün artan üretim ve yatırım faaliyetlerinde kamunun payı giderek azalmaktadır.⁴² Sanayide sağlanan karlılığın genellikle enflasyon altında seyretmesi sonucu, sanayici enflasyonun gerektirdiği artan işletme sermayesi ihtiyacını karşıyamamaktadır. Yüksek reel faizler nedeniyle özel sektörün kapasite genişletme yatırımları çok düşük düzeyde kalmıştır.⁴³ Öte yandan sanayici finansman darboğazı içine girmiştir.

Yüksek reel faizler ve kredi yetersizliği sabit sermaye yatırımlarını engelleyen en önemli faktörlerdir.

41) Gülten Kazgan "İhracata Dönük Büyüme Modeli ve Sanayileşme," İSO Dergisi 15 Eylül 1988 sayı 271 S.11

42) ASO, 1986'dan 1987'ye Türkiye Ekonomisi Semineri 13-14 Mart 1987 Dedeman Oteli Ankara

43) 1988 yılı programı Resmi Gazete 28 Şubat 1988

Mevduat bankaları kredileri içinde sanayinin payı 1981 yılında % 34,8 iken, 1987 yılında % 22,3'e düşmüştür. TC.Merkez Bankası kredilerinde de sanayinin payı 1981 yılında % 23,3'den 1987 yılında % 18-19'a inmiştir.

İşletmelerin genel problemi olan özsermaye yetersizliğine ilave olarak yüksek enflasyonun getirdiği özkaynak sermayesinin erimesi firmaları ciddi problemlerle karşı karşıya bırakmıştır. Enflasyona bağlı olarak girdi maliyetlerinin kontrolsüz artışı durumu daha da zorlaştırmıştır.

Ekonominin bu durumundan özellikle yapısını günün şartlarına uyduramamış ve gerekli kabuk değişikliğini gerçekleştirememiş küçük ve orta ölçekli işletmeler daha fazla etkilenmişlerdir.

Ayrıca, dış pazarlarda talebin daralması, korumacı tedbirler ve rekabetin artması sonucu büyük firmalar iç pazara yönelmiş, bu durum küçük ve orta ölçekli işletmeler için ciddi bir rekabet doğurmuştur.

İSO'nun araştırması 1980 yılından bu yana ilk kez Temmuz-Eylül 1988 döneminde imalat sanayiinde küçülme olduğunu göstermektedir.(Tablo:7)

Tablo: 7 1988 YILINDA İMALAT SANAYİİ

<u>İmalat Sanayi</u>	<u>İşyeri Sayısı</u>	<u>Tem-Eylül büyüme hızı %</u>	<u>9 aylık büyüme hızı %</u>
1- Gıda -içki -tütün	68	11.1	9.4
2- Tekstil--deri-ayakkabı	154	0.4	12.9
3- Orman Ürünleri	21	- 0.4	- 3.2
4- Kağıt-basım sanayi	45	- 9,6	- 1,7
5- Kimya-petrol-plastik sanayi	127	- 3,9	2,3
6- Taş-toprağa dayalı sanayi	33	4,3	8,3
7- Metal ana sanayi	47	-13,5	- 5,4
8- Metal Ürünleri	83	- 1,5	6,3
9- Makine-taşıt	222	-12,2	0,9
10- Makineler	39	-15,6	2,0
11- Elektrikli mak	67	-23,8	-13,7
12- Oto endüstrisi	33	- 3,4	13,5
13- Diğer sanayi	27	- 5,3	0,8
Ortalama	744	- 5,6	3,0

Kaynak: İSO, 1988 Yılıının Üçüncü üç Ayında İmalat Sanayiinin Durumu 1988

./..

Tablodan da görüldüğü gibi gıda-içki-tütün ile taş ve toprağa dayalı sanayi dışında kalan tüm sektörlerde küçülme görülmektedir. Temmuz-Eylül döneminde tekstil-deri-ayakkabı sektöründeki gerçek büyüme binde 4, ilk 9 ayda ise yüzde 12.9 olmuştur. Bunun dışında kalan orman ürünlerinde Temmuz-Eylül dönemindeki küçülme binde 4, kağıt ve basım sanayiinde yüzde 1,7, kimya-petrol-plastik sanayiinde yüzde 3.9, metal ana sanayiinde yüzde 13.5, metal eşyada yüzde 1,5, elektriksiz makinelerde yüzde 15,6, elektrikli makinelerde yüzde 23,8, otomotiv sanayiinde ise yüzde 3.4 gerileme olmuştur.

1.4.1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE ÖZGÜ SORUNLAR

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin gerek ülke ekonomisinden gerekse ölçeklerinden kaynaklanan birçok sorunları vardır. Bunlardan bazıları:

a) Finansal Sorunlar :

Küçük ve orta ölçekli sanayi teşebbüsleri genellikle, başlangıç sermayelerini kişisel ve özel tasarruf kaynaklarından temin eden ve uzun vadeli yatırımlarını finanse etmek için uygun şartlarla kredi ihtiyacı duyan kuruluşlardır.

KOI'lerin özsermaye yetersizliği nedeniyle finansman sıkıntıları bulunmaktadır. Bu sıkıntıyı gidermek için sermaye piyasasından kaynak temin edemeyen KOI'lerin ticari bankalardan kredi bulmasında çok zor olmaktadır.⁴⁴ Bu işletmeler bankalardan ticari kredi konusunda yeterli ilgiyi görememektedirler. Ayrıca, bankalar, idari giderler nedeniyle yüzlerce küçük işletme yerine, bir büyük işletmeye kredi açmayı tercih etmektedirler.⁴⁵

44) Bağrıaçık, a.g.m. ISO Dergisi S.15

45) OECD, Problems and Policies Relating to Small and Medium-Sized Businesses Paris 1971 S.10

Ayrıca küçük işletmelerin hayatlarının devamı, girişimcinin yaşına bağlı olduğundan, bankalar genelde kredi vermekten kaçınmaktadırlar.⁴⁶

Kısaca, işe başlama sermayesinin yetersizliği veya çalışma sermayesi yetersizliği KOİ'lerin faaliyetlerini daraltıcı yönde etki yapmaktadır.

Öte yandan, KOİ'lerin sermaye piyasasından yararlanmaları mümkün olmamaktadır. Sermaye piyasasının gelişmiş olduğu ülkelerde bile, menkul kıymet ihracıyla fon sağlanmasında büyük sorunlar ortaya çıkmaktadır. Gerek sermaye piyasası araçları, gerekse en son menkul kıymet alıcıları, KOİ'lerin menkul kıymetlerine yatırımı çok riskli bulmaktadırlar.⁴⁷

Küçük işletmecinin finansman konusundaki bilgi noksanlığı, yorumlamaya elverişli sağlıklı verilerin elde edilememesi ve bu işlere ayrılacak zamanın kısıtlı olması KOİ'lerde etkili bir finansman planlamasının oluşturulmasını sınırlamaktadır.⁴⁸ Bu nedenle, küçük işletmeci yatırım kararını verirken hissi davranmaktadır.

Finansman fonksiyonu sadece fon temini olarak düşüldüğünden, fon kullanımını üzerinde durulmamaktadır. Fon temini kit olmakla beraber, KOİ'ler mevcut fon kaynaklarından haberdar değildirler. Ayrıca alınan fonlar etkin kullanılmamaktadır.⁴⁹

46) Ali Ceylan, "Küçük İşletmelerin Finansman Sorunları ve Çözüm Yolları, "İstihdam Yaratıcı Girişimler Teknoloji ile Yenilikler ve Bölgesel Gelişme Uluslararası Semineri Gaziantep, Temmuz 1986 S. 66

47) Ceylan a.g.m.

48) Ahmet Demirbaş, "Küçük ve Orta Boy Teşebbüslerin Kredi ve Finansman Sorunları" Küçük ve Orta Boy Sanayi Teşebbüslerinin Sorunları MPM 1987 S.198

Olca Baykal, Orhan Pazarcık, İlyas Gülmez, Küçük Sanayinin Yeri, Önemi ve Pazarlama Uygulamaları, MPM, Ankara 1985. S.43

49) Tamer Müftüoğlu "Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Başlıca Sorunları" Dünya Gazetesi 7.Haziran 1988 S.7

Ayrıca, küçük işletmelerin yararlanabilecekleri finansman kaynaklarının sınırlı oluşu nedeniyle, uygun koşullarda sağlanabilen krediler, yetersiz işletme sermayesini gereği kadar besleyememektedir. Bu durum KOİ'lerinde kapasite kullanım oranının düşmesine neden olmaktadır.

Diğer taraftan, finansman yetersizliği nedeniyle yenilemeyen eski teknolojiler KOİ'lerin maliyet ve kalite açısından rekabet güçlerini azaltmaktadır.

b) Tedarik Sorunu :

KOİ'lerin en önemli sorunlarından biride hammadde ve malzeme tedariki sorunudur. Küçük sanayiciler üretimleri için ihtiyaç duydukları hammadde ve malzemeyi piyasadan temin etmektedirler. Bireysel olarak büyük miktarda sipariş veremediklerinden, bu hammadde ve malzeme küçük sanayicilerin üretim maliyetlerinde önemli yekun tutmakta ve üretim maliyetlerini arttırmaktadır. Dolayısıyla, finansman sorununa bağlı olarak zamanında ve yeterli ölçüde girdi temin edilerek optimal ölçüde stoklamanın yapılamaması, hem maliyetlerin yükselmesine hem de üretimde aksamalara yol açmaktadır.⁵⁰

Ham ve yarı mamul olarak ana girdilerin fiyatlarındaki dalgalanmalar ve kalite düşüklüğü KOİ'leri müşkül durumda bırakmaktadır.

Ayrıca, birçok işletme tedarik piyasasından temin edebileceği birçok parça, yarı mamul malzeme ve hizmeti bizzat üretme yoluna giderek üretim maliyetlerinin artmasına yol açmaktadır.⁵¹

50) Bağrıaçık a.g.m. S.15

150, a.g.e. S.107

Pazarcık, Gülmez, "Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Pazarlama Sorunları"
Küçük ve Orta Ölçekli Geliştirmesi Semineri MPM 1987 S.215

51) Müftüoğlu a.g.m. Dünya Gazetesi.

c) Pazarlama Sorunu :

Ölçekleri nedeniyle bir çok küçük işletme ürünlerine pazar oluşturmak amacıyla büyük harcamalarda bulunamazlar. Yalnız üretimle ilgilenen bu tür işletmeler için üretim sonrası satış sorun yaratmakta nitelikli pazarlama elemanlarının istihdam edilememesi, genellikle üretimi sipariş üzerine yöneltmekte veya ürünün bizzat üretici firma yerine diğer bazı kuruluşlar aracılığıyla pazarlanmasını gerektirmektedir. Diğer taraftan, KOİ'lerin yöneticilerinin genellikle teknik bilgi sahibi olmaları pazarlama konusunda işletmenin gelişimini etkilemektedir.⁵²

Küçük işletmeler büyük işletmeler karşısında zayıf rekabet gücüne sahiptirler. Pazara sundukları mal ve hizmet, fiyat ve kalite yönünden büyük işletmelerle rekabet edememektedirler.

Ayrıca, işletmelerin ne kadar küçük olurlarsa olsunlar varlıklarını sürdürebilmeleri için modern pazarlama tekniklerinden bir ölçüde yararlanmaları gerekmektedir. Fakat, pazarlama tekniklerinden yararlanmak pahalı bir süreç olduğundan, KOİ'ler bu maliyetleri karşılayacak güce sahip değildirler. Özellikle, dış pazarlarda modern pazarlama tekniklerinden yararlanmak rekabet edebilmenin zorunlu bir koşuludur.

Dolayısıyla, ölçekleri nedeniyle KOİ'ler ürünlerine pazar oluşturmak amacıyla büyük harcamalarda bulunamadıklarından önemli bir pazarlama problemi ile karşı karşıyadırlar.

KOİ'lerin pazar ve ürün innovasyonun üzerinde durmamaları pazarlamada ve rekabette karşılaşılan sorunların çözümünü geciktirmektedir.

Öte yandan, büyük işletmelere karşı rekabet edebilmek için KOİ'ler arasında kurulması gereken işbirliği müteşebbisin bağımsız olma arzusu ve bilgi yoksunluğu nedeniyle oluşturulamamaktadır.

Bu sorunlar yanında, KOİ'lerde yatırım konusunda da bazı aksaklıklar görülmektedir. Örneğin; yatırım konusu seçilirken o anda piyasada karlı görünen, satış hasılatının yüksek olduğu sektörlerin seçilmesi nedeniyle yatırımlarda yanlışlıklar yapılmaktadır. Bunun yanında yatırım etüdünün eksik veya hiç yapılmaması nedeniyle ölçek büyüklüğü, teknoloji ve kuruluş yeri seçiminde de hatalar yapılmaktadır.⁵³

Bu sorunların birçoğu bilgi noksanlığından kaynaklanmaktadır.

53) y.a.g.m

1.5 BÜYÜK SANAYİ KÜÇÜK SANAYİ İŞBİRLİĞİ :

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ölçekten ileri gelen bazı önemli dezavantajları nedeniyle büyük sanayinin hakim olduğu pazarlarda rekabet edebilmeleri oldukça güçtür. Bu açıdan, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gerek seleksiyon süreci içinde gerekse sonrasında büyüyeabilmeleri için büyük sanayinin tamamlayıcısı olmaları gerekmektedir.

Zira, güçlü bir sanayi yapısı büyük sanayi ile küçük sanayinin uyumlu bir biçimde birbirlerini tamamlamalarıyla gerçekleşebilir. Küçük sanayi ile büyük sanayi arasındaki tamamlama olayı yan sanayi dediğimiz ve büyük sanayi adına, onun ihtiyaç duyduğu bazı yan imalatın başka kuruluşlara yaptırılmasıdır. Bu tamamlama yatay ve dikey entegrasyon biçimde olabilir. Burada yan sanayi kalkınmaya belli bir ivme kazandırarak önemli bir potansiyel olmaktadır.

Öte yandan, küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük işletmelere yan sanayi olarak girdi temin etmeleri durumunda küçük işletmelerin başarısı büyük işletmeleri de olumlu yönde etkilemektedir.⁵⁴

Günümüzde, küçük işletmeler, büyük sanayinin tamamlayıcısı olma yolunda önemli gelişmeler göstermişlerdir. İhtisaslaşmanın son derece detaylara kadar yönlendiği, gelişmiş sanayi ortamında, bir başka işletmenin üretimine ihtiyaç duymadan faaliyet gösteren, kendi başına etkinliğini sürdüren işletme yok denecek kadar azdır. Bu nedenle, küçük işletme ile büyük işletme arasında dinamik ve olumlu bir rekabet sözkonusu ise de birbirini tamamlama ve işletmeler arası işbirliği giderek büyük önem kazanmaktadır. Küçük işletmeler, büyük sanayi kuruluşlarına girdi ve aramalı vererek, onları tamamlayabildikleri gibi, rakip mamul üreterek, büyük işletmelerin dinamik bir yapıda kalmalarını sağlayarak ülke ekonomisine son derece yararlı katkıları olmaktadır.⁵⁵

54) Bağrıaçık a.g.m

55) İGEME, Küçük Esnaf ve Sanatkarlar için İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, S.2

Küçük sanayi ile büyük sanayi arasındaki işbirliği genelde üç biçimde görülür.⁵⁶

- 1) Maliyete dayalı işbirliği: Küçük sanayi üretim faktörlerinin ucuzluğu nedeniyle bazı malların üretimini büyük sanayiye göre daha az maliyetle gerçekleştirebilir. Büyük sanayiler, kendi ileri tekniklerini küçük sanayilerin ucuz faktörleri ile birleştirerek üretimlerini doğrudan doğruya kendilerinin gerçekleştirmelerinden daha ucuza mal edebilirler.
- 2) İhtisaslaşmaya dayalı işbirliği: Büyük işletmeler, çeşitli parça ve bileşimlerin üretiminde özel teknik ve maharetlerini geliştiren küçük işletmelere sipariş vermektedirler. Böylece, işi veren büyük işletme, iş için gerekli çok özel makine ve malzemeyi işletmesinde bulundurma külfetinden kurtulmaktadır.
- 3) Tam kapasiteye dayalı işbirliği; Çoğu kez büyük işletmelerin üretim kapasitesi, talebin normal akışını karşılamaya yetmemektedir. Üretim kapasitesindeki bu yetersizlik, büyük işletmeleri küçük işletmelere sipariş vermeye zorlamaktadır.
- 4) Düzensiz talebe dayalı fason imalat; Büyük işletmeler düzensiz ve miktar itibarıyla çok az bir talepte karşılaştıklarından, kendi üretim düzenlerini bozmamak amacıyla küçük işletmelere yaptırtmaktadırlar.

Büyük işletmelerin üretimleri içinde küçük işletmelerin payı yaklaşık % 65 - % 95 arasında değişmektedir.⁵⁷ Gelişmekte olan ülkelerde bu oran daha düşüktür. Sanayileşme ilerledikçe büyük sanayinin küçük sanayiye gereksinimi artmaktadır.

Örneğin, ABD'deki başlıca büyük firmalar binlerce küçük işletme ile çalışmaktadır. Tablo : 7

56) Christian Zimmermann, "Linkages Between Small and Large-Scale Industry" RCCDC, Belgrade 1985 S.17 İKV, AET Karşısında Türk Sanayinin Durumu 1985 S.44

57) Teoman Yayın, Yan Sanayi Semineri Açış Konuşması MPM Ankara 1981 S.19

A.B.D'de Bazı Büyük Firmaların Yan Sanayileri 58

	<u>Yan Sanayi Sayısı</u>
Alüminyum Company Of America	20.000
American Can Company	13.000
Eastman Kodak Company	3.500
Ford Motor Company	20.000
General Electric Company	42.000
General Food Corporation	40.000
United States Steel Corporation	50.000

Yan sanayinin en güzel örneğini bugün Japonya vermektedir. 1976 yılında imalat sanayiinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin toplamının % 58.7 sini oluşturan yan sanayi bu payı 1981 yılında % 65.5'e yükselmiştir.⁵⁹

Japonya II Dünya Savaşı sonrasında ekonomide mevcut olan son üretim tekniklerine sahip büyük işletmelerle, ucuz emek kullanan çok sayıdaki küçük işletmeyi birlikte kullanarak sabit sermaye üzerinde tasarruf sağlamıştır. Japonya'da yan sanayinin, taşıt araçları sektöründeki payı % 80,9, tekstil sektöründe % 84,5, hazır giyim ve diğer tekstil ürünlerinde % 86.5'tir.

Yan sanayi mikro elektronik sektörüne de girmiş bulunmaktadır. Dolayısıyla, küçük ve orta ölçekli işletmeler, Japon modeli içinde piyasadan silinmekten ziyade önemli bir kalitatif değişim göstermektedir.⁶⁰

Gelişmiş ve bazı gelişmekte olan ülkelerde yan sanayiye destekleyici önlemler alınmakta, yan sanayiye teşvik edici kurallar uygulanmaktadır. Örneğin, ABD'de Small Business Administration'ın koyduğu kurallara göre büyük sanayi siparişlerinin en az % 20'sini küçük ve orta sanayiye vermek zorundadır

58) İlkın a.g.m. S.163

59) Murata, a.g.m. S.163

60) Y.a.g.m. S.172

Japonya'da küçük sanayi yasası müteahhidin, küçük firmaları ezici nitelik taşıyan baskılarına önleyici kurallar getirmiştir. Hükümet ve diğer kamu kuruluşlarının alımlarında küçük ve orta ölçekli işletmelere fırsat tanınmasına, var olan siparişlerinin de arttırılmasına çaba göstermektedir. Ana firmanın tali müteahhitlerine teknik rehberlik, ham ve yarı mamul temini, eğitim ve personel değişimi vb. hizmet ve yardımları vermeleri sağlanmaktadır.⁶¹

Kore'de 1984 yılında yan sanayide sistematizasyon projesi çerçevesinde 2487 firmaya toplam 48.2 milyon dolarlık kredi sağlanmıştır.⁶²

Öte yandan sanayileşmiş ülkelerde ileri teknolojiyle çalışan kuruluşlara küçük ve orta ölçekli sanayinin önemli katkıları bulunmaktadır. Örneğin ABD'de teknolojinin zirvesi kabul edilen uzay çalışmalarını yürüten Ulusal Havacılık ve Uzay İdaresi (NASA), küçük ve orta ölçekli işletmelerden alımlar yapmaktadır.⁶³

Bundan başka Kore ve Singapur'da elektronik alanında üretim yapan küçük ve orta ölçekli işletmeler, gelişmiş ülkelerdeki ileri teknolojilere girdiler sağlamakta, hatta mevcut potansiyelleri, dev çokuluslu kuruluşları bu ülkelerde yatırım yapmaya teşvik etmektedir.

Ülkemizde yan sanayi planlı dönemle birlikte gelişmeye başlamıştır. Küçük sanayi ile büyük sanayi ilişkisi bugün daha çok otomotiv sanayinde görülmektedir. Örneğin Bursa'da kurulu binlerce küçük işletme yerli "Murat ve Renault" otomobillerinin bir parçasını üretmektedir.⁶⁴

61) KÜSGET a.g.r. S.71

62) Y.a.g.r.

63) Murat Kepir, "Küçük ve Orta Büyüklükteki Teşebbüslerin Teknolojiye Yönelik Sektördeki Rolü", Küçük ve Orta Boy Geliştirilmesi Semineri MPM. S.84

64) Beşir Hamitoğulları, "İktisadi Gelişmeye Dayanak Yapılmayan Özgür Küçük Girişimler", Türkiye'nin Sanayileşmesinde Halk ve İşçi Şirketlerinin Rolü ve Geleceği, Desiyab 2. Sempozyumu 1981 Ankara S.96

Öte yandan TUSAŞ tarafından gerçekleştirilecek olan uçak yapım projesi uzun vadede yan sanyeye büyük bir gelişim sağlayabilecektir.⁶⁵

Oldukça yaygın ve güçlü bir gelişme kompozisyonu olan yan sanayinin üretim imkanı bulunmakta ancak bu potansiyel hem ülke içinde hem de dışında sistematik bir sözleşme düzenine sokulmuş değildir. Uygulamanın bir sisteme sokulması ve bunun tam bir organik bağ haline getirilmesi için belirli kurum ve kuruluşların katkısı ile müesseseleştirilmesi gerekmektedir.

Büyük sanayi kuruluşları kendileriyle çalışanların dışında kalan küçük sanayi işletmeleri hakkında derlenmiş bir bilgiye sahip olamamakta, öte yandan küçük sanayiciler de teknik ve ekonomik zorluklar nedeniyle kendilerini tam anlamıyla tanıtmaya imkanından yoksun kalmaktadırlar, dolayısıyla büyükten küçüğe iş akışı istenilen dağılımda olmamaktadır.

65) Kepir a.g.m. S.85

1.6. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE VERİLEN
HİZMETLER VE DESTEKLEME ÇALIŞMALARI :

Ülkeler kendi özel şartlarına göre uyguladıkları ekonomik politikalar doğrultusunda KOİ'lerin sorunlarını çözümlenmek ve ekonomiye katkıda bulunabilecek düzeye getirmek amacıyla çok kapsamlı önlemler almakta ve desteklemektedirler.

Örneğin OECD ülkeleri genelde; ⁶⁶

- KOİ'lerde yeni teknolojilerin kullanımını özendirme ve yaygınlaştırmak için önlemler almakta,
- Özellikle Krediler ve kredileri garanti etme programları ile KOİ'lerin koşullarına uygun finansman olanakları geliştirme ile uğraşmakta,
- KOİ'lere yeni sermaye alımı sağlamaya çalışmakta,
- KOBİ'lere bilgi verme ve danışmanlık hizmeti vermektedirler.

AET ülkelerinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla gerek ulusal düzeyde gerek Topluluk düzeyinde çok yönlü önlemler alınmaktadır. ⁶⁷

Avrupa Toplulukları Komisyonu KOİ'lerin sorunlarını analiz ettikten sonra bir aksiyon programı geliştirmiştir. Bu programda üzerinde durulan konular kısaca şöyledir. ⁶⁸

- Girişimcilik ve işletmecilik anlayışının geliştirilmesi,
- KOİ'lere bilgi verilmesi, danışmanlık
- Eleman yetiştirme, formasyon
- Finansman

66) İKV. Avrupa Topluluklarında Ticaret ve Sanayi Oda a.g.e. S. 1-2

67) İKV. a.g.e. S. 39

68) İKV. a.g.e

Commission of the European Communities, Report by the Council on the Realization of the Objectives of the Community Action Programme for Small and Medium-Sized Enterprises 1987

AET'de küçük sanayi, Topluluğun sanayi ve bölgesel politikalarından yararlanmaktadır. Gerçek bir rekabet ortamı oluşturmaya yönelik Topluluk rekabet politikalarında gözetilen bir başka amaç da küçük sanayinin büyük işletmelerle etkin bir biçimde rekabet edebilmesini sağlamaktadır. Küçük Sanayinin en önemli sorunu olan kredi sağlama konusunda önemli gelişmeler sağlanmıştır. Avrupa Sosyal Fonu ve Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu Kaynaklarının en önemli bir bölümü küçük sanayiye kanalize edilmiştir. Ayrıca Avrupa Kömür Çelik Topluluğu ve Avrupa Yatırım Bankası global kredileri içinde küçük sanayiye ayrılan pay da hızla büyümektedir.⁶⁹

ABD'de serbest rekabet düzeninin bozabilecek doğrudan teşvikler yerine dolaylı teşvikler sağlama yoluna gitmektedir. Bu nedenle, çok düşük faizli sübvans edilmiş krediler yerine, küçük işletmeleri destekleyici, pazar paylarını arttıracı teşvikler getirmiştir. Örneğin; 1985 yılında Federal Hükümet satın alımlarının % 30'unu ve beheri 10000 doların altında olan satın alımlarının % 45'ini küçük işletmelerden yapmıştır.⁷⁰

Japonya'da, çeşitli kuruluşlar eliyle küçük işletmelere finansman, kredi garantisi, eğitim, teknik danışmanlık, idari danışmanlık ve benzeri hizmetler götürülmektedir.

1985 yılında Japonya'da devlet bütçesinden ayrılan kredi ve yatırım fonunun % 14.3'ü küçük sanayiciler tarafından kullanılmıştır. Devlete bağlı finansman kuruluşlarının küçük işletmelere her yıl verdiği 75-112 trilyon TL. civarındaki kredilerin vadesi 4,5 ile 12 yıl arasında değişmekte olup faiz oranları % 0 ile % 5,5 arasındadır. 1983 yılında bankalar toplam kredi hacimlerinin % 49,8'ini küçük sanayi işletmelerine tahsis etmiştir.

Ayrıca kooperatifleşen sanayicilere verilen KODOKA adlı fona 1983 yılında 3.037 trilyon TL. ayrılmıştır. 12 sene vadeli olan bu fonun faiz oranı % 0 ile % 2,7 arasında değişmektedir.⁷¹

69 İKV a.g.e S.39-30

70) Yalın a.g.m. S.10

71) KÜSGET a.g.r. S.12

Geniş kredi imkanları ve uygun koşullar nedeniyle Japon küçük sanayi işletmesi finansman kaynaklarınının % 86'sını borçlanma % 14'ünü özsermaye ile karşılamaktadır.

Ayrıca küçük sanayiciler 300 Milyon TL'ye (80 Milyon Yen) kadar krediyi herhangi bir ipotek göstermeden devletin kurduğu "Kredi Garanti Şirketi" ve "Kredi Garanti Sigorta Şirketi"nin verdiği teminatla karşılayabilmektedirler.

Kore'de ticari bankalar toplam kredi hacimlerininin % 35'ini, yerel bankalar % 55'ini küçük işletmelere kullandırmak zorundadırlar. Ayrıca, Teknoloji Geliştirme Kurumu, destekleme fonlarınının asgari % 30'unu küçük sanayiciler için kullanma mecburiyetindedir.⁷²

Öte yandan küçük sanayicilere teknik danışmanlık hizmetleri, bilgi sağlama hizmetleri, pazarlama yardım hizmetleri sunulmakta, vergi sisteminde kolaylıklar sağlanmaktadır.

Hindistan hükümeti, başta Küçük sanayi Geliştirme Teşkilatı (SIDO) olmak üzere gerek Merkezi düzeyde ve gerekse eyaletler düzeyindeki birçok kuruluş aracılığıyla küçük işletmelere teknik, ekonomik, idari vb. konularda çeşitli hizmetler sunmaktadır.⁷³ Örneğin, devlet alımlarında küçük sanayiciyi desteklemek üzere 872 kalem sanayi malı tümüyle küçük sanayicininin üretimine ayırmıştır.⁷⁴

Küçük sanayiden alımı % 100 zorunlu olan mallar 404 kalem, % 75'i zorunlu olan 12 kalem, % 50'si zorunlu olan ise 25 kalemdir.

Ayrıca, küçük sanayici lehine % 15'e varan tercihli fiyat uygulaması yapılmaktadır.

72) Yalın a.g.m. S.31

73) KÜSGET a.g.m. S.29

74) Yalın a.g.m. 31

ABD'de ise Federal Hükümet beheri 10 bin doların altında olan satın alımlarının % 45'ini küçük işletmelerden almaktadır.

Ülkemizde küçük işletmelerin en önemli finansman kaynağı Türkiye Halkbank'tır. Bu kredilerin faiz oranları kısa ve orta vadeli Kooperatif kredilerinde % 30-32, orta ve uzun vadeli sanayi kredilerinde % 40'tır. İhtisas kredilerinin 1985 yılında toplam tutarı 388.559 milyon lira olup, bu miktar 1986 yılında % 51,5 oranda artarak 388.559 milyon TL'ye ulaşmıştır.(Tablo 8) Fakat faizlerin çok yüksek olması kullanım oranını düşürmektedir.

TABLO 8: 1985-1986 Yıllarında Küçük Sanayi Kredilerindeki Gelişmeler

(Milyon TL)

	1985	Toplam İh. Kredileri içindeki payı %	1986	Toplam ih. kredileri içindeki payı %	1985-86 Artış
İhtisas Kredileri	256.558	100	388.559	100	51,5
Kooperatif Kredileri	75.246	29,3	105.321	27,1	40,0
Sanayi Kredisi	89.317	34,8	159.923	41,2	79,1
Fon Krd(1)	91.995	35,9	123.325	31,7	34,1

Kaynak T.Halk Bankası ve Ticaret Bakanlığı

(1) Fon Kredilerininin 1987 ve 1988 yılı bakiye rakamlarına küçük sanayi sitelerinin yapımında kullanılmak üzere Avrupa İskan Fonundan alınan 101 milyon dolar karşılığı yaklaşık 90.000 milyon lira artış gelecektir.

Ayrıca Halkbank'ın "1989 yılı iş programı'na göre küçük sanayi siteleri kurma ve organize sanayi bölgelerinin inşasını amaçlayan iç ve dış kredi fonların miktarı 440 milyar TL'ye çıkarılmıştır. Bunun 336.983 milyon liralık bölümü iç kaynaklardan 103.017 milyon liralık bölümü dış kaynaklardan sağlanacaktır. 75

Ayrıca, örnek verilen ülkelerde olduğu gibi kamu alımlarında, bazı mal ve hizmetler küçük sanayi sektörüne öncelik verilerek desteklenmelidir.

Son yıllarda gelişmiş ülkeler yanında gelişmekte olan ülkeler de küçük ve orta ölçekli işletmeleri destekleyici çalışmalara önem vermektedir. Bu nedenle birçok ülkede küçük sanayiye desteklemek için kurulmuş küçük sanayi Geliştirme Teşkilatları faaliyet göstermektedir. Ayrıca bu tür kuruluşların uluslararası Konfederasyonu olan Dünya Küçük ve Orta İşletmeleri Kurulu (WASME World Assembly of Small and Medium Enterprises) çalışmalarına devam etmektedir. WASME, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin güçlendirilmesinde onyadıkları rolün önemi ve bu nedenle etkileşimin arttırılması amacıyla 1980 yılında 39 ülkenin küçük ve orta ölçekli işletmeleri temsil eden kuruluşlarından 600 temsilcisinin katılımıyla Yeni Delhi'de çalışmalarına başlamıştır. WASME; üyesi olan ülkelerdeki, küçük ve orta ölçekli işletmeleri geliştirmek ve teşvik etmek amacıyla kurulmuş bulunan kamu ve özel kuruluşların uluslararası konfederasyonu olup, bu kuruluşlar arasındaki bilgi iletişim ve koordinasyonu sağlamak, UNDP, UNIDO, ITC, Dünya Bankası, OECD ve benzeri kuruluşların politikalarının belirlenmesinde, kaynakların yönlendirilmesinde etkili olmaya çalışmaktadır.⁷⁶

Türkiye WASME'de 1983 yılından beri KÜSGET (Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı) tarafından temsil edilmektedir.

76) KÜSGET, I. Afrika Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Sempozyumu Hk. Rapor 1986.

KÜSGET, Hükümetimiz ile Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) arasında imzalanan Milletlerarası Anlaşma çerçevesinde Kasım 1983'te sanayi ve Ticaret Bakanlığı şemsiyesi altında kurulmuş kamu tüzel kişiliğine haiz, işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabi yarı özerk bir kuruluştur. KÜSGET'in amacı küçük sanayici kitlesine hammadde seçimi, ve kullanımından ürün pazarlamasına kadar tüm işletme fonksiyonlarının gerçekleştirilmesinde karşılaştığı idari, mali, teknik ve teknolojik problemlerinde danışmanlık yapmak, yönlendirici ve destekçi olmaktır. KÜSGET'in küçük sanayicilerin yoğun olduğu İstanbul, Gaziantep, Bursa, Ankara ve Konya'da bölge müdürlükleri bulunmaktadır.

KÜSGET'in faaliyet alanını genişletebilmesi ve ihtiyaç duyulan her bölgeye hizmet götürebilmesi için dünyada örnekleri görüldüğü gibi fon kuruluşları ve yardımcı diğer kuruluşların kurulması ve bunların entegrasyonunun sağlanması gerekmektedir.

2. İKİNCİ BÖLÜM

2.1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACATTAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin fiyat, kalite, kapasite, teknoloji ve pazarlama açısından dış pazarlarda mevcut yoğun rekabet ortamında tutunabilmeleri oldukça zordur. Fakat, Japonya, ABD ve Kore Cumhuriyetinde yapılan bazı araştırmalar küçük sanayi sektörünün ülke ihracatının artmasında önemli katkısı olduğunu ortaya koymuştur.⁷⁷

Küçük ve orta ölçekli işletmeler çeşitli şekillerde ihracata katkıda bulunabilirler.⁷⁸

- a) Büyük işletmelerin ihrac ettikleri ürünlerin çeşitli parça ve bileşimlerini sağlayarak tali müteahhitlik (yan sanayi) hizmetleri sunarak,
- b) Dış ticaret şirketleri yoluyla dolaylı ihracat yaparak
- c) Uluslararası alanda yan sanayi olarak hizmet vererek
- d) Nihai ürün ve ara malların direk ihracatını yaparak (kişisel veya ihracat grupları biçiminde)

Gelişmekte olan ülkelerde, küçük ve orta ölçekli işletmeler daha çok iç pazar için üretimde bulunmaktadır. Belli sektörlerde küçük sanayi ürünlerinin bir bölümü dolaylı yollardan ihrac pazarlarına ulaşmakta, az bir bölümü de direk ihracat ile dış pazarlara açılmaktadır.⁷⁹

77) Victor Santiapalli, "Opportunities for Small Business in Export Trade", International Trade Forum April-June 1982 S.8

78) Report on Marketing Consultancy For SIDO Ankara 1988

79) T.S.R Subramanian, "Export from small and Medium Enterprises (SME'S) in Developing Countries-Some Development Issues, "RCCDC Belgrade 1985 S.45

Hindistan'da toplam ihracatın % 40.1'i küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Direk ihracat % 14, dolaylı ihracat ise % 30 civarındadır. ITC'nin Sri Lanka ve Tayland'da yaptığı araştırmaya göre, küçük işletmelerin ihracatı toplam ihracat hacminin 1/3'ini oluşturmaktadır. Bu oran sadece direk ihracatı kapsadığından, dolaylı ihracat da gözönüne alındığında sözkonusu oran daha da yükselmektedir.⁸⁰

Kore'de küçük sanayinin toplam ihracata katkısı 1965 yılında % 25 iken 1977'de bu oran % 35'e yükselmiş, 1983 yılında ise % 20,2 olarak gerçekleşmiştir.⁸¹

Gelişmekte olan ülkelerde küçük işletmelerin çok azı ihracat yaptıkları halde, bu sektörün ihracata katkısının gözardı edilmeyecek düzeyde olduğu görülmektedir.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük bir kısmının, özellikle çok küçük ölçekli işletmelerin, ihracat potansiyeli olmadığı söylenebilir. Çünkü bu tip işletmeler henüz piyasada seleksiyon sürecinden geçmemiş işletmelerdir, ve ürünleri kalite ve standart açısından dış piyasalarda rekabet edebilecek düzeyde değildir. Fakat, bu işletmeler arasında bile gerek dolaylı gerekse direk olarak ihracat yapanlar görülmektedir. Bu tip işletmelerin yaptığı ihracat genellikle süreklilik arz etmeyip, düzensizdir.

Orta ölçekli işletmeler arasında ihracat potansiyeli olanlar çoğunluktadır. Bu nedenle, gerek halen ihracat faaliyetinde bulunan gerekse ihracat yapmamakla beraber ihracat yapmak için uygun koşul ve potansiyele sahip olan işletmeleri ihracata yöneltmek için teşvikler ve geliştirme programları uygulamak gerekmektedir.

Ülkemizde, öncelikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatlarına ilişkin herhangi bir istatistikî bilgi bulunmamakta, öte yandan, bu işletmelerin ihracat faaliyetlerine girmesi için de bir teşvik sistemi uygulanmamaktadır.

80) Y.a.g.e S.46

81) KÜSGET, a.g.r S.20

2.2. DIŞ TİCARETİMİZDEKİ GELİŞMELER

Tablo 9 1980 - 1987 Yıllarında Dış Ticaretimiz
(Milyon \$)

	<u>İhracat</u>	<u>Artış %</u>	<u>İthalat</u>	<u>Artış %</u>	<u>İhracatın İthalatı Karşılama Oranı %</u>
1980	2.910.1	28,7	7.909.4	56,0	37
1981	4.702.9	61,6	8.933.4	12,9	53
1982	5.745.9	22,2	8.842.5	- 1,0	65
1983	5.727.8	- 0,3	9.235.0	4,4	62
1984	7.133.6	24,3	10.756.9	16,5	66
1985	7.958.0	11,6	11.343.4	5,5	70
1986	7.456.7	-6,3	11.104.8	- 2,1	67
1987	10.190.0	36,7	14.157.8	27,5	72

Kaynak : HDTM

Tablo 9'in incelenmesinden de görüleceği gibi; ihracat ve ithalat 1980-1987 döneminde önemli artışlar göstermiştir. 1980-87 yılları arasında ihracat, 2.910 milyon dolarlık seviyeden 3,5 misli artış kaydederek 10.190 Milyon dolara ulaşmış, ithalat ise 7.909 Milyon dolarlık seviyeden 2 kat artış kaydederek 14.158 milyon dolara yükselmiştir.

Öte yandan, 1980-1987 döneminde ihracatın ithalatı karşılama oranı olumlu yönde gelişerek 1980 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı % 37 iken 1987 yılında bu oran % 72 ye çıkmıştır.

İhracatın yapısında ise sanayi ürünleri ihracatı lehine bir artış görülmektedir. (Tablo 10)

./..

Tablo 10 : 1980-1987 Dönemi İhracatının
Mal Gruplarına Göre Dağılımı

	<u>Tarım</u>	<u>Genel içi %</u>	<u>Sanayi</u>	<u>Genel içi %</u>	<u>Madencilik</u>	<u>Genel içi %</u>
1980	2.671.7	67,5	1.047.4	35,9	190.9	6,6
1981	2.219.4	47,2	2.290.1	48,7	193.4	4,1
1982	2.140.4	37,3	3.430.4	59,7	175.3	3,1
1983	1.880.7	32,8	3.658.2	63,9	188.9	3,3
1984	1.748.9	24,5	5.144.9	72,1	239.8	3,4
1985	1.719.4	21,6	5.994.7	75,3	243.8	3,1
1986	1.815.6	25,3	5.324.3	71,4	246.9	3,3
1987	1.825.5	18,2	8.065.2	79,2	272.3	2,7

Kaynak : HDTM

1980 yılında sanayi ürünleri ihracatının toplam ihracat içindeki payı % 35,9 iken, bu oran 1987 yılında % 79,2 olarak gerçekleşmiştir.

1981 yılı, ihracat için bir dönüm noktası olmuştur. Bu dönemde dünya ticaretinde görülen daralmaya rağmen 2,9 milyar dolarlık 1980 yılı ihracatı % 61 oranında bir artış göstererek 1981 yılında 4,7 Milyar dolara yükselmiştir. Bu artış Cumhuriyet tarihinde görülen en yüksek oranla sığramadır. Ayrıca 1981 yılında ilk kez sanayi ürünleri ihracatı tarım ürünleri ihracatını aşmıştır.

1982 yılında ihracat 5 milyar 745 milyon dolar olarak gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre 1,4 milyar dolarlık artış göstermiştir.

1983 yılında ise 1982'ye göre gerileme göstererek 5 milyar 727 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu gerçekleşme 1983 yılı programının % 8,4 altında kalmıştır.

./..

1984 yılında ise ihracat, bir önceki yıla göre % 24,5 oranında artarak 7 milyar 133 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

1985 yılında 7 milyar 958 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracat 1984'e göre % 11,6 oranında bir artış göstermiştir.

1986 yılında, dünya konjantüründeki gelişmeler; ABD ve AET'nin ülkelerinin aldıkları kısıtlayıcı önlemler, petrol fiyatlarındaki düşüş nedeniyle Türkiye'den mal alan petrol üreticisi ülkelerin gelirlerindeki düşmeler İran-İrak savaşı, ve Çernobil olayının olumsuz etkileri nedeniyle ihracat hacmi ancak 7 milyar 456 milyona ulaşabilmiş ve bir önceki yıla göre % 9,3 oranında bir düşüş göstermiştir.

1987 yılında ise ihracat, 1986 yılına göre % 36,6 oranında artarak 10 milyar 190 milyon dolara ulaşmıştır.

1988 yılı Ocak-Ağustos dönemi ihracat değeri 7 milyar 117 milyon dolardır. Yıl sonu hedefi 12 milyar 325 milyon dolardır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ihracatın ortalama % 10.6 oranında artmasını ve 1989 yılında 14.5 milyar dolara varmasını öngörmektedir.

Türkiye dış ticaretinde 1974 yılından itibaren önceki yıllara göre oldukça yüksek değerlerde dış açık vermiştir. Ancak, ihracat ve ithalat değerleri sabit fiyatlarla değerlendirildiğinde bulunan dış ticaret açığı değerleri cari fiyatlarla dış ticaret açığı kadar olumsuz sonuç vermemektedir.

Sabit fiyatlara göre Türkiye ekonomisi 1982 yılından itibaren dış ticaret fazlası vermeye başlamıştır. (Table 11)

TABLO: 11

İHRACAT VE İTHALAT ARTIŞ ORANLARI

	<u>İHRACAT</u>	<u>ARTIŞ %</u>	<u>(SBT.FİYAT)</u>	<u>ARTIŞ</u>	<u>İTHALAT</u>	<u>ARTIŞ</u>	<u>(SBT.FİYAT)</u>	<u>ARTIŞ %</u>
1968	496.419	-	496.419	-	763.659	-	763.659	-
1969	536.834	8.14	533.632	7.50	801.236	4.92	788.618	3.27
1970	588.476	9.62	593.820	11.28	947.604	18.27	923.591	17.12
1971	676.602	14.98	634.711	6.89	1.170.840	23.56	1.071.217	15.98
1972	884.969	30.80	758.979	19.58	1.562.550	33.46	1.390.169	29.77
1973	1.317.083	48.83	907.707	19.60	2.086.216	33.51	1.525.012	9.70
1974	1.523.182	16.33	775.788	(14.53)	3.777.55	81.07	1.869.149	22.57
1975	1.401.075	(8.56)	751.247	(3.16)	4.738.560	25.44	2.102.289	12.47
1976	1.960.214	39.91	1.001.642	33.33	5.128.647	8.23	2.249.407	7.00
1977	1.753.026	(10.57)	827.289	(17.41)	5.796.278	13.02	2.306.517	2.54
1978	2.288.163	30.53	1.016.510	22.87	4.599.025	(20.66)	1.605.244	(30.40)
1979	2.261.195	(1.18)	853.603	(16.03)	5.069.432	10.23	1.498.502	(6.65)
1980	2.910.122	28.70	928.269	8.75	7.909.364	56.02	1.526.610	1.88
1981	4.702.934	61.61	1.693.530	82.44	8.933.374	12.95	1.779.202	18.55
1982	5.746.170	22.18	2.210.916	30.55	8.842.541	(1.02)	1.796.534	0.97
1983	5.727.833	(0.32)	2.495.788	12.88	9.235.001	4.44	2.087.006	16.17
1984	7.133.603	24.54	3.066.897	22.88	10.756.922	16.48	2.682.524	28.53

KAYNAK : HDTM,

Öte yandan, 1980 yılına kadar kararlı bir yapı gösteren ihracat, 1980 sonrasında önemli bir yapısal değişiklik göstermiştir. Madde ve ülke bazında çeşitlenme görülmektedir. İhracatın temel yapısının izlenmesine imkan veren "Yoğunlaşma-yayıma (Gini-Hirschman) Katsayısı sonuçları ihracatta yayılma durumunu kanıtlamaktadır.⁸²

82) Ayşegül Fiğlalı, İsmail Hakkı Gökcal, Bahri Alkaçar, Türkiye Dış ticaretinin Yapısı Üzerine bir inceleme, HDTM

TABLO : 12 GINI-HIRSCHMAN KATSİYİSİ 1969 - 1987

<u>YILLAR</u>	<u>KATSAYI</u>
1969	49.03
1970	50.23
1971	48.56
1972	46.10
1973	43.07
1974	40.33
1975	39.53
1976	44.34
1977	38.65
1978	39.99
1979	38.67
1980	37.45
1981	32.47
1982	30.63
1983	32.78
1984	34.60
1985	32.78
1986	33.38
1987	35.15

Kaynak : Fiğlalı, Gököl, Alkaçar, A.g.m S.21

Gini-Hirschman katsayısının 50'nin altında olması durumunda ihracatta yayılma ve 50'den büyük olması durumunda da "yoğunlaşma" söz konusu olduğundan yukarıdaki sonuçlar ihracatta giderek bir yayılma durumunun varlığın ortaya koymaktadır.

2.2.1. İMALAT SANAYİ ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ

Ekonominin itici gücü olan imalat sanayinin toplam ihracatı 1987 yılında bir önceki yıla göre % 32.2 oranında artış göstermiştir. (Tablo 13) 1987 yılı ihracat artışı tüketim mallarında yüzde 34, ara mallarında % 13.9 ve yatırım mallarında ise yüzde 114.3 olarak gerçekleşmiştir. Başlıca ihracatçı sektörlerden gıda da % 13.5, tütünde % 29.8, dokumada % 33.2, hazır giyimde % 63.2, kimyada % 63.3, demir-çelikte % 8,0, elektriksiz makinalarda % 245,5 ve elektrikli makinalarda % 124,0 oranında ihracat artışı sağlanmıştır.

1989 yılında 14,5 milyar dolara ulaşması öngörülen ihracat hedefinin gerçekleşmesinde en önemli pay imalat sanayine verilmiştir. Sabit fiyatlarla % 11 oranında artması beklenen imalat sanayi ihracatının toplam mal ihracatındaki payının 1989 yılında % 82.9 olması hedeflenmiştir.

Kapasite sınırına ulaşmış bulunan ve ihracatın motoru olan imalat sanayinin ihracata yönelik yeni yatırımlara yönlendirilmesi, teşviklerin üretim kesimine kaydırılarak ihracata dönük üretimin mutlaka arttırılması gerekmektedir.

TABLO: 13 İmalat Sanayii İhracatı, Sektör Oranları ve Artış Hızları

D : Milyon TL
1987 Fiyatlarıyla

	1986		1987		1988		Yüzde Değişme	
	Gerçekleşme	Yüzde	Gerçekleşme	Yüzde	Program	Yüzde	1986-87	1987-88
TÜKETİM MALLARI	3.294.540	57,51	4.413.500	57,00	5.017.365	56,33	33,96	13,68
Gıda	1.102.280	19,24	1.251.374	16,16	1.447.681	16,25	13,53	15,69
İçki	7.406	0,13	13.689	0,18	14.676	0,16	84,84	7,21
Tütün	207.214	3,62	268.999	3,47	277.970	3,12	29,82	3,33
Dokuma	1.078.756	18,83	1.436.516	18,55	1.582.663	17,77	33,16	10,17
Hazır Giyim	862.248	15,05	1.406.875	18,17	1.633.052	18,34	63,16	16,08
a) Tekstil-Giyim	629.110	10,98	811.416	10,48	847.262	9,51	28,98	4,42
b) Deri Giyim	233.138	4,07	595.459	7,69	785.790	8,82	155,41	31,96
Ağaç Mobilya	20.708	0,36	14.484	0,19	23.000	0,26	- 30,06	58,80
Ayakkabı	15.928	0,28	21.564	0,28	38.323	0,43	35,38	77,72
ARA MALLARI	1.880.095	32,82	2.141.939	27,66	2.502.755	28,10	13,93	16,85
Çırgırlama	79.114	1,38	29.487	0,38	44.497	0,50	-62,73	50,90
Ağaç Mantar Dr.	52.931	0,92	29.531	0,38	42.000	0,47	-44,21	42,22
Kağıt	46.916	0,82	72.640	0,94	83.285	0,94	54,83	14,65
Basım	5.694	0,10	8.613	0,11	9.360	0,11	51,26	8,67
Deri Kürk İşleme	15.969	0,28	22.046	0,28	30.232	0,34	38,05	37,13
Lastik	48.042	0,84	56.629	0,73	60.164	0,68	17,87	6,24
Kimya	176.393	3,08	288.125	3,72	337.994	3,79	63,34	17,31
Petrokimya	246.605	4,30	334.924	4,33	363.100	3,08	35,81	8,41
Petrol Ürünleri	201.404	3,52	203.891	2,63	295.196	3,31	1,24	44,78
Gübre	100.452	1,75	112.120	1,45	106.652	1,20	11,62	- 4,88
Çimento	25.472	0,44	6.029	0,08	6.839	0,08	-76,33	13,44
Pişmiş Kil	19.435	0,34	24.257	0,31	27.287	0,31	24,81	12,49
Seramik	28.212	0,49	32.332	0,42	43.975	0,49	14,60	36,01
Cam	105.656	1,84	121.263	1,57	137.746	1,55	14,77	13,59
Demir Çelik	610.166	10,65	659.236	8,51	743.721	8,35	8,04	12,82
Demirdışı Metaller	99.977	1,75	100.805	1,30	127.284	1,43	0,83	26,27
YATIRIM MALLARI	554.034	9,67	1.187.431	15,34	1.386.618	15,57	114,32	16,77
Madeni Eşya	123.475	2,16	177.350	2,29	205.000	2,30	43,63	15,59
Elektriksiz Makina	160.346	2,80	554.061	7,16	650.317	7,30	245,54	17,37
Taram Makinaları	18.851	0,33	30.045	0,39	33.431	0,38	59,38	11,27
Meslek Bilim Ölçü	14.448	0,25	20.781	0,27	24.000	0,27	43,83	15,49
Elektrikli Makinalar	98.266	1,72	220.098	2,84	248.147	2,79	123,98	12,74
Elektronik	19.458	0,34	33.654	0,43	37.932	0,43	72,95	12,71
Karayolları Taşıtları	97.700	1,71	108.846	1,41	144.174	1,62	11,41	32,46
Demiryolu Taşıtları	430	0,01	490	0,01	585	0,01	13,95	19,39
Gemi İnşa	4.558	0,08	6.913	0,09	7.560	0,08	51,67	9,36
Uçak İmalat	243	0,00	281	0,00	312	0,00	15,64	11,03
Diğer İmalat	16.258	0,28	34.912	0,45	35.160	0,39	114,74	0,71
T O P L A M	5.728.669	100,00	7.742.870	100,00	8.906.738	100,00	35,16	15,03

Kaynak : 1988 Yılı Programı

2.2.2. İHRACATÇI FİRMALARIN DURUMU

Ülkemizde, 1987 yılı sonu itibariyle gümrük çıkış beyannamelerine göre 7859 firma ihracat faaliyetinde bulunmaktadır. Bu firmaların % 0,8'i 30 milyon dolardan fazla ihracat yapanlar, % 8,9'u 1 milyon-30 milyon dolar arası ihracat yapan firmalar oluşturmakta olup, % 90,3'ünü 200.000 - 1 milyon dolar arası ihracat yapanlar teşkil etmektedir.⁸³ (Tablo 14.)

Table 14. İhracatçı Firmaların Dağılımı

Yıllık İhracat Tutarı	Firma Sayısı	Toplam İçinde %	Toplam İhracat İçindeki Payı
200.000 - 1.000.000	7.099	90,3	8,0
1.000.000 -30.000.000	695	8,9	30,1
30.000.000 +	65	0,8	61,9
TOPLAM	7.859	100,0	100,0

Toplam ihracat içinde % 61,9 ile 30 milyon dolardan fazla ihracat yapan firmalar en büyük payı almaktadırlar.

1 milyon-30 milyon dolar arası ihracat yapan firmaların toplam ihracat içindeki payı % 30,1, 200.000-1 milyon dolar ihracat yapan firmaların payı ise % 8'dir.

Görüldüğü gibi, ihracatı yürüten ve lokomotif durumunda olan ve çoğunluğu üretici olmayan firmalar toplam ihracatçı firmalar içinde binde 8'lik bir pay almasına karşın, ihracat teşvikleri bu grubun üstünde yoğunlaşmakta ve bunlar büyük mali avantajlar sağlamaktadırlar.

2.2.3. İHRACATIMIZ İÇİNDE KÜÇÜK SANAYİNİN DURUMU :

Ülkemizde küçük ve orta ölçekli işletmelerin çeşitli biçimlerde ihracat faaliyetlerine katılımlarına ilişkin yeterli ve sağlıklı istatistikî bilgi bulmak mümkün değildir.

Sadece Sanayi ve Ticaret Bakanlığı her yıl sanayi siciline kayıtlı 5'ten fazla kişi çalıştıran işyerlerine gönderdiği Sanayi Sicil Belgesi ile işletmelerin yaptıkları ihracatları tespit etmekte ve bilgisayara yüklemektedir. Fakat sörşkonusu bilgiler tamamen firma beyanına dayandığı için oldukça sağlıklıdır. Ayrıca bazı işletmeler yaptıkları ihracatları bildirmemektedir.

Sanayi Sicil Kayıtlarına göre küçük ve orta ölçekli işletmelerin % 0,8'inin ihracat yaptığı gözlenmektedir. (Tablo 15)

TABLO 15 : 1987 Yılı Sonuçlarına Göre Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Durumları

<u>İşletme Büyüklüğü</u>	<u>Toplam İşletme Sayısı</u>	<u>İhracat Yapan İşletme Sayısı</u>	<u>%</u>
6 - 24	188.883	528	0,3
25 - 99	3.770	976	25,9
T O P L A M	192.653	1.504	0,8

Kaynak : HDTM, EBİM

25-99 kişi çalıştıran işletmelerin % 25,9'u ihracat yaparken 25'ten az kişi çalıştıran işletmelerin % 0,3'ü ihracata katılmaktadır. Dolayısıyla, orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelme oranının daha yüksek olduğu görülmektedir.

./..

İhracat yapan işletmelerin ihracatlarının direk veya dolaylı olduğu açık değildir. Fakat Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığının Gümrük Çıkış Beyannamelerine göre düzenlediği ihracatçı firma listeleri, Sanayi Sicil Belgelerinde ihracat yapmış görünen firma listeleri ile karşılaştırılmış ve ortak firma adına rastlanılmamıştır. Dolayısıyla, yukarıdaki tabloda gösterilen firmaların büyük bir çoğunluğunun dış ticaret şirketleri kanalıyla dolaylı ihracat yaptıklarını söyleyebiliriz.

İSO'nun 1987 yılında kendi üyeleri arasında yaptığı anket sonuçlarına göre de, ihracat yaptıklarını bildirenler, küçük işletmelerin (20'den az kişi çalıştıran işletmeler) % 21'ini, orta ölçekli işletmelerin (20-100 arası kişi çalıştıran işletmeler) % 46'sını teşkil etmektedir. Özellikle orta ölçekli işletmelerin ekonominin dışa açılmasında önemli bir ağırlığı olduğu görülmektedir. Tekstil alt sektöründe ihracat faaliyetlerinin en yüksek noktaya vardığı gözlenmektedir.⁸⁴

İhracatçı firmaların tümünü gösteren HDTM Gümrük çıkış beyannamelerinde işletmelerin büyüklükleri konusunda bir ayırım yapılmadığı için küçük ve orta ölçekli işletmelere ilişkin bilgi edinilememektedir.

Genel olarak, ülkemizde küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata katkıları oldukça düşük olup, ihracat yapanlarının büyük bir çoğunluğu da dolaylı olarak ihracata katılmaktadırlar.

Küçük işletmelerin ihracat potansiyeli yok denecek kadar az olup, esas ihracata teşvik edilmesi gereken grup orta ölçekli işletmeler olmaktadır. Çünkü, küçük işletmeler zaten yapı olarak ihracata hazır değildirler. Fakat bu işletmeler arasında da az da olsa değişik biçimlerde ihracat katılma potansiyeli olabilir. Orta ölçekli işletmeler gerek dolaylı olarak gerekse ihracat grupları olarak ihracat yapmaya teşvik edilebilirler. Dolayısıyla, halen ihracat yapan veya ihracat yapmamakla beraber ihracat yapmak için uygun koşul ve potansiyele sahip olan işletmeler ihracata yönlendirmek için mali ve teknik teşvikler ve geliştirme programları uygulanmalıdır.

2.3. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACATA YÖNELEBİLMELERİ İÇİN GEREKLİ KOŞULLAR :

Yoğun bir rekabet ortamının hakim olduğu dış pazarlama açılmak, bazı önemli şartları gerektirmektedir. Bugün dış pazarlara açılmak için kaliteli, ucuz ve yeterli miktarda mal yanında modern pazarlama tekniklerinden yararlanmak da zorunlu hale gelmiştir. İhracat yapacak işletmelerin, dış pazarlarda mallarını satabilmeleri için daha etkin pazarlama stratejileri geliştirmeleri ve ihracat pazarlarındaki değişimleri takip etmeleri gerekmektedir.

a) İhracat Pazarlama Bilgisi :

İhracat pazarlaması, dış pazarlarda mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye ulaşana kadar yapılan tüm faaliyetler olarak tanımlanmaktadır.⁸⁵

İç ve dış pazarlardaki amaç ve temel işlevler aynı olmakla beraber, dış pazarlarda birbirinden çok farklı pazarların mevcut olması nedeniyle bu pazarlar daha karışık, riskli ve daha masraflıdır.⁸⁶

Dolayısıyla, ihracat pazarlarının çeşitlilik ve karmaşıklık arzemesi pazarlama tekniklerinin önemini arttırmaktadır. Dış pazarlarda tutunabilmek ihracat planlamasının ve pazarlama faaliyetlerinin iyi bir şekilde uygulanmasına bağlıdır.

Kısaca, ihracat yapacak olan işletmenin ihracat pazarlamasına yönelik hertür bilgiye sahip olması ve buna uygun yetişmiş eleman istihdam etmesi gereklidir.

b) İşletmenin Üretim ve Mali Yapısının Yeterliliği :

Dış pazarlara girebilmek ve sürekliliği sağlayabilmek için öncelikle işletmenin üretim ve teknolojik yapısının dış talepleri zamanında karşılayabilecek düzeyde olması, ayrıca ürün kalitesinin ve standardının alıcıya hitap edebilmesi gerekmektedir. Ayrıca, işletmenin finansal kaynaklarda dış pazarlarda rekabeti sağlayabilecek düzeyde olmalıdır.

85) Erdener Kaynak, Marketing in the Third World, Praeger Publishers, 1982 New Yorks.6

86) ITC, UNCTAD/GATT, Introduction to Export Marketing Research

c) Pazar Araştırması :

Belli bir ürün veya ürün grubunun satış olanaklarını ve bu ürün veya ürün grubuyla nasıl başarıya ulaşılabileceğini ortaya çıkarmak için yapılan incelemelere ihracat pazar araştırması denir.⁸⁷

İhracat pazar araştırması ihracatçıya yanlış pazara girme veya yanlış pazarlama stratejisi uygulaması sonucu katlanmak zorunda kalacağı para ve zaman kaybindan kaçınma imkanı verir.⁸⁸

Dolayısıyla, bir ihracatçının ihracata başlamadan önce pazar araştırması yaparak malı için en uygun pazarı seçmesi ve malının bu pazarlar için uygunluğunu saptaması gerekmektedir. Çünkü, dış pazarlarda pazarlamayı engellenen pek çok kontrol dışı değişkenler (ülkelerin yasaları, gümrük mevzuatı, bankacılık sistemi, dil, kültür, din, ekonomik ve politik sistem, alıcıların zevk ve tercihleri, vs.) bulunmaktadır. Bu durum da ihracat pazarlamasının ne kadar zor ve riskli olduğunu ortaya koymaktadır.

Ancak pazar araştırmasının yapılması gerek insangücü gerekse finansal açıdan önemli mali kaynaklar gerektirmektedir.

İhracat yapılacak pazarı çok iyi tanıyabilmek için öncelikle o pazar ile ilgili çok detaylı bilgi toplaması gereklidir. Toplanması gerekli olan bilgileri iki kaba sınıfa ayırabiliriz.⁸⁹

- Hedef pazarın belirlenmesine yarayacak pazar büyüklüğü, ithalat mevzuatı, ve rekabet durumu gibi bilgiler

Bu bilgilerin toplanıp değerlendirilmesi, firma için en uygun pazarların seçimini ve seçilen pazarlarda uygulanacak pazarlama stratejilerin oluşturulmasına baz teşkil etmektedir.

87) y.a.g.e

88) Hülya Elitok, İhracat Pazar Araştırması Nasıl Yapılır? Tebliğ,
Orta Anadolu İhracatı Geliştirme Semineri Konya Mart 1988

89) ITC UNCTAD/ GATT a.g.e

d) Kalite İyileştirmesi ve Standardizasyon

Dış pazarlarda alıcıların en çok üzerinde durdukları konulardan biri de malın kalitesidir. Malın kalitesinin rekabet edebilecek düzeyde olması büyük önem taşımaktadır. Dolayısı ile işletmenin teknolojik yapısı söz konusu kaliteyi tutturmaya elverişli olmalı ve kalite kontrol sistemlerinin kurulması gerekmektedir.

Öte yandan, malların uluslararası standartlara uygun olması da büyük önem arz etmektedir.

Ayrıca, ihraç ürünlerinin dış etkenlerden iyi bir şekilde korunarak dış pazarlara ulaşabilmesini sağlamak için ihraç ürünlerinin uluslararası standartlara uygun bir şekilde ambalajlanması ve dizaynının ihraç pazarının isteklerine uyması gerekmektedir.⁹⁰

e) Fiyatların Uygunluğu :

Dış pazarlarda rekabet edebilmede ihraç fiyatlarının çok hassaslıkla saptanması da çok önemli rol oynamaktadır.

Uygun bir fiyat politikası izlemek için ihraç pazarının incelenmesi, rakiplerin fiyatları ve pazarlama pozisyonları ile ihraç ürünün maliyet düzeyinin değerlendirilmesi gerekmektedir.⁹¹

İhracatçı firma, yerli fiyatını aynen dış pazarlara vermek yerine, üretim ve kapasite durumuna göre gerçek maliyetini hesaplamalıdır. İhraç malının maliyetinin yanlış hesaplanması sonucu ortaya çıkabilecek gerçekçi olmayan yüksek bir fiyat rekabeti gücünü etkilemekte ve firmanın pazardan çekilmesine neden olmaktadır.⁹²

90) Adnan Moldibi, 1938-1988 Döneminde İhracattaki Gelişmeler ve Teşvik Tedbirleri, Rapor, HDTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü S.12

91) ITC, UNCTAD/GATT a.g.e

92) Cem M.Kozlu, Uluslararası Pazarlama, T.İş Bankası Yayınları 1982, Ankara S.123

f) Satış Geliştirme Faaliyetleri :

Dış Pazarlarda tutunabilmek için firmanın çeşitli şekillerde tanıtım ve reklam faaliyetlerinde bulunması gereklidir. Bu faaliyetleri planlı ve sürekli bir şekilde yapılmalıdır. Ancak bu çalışmalar sonucu ihracat malları hedef pazarlarda yer edinip, giderek artan pazar payına sahip olabılırlar.

İhracatçı firma mallarını dış pazarlarda kabaca dört şekilde tanıtabilir.⁹³

- 1) Yazışma yolu ile tanıtım
- 2) Fuarlara katılma yolu ile tanıtım
- 3) Reklam kampanyaları
- 4) Tutundurma yöntemleri ile tanıtım

Bu yöntemlerden en ekonomik olanı yazışma olmakla beraber etkin bir yöntem değildir. Etkin olan diğer üç yöntemden en ekonomik olanı ise fuarlara katılmaktır.

Fuarlar, ülkelerin ticaretlerini geliştirmede, yeni iş olanakları yaratmalarında ve muhtemel alıcı ve satıcıların bir araya getirilmesinde önemli rol oynamaktadırlar. Ayrıca, fuarlar tanıtımın yanında malın yüzyüze satışı ile rakiplerin ve hedef ülke koşullarının incelenmesine imkan verirler.⁹⁴

Fakat, fuarlar önemli maddi sıkıntılara katlanmayı gerektirdiğinden detaylı bir şekilde düşünülerek ve gerekli araştırma yapıldıktan sonra katılınması gereken bir olaydır.

93) y.a.g.e S.189

94) ITC UNCTAD/GATT Making the Most of the Trade Fairs Geneva 1982

Görüldüğü gibi, ihracatın her aşaması belli bir üretim, finansal ve bilgi kapasitesi gerektiren bir olaydır. Dolayısı ile, küçük ve orta işletmeler yapıları gereği ihracatın hemen her aşamasında sorunlarla karşılaşmaları olağandır.

Özellikle finansal kaynaklarının çok kısıtlı olması nedeniyle ihracat pazarlama faaliyetlerine girmeleri, ihracat pazar araştırmaları ve tanıtım faaliyetlerinde bulunmaları oldukça zordur.

Öte yandan, genellikle eski teknolojiye sahip olduklarından gerek kalite gerekse fiyat yönünden dış pazarlarda rekabet edebilmeleri mümkün değildir. Ayrıca üretim kapasiteleri kısıtlı olduğundan dış talepleri zamanında karşılamakta da güçlük çekmektedirler.

En önemli bir konu da, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat bilgilerinin çok yetersiz olması ve ihracata yönelik nitelikli eleman istihdamının yok denecek kadar az olmasıdır.

Bu açıdan, küçük ve orta ölçekli işletmelere ihracat konusunda teknik danışmanlık hizmeti ve mali teşvikler verilmesi gerekmektedir.

Küçük ve orta ölçekli işletmelere ihracat pazarlaması konusunda dış ticaret sermaye şirketleri hizmet verebilirler veya bu işletmeler biraraya gelerek bir ihracat grubu/şirketi kurarak ihracat pazarlaması konusundaki problemlerini çözebilirler.

Ülkemizde, ihracat pazarlaması konusunda küçük ve orta ölçekli işletmelere hizmet veren kuruluşlar bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi ihracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) dir.

Küçük sanayiye geliştirmek ve desteklemek amacıyla kurulmuş olan KÜSGET'in halen ihracat pazarlaması ile ilgili departmanı bulunmamakla beraber KÜSGET bünyesinde küçük sanayinin ihracatını arttırmak amacıyla küçük işletmelere ihracat konusunda her türlü teknik danışmanlık hizmetinin verileceği bir ihracat pazarlama departmanı kurulması için faaliyetler sürdürülmektedir.

Ayrıca, KÜSGET küçük ve orta ölçekli işletmelerin fuarlara katılma yolu ile ihracat faaliyetlerine girmeleri için yoğun bir çaba sarfetmektedir. Küçük işletmeleri kendi şemşiyesi altında toplayarak, onlardan maddi bir destek sağlamaksızın fuarlara katılımlarını sağlamaktadır.

Ülkemizde, küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik ihracat teşviki uygulanmamaktadır. Söz konusu teşvikler büyük şirketlere yöneliktir.

2.4. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACATLARININ GELİŞTİRİLMESİ
İÇİN ALINAN ÖNLEMLER :

Çeşitli ülkeler özellikle gelişmiş ülkeler halen ihracat yapan küçük ve orta işletmelerin ihracatlarını arttırmak ve ihracat yapmayı potansiyeli bulunan küçük ve orta ölçekli işletmeleri ihracata yöneltmek için çeşitli ve geniş önlemler almakta, teşvikler uygulamaktadır.

Örneğin Batı Avrupa'da küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin ihracatlarının geliştirilmesi için alınan önlemler şöyledir.⁹⁵

- Mali teşviklerin önemi azaltılarak teknik yardıma daha da önem verilmiştir. Teknik yardım gerek miktar gerekse nitelik olarak artmıştır.
- Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat faaliyetlerine verilen destek temel olarak işletme düzeyindedir. Ticari misyonlar, uluslararası fuarlara ve ihalelere katılım gibi bazı faaliyetler için orta ihracat grupları oluşturulmaktadır.
- Sadece kamu sektörü değil, ticaret ve sanayi odaları, iş dernekleri ve büyük işletmeler de küçük sanayiye yardım sağlamaktadırlar.
- Mali yardım sadece geleneksel ihracatın finansmanı ile sınırlı değildir. Yeni ürün geliştirme, yeni pazara girme, yurtdışındaki yatırımların finansmanına da kapsamaktadır.

Ülkemizde ise, 1980 sonrası benimsenen ve amacı kısa dönemde ürünlerimize ihraç gücü kazandırmak, uzun dönemde ise ihracatımızın yapısını değiştirerek sinai mal ve ihracatının toplam ihracat içindeki payını arttırmak olan teşviklerden daha çok büyük dış ticaret şirketlerinin yararlanması desteklenmiştir. İhracatın sözkonusu şirketler eliyle yürütülerek kısa zamanda ihracatta gelişme sağlanması öngörülmüş ve ihracata, ihracattan sonra mali avantajlar sağlayan bir teşvik sistemi içinde yaklaşılmıştır.

95) J.Dupuy, Final Report on the Export Support Mechanisms for the Small and Medium-Scale Enterprises, Established in Six Selected EEC Countries and Spain, ITC, UNCTAD/GATT

Önemli bir mali teşvik olan ihracatta vergi iadeleri GATT ilkelerine ters düştüğü için 1988 sonu itibarıyla kaldırılmıştır.⁹⁶

Söz konusu teşvikler üretim aşamasında olmadığı için üretim-ihracat zincirinin bağlantısı kurulamamış, ihracata yönelik üretim kapasitesi arttırılamamıştır. Esas ihracatı besleyen üretici kesime teşviklerden pay verilmemiştir.

Mali teşvikler etkisini kısa zamanda gösterdiğinden Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, bu tip teşvikleri daha pratik ve bünyelerine daha uygun bulmaktadırlar. Ancak, ihracatta uygulanan her türlü teşviğin esas itibarıyla üretim aşamasına doğru kaydırılması uzun vadede ihracatımızın bünyesi üzerinde çok daha olumlu tesirler yapacaktır.

Nihai ihracatçıların genellikle üretici niteliğinde olmadığı bir ihracat sisteminin yürürlükte olduğu ülkemizde bu sistem gerek ihracatın gelişmesi gerekse etkin kaynak dağılımı açısından önem taşımaktadır.

Fakat, ihracat politikası, ihracat teşviklerinin, ihracatçı ile üretici arasında pazarlık yolu ile paylaşılabilmesi görüşü ile, nihai ihracatçıya verilmeye devam edileceği yönündedir. Küçük ve orta ölçekli üretici işletmelerin dış ticaret sermaye şirketlerine nazaran pazarlık güçlerinin zayıflığı gözönüne alınırsa uygulanan teşviklerin nasıl üreticiye aktarılacağı belirsizlik kazanmaktadır.

96) Adnan Moldibi, a.g.r. S.21

2.5. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACAT FAALİYETLERİNE KATILMA YOLLARI :

İhraç pazarlarına girmenin çok zor olması ve küçük ve orta ölçekli işletmelerimizin kendi öz yapılarından kaynaklanan sorunlar nedeniyle bu işletmelerin direk olarak ihracat yapmaları oldukça güç görünmektedir.

Fakat, ihracat potansiyeli olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin iki şekilde ihracat faaliyetlerine katılmaları önerilebilir.

- a) Dış ticaret sermaye şirketleri kanalıyla dolaylı ihracat yaparak
- b) Ortak ihracat grupları oluşturarak

2.5.1. DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ KANALIYLA İHRACAT :

Ülkemizde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin tek başlarına ihracat yapamamaları nedeniyle ortaya çıkan boşluk dış ticaret sermaye şirketleri ile doldurulmaya çalışılmakta, bu şirketler birçok küçük işletmenin mallarını tek bir marka altında ihraç etmektedir. Dış ticaret sermaye şirketleri kendilerini besleyen küçük ve orta ölçekli işletmelerin ürünlerinin pazarlanmasında önemli bir potansiyel arz etmektedirler.⁹⁷

Dış ticaret sermaye şirketleri modelinin esas amacı dış ticaretin dış pazarlardaki büyük şirketlerle rekabet edebilecek, yeterli organizasyona sahip şirketler eliyle yürütülmesidir. Bu şirketler küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihraç edilebilir mallarının dış pazarlarda pazarlamasını yapacaklar, onlara danışmanlık hizmeti vereceklerdir.

97) Aide Memoire of Pre Appraisal Mission, Proposed Third Small and Medium Scale Industry Project

İlk olarak 1980 yılında 8/1173 sayılı "İhracatçı Şirketleri Teşvik Kararı" hükümleri içinde yer verilerek, ihracatın imalatçı olmayan Sermaye Şirketleri ile geliştirilmesi esasları benimsenmiştir.⁹⁸ Bu karar hükümleri 26 Aralık 1985 tarih ve 19970 no'lu Resmî Gazetede yayınlanan Bakanlar Kurulu kararı ile değişikliğe uğramış, sermaye koşulu 50 Milyon TL'den 500 Milyon TL'ye, dışsatım koşulu ise 15 Milyon dolardan 30 milyon dolara çıkarılmıştır. Ayrıca, yıllık ihracatın % 50'sinin sinai mamul ve maden olma zorunluluğu % 75'e yükseltilmiştir.

Son olarak 5 Nisan 1988 tarih ve 19776 sayılı Mükerrer Resmî Gazete'de dışsatım ile ilgili kararnamede dış ticaret sermaye şirketlerinin sermaye koşulu 2 Milyar TL, dışsatım koşulu ise 50 Milyon \$ olarak belirlenmiştir.⁹⁹

Ayrıca, 12 Ocak 1984 tarihinde yayınlanan karar ile Dış Ticareti Devletleştirilmiş Ülkelerden ithalat hakkı dış ticaret sermaye şirketlerine verilmiştir.

Dış ticaretin büyük ölçekli şirketler eliyle yürütülmesini öngörerek yeni bir yapılanmaya yol açan bu modelin gerekçeleri şöyle sıralanabilir.¹⁰⁰

1) İhracatta başarılı olmak için belirli mal veya pazarlar konusunda ihtisaslaşmış ekipler oluşturmak gerekmektedir. Bu da ancak çeşitli ülkelerde bürü açabilecek, detaylı pazar araştırması yapabilecek ve kalifiye elemanlar istihdam edebilecek finansal güçte sahip büyük organizasyonlar çerçevesinde gerçekleştirilebilir. Bu organizasyonlar geniş iç hacimleri sayesinde ölçek ekonomilerinden faydalanarak pazar bulma, ihracat işlemlerini yürütme, ambalajlama, nakliye gibi birçok hizmeti daha kolay gerçekleştirebilirler.

98) İGEME, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri 1986 S.20

99) Oktay Güvenli, "Türkiye'de 1988 yılına ait dışsatım özendirme önlemlerindeki yenilikler", ISO Dergisi, 15 Eylül 1988 sayı 271 S.41

100) İGEME, Dış Ticaret Sermaye S.21

- 2) Dış ticaretin devletleştirildiği ülkelerde pazarlık gücünde eşitlik sağlamak amacıyla bu ülkelerde dış ticaretin büyük şirketler kanalıyla yapılması gerekmektedir.
- 3) Yurtdışında malını pazarlamak isteyen çok sayıdaki Türk ihracatçıları arasında meydana gelen rekabet büyük oranlarda fiyat indirimlerine neden olmaktadır. Oysa, az sayıda ve büyük ihracat şirketleri gereksiz rekabete girmeden mallarını daha iyi fiyatlarla pazarlayabilirler.
- 4) Birçok pazarda tüketici için, malı piyasaya süren firmanın etiketi o malın tüketiminde önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla, büyük ve güvenilir firmalar kanalıyla sunulan malların dış pazarlarda talep şansları daha fazladır.
- 5) Dış ticaret sermaye şirketleri geniş bir haberleşme ağına ve bilgi birikimine sahiptirler. Gerekli enformasyon sözkonusu birikimi olmayan imalatçı firmalara yansıtılarak üretimin dış ticaret koşullarına uyması sağlanabilir.

Ülkemizde sözkonusu model, doğru kurulmuş olmasına rağmen yanlış yorumlanmıştır.¹⁰¹ İhracatı Teşvik Tedbirlerinin yürürlüğe girmesi ile sağlanan ek teşviklerin de katkısıyla bazı şirketler kısa sürede mevzuatta belirtilen şartları yerine getirerek dış ticaret sermaye şirketi olmayı hak kazanmışlardır. Ancak, bazı alanlarda uygulamanın, politikanın temelinde yatan amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilemediği görülmüştür.

Dış ticaret konusunda DTSS'ne tanınan ayrıcalıkların en önemli gerekçesi diğer ülkelerdeki büyük şirketlerle eşit koşullarda ticaret yapabilecek, rekabet gücü yüksek ve yeterli bir organizasyona sahip şirketler oluşturmak ve dış ticareti bütün aşamalarıyla bu şirketler eliyle gerçekleştirmek olduğu halde, uygulamada DTSS'nin küçük ve orta ölçekli işletmelerin ticaretlerini kendi üzerlerinden geçirerek çeşitli yüzdelerle lisans hakkı aldıkları görülmüştür. Bu şekilde, mevzuatla ilgili işlemler dışında hiçbir ihracat pazarlaması faaliyetinde bulunmadan ihracat rakamlarını kabartmışlardır.

101) Osman Benzeş, Milliyet Gazetesi 17 Aralık 1988 S.5

DTSS'ne verilen teşvikler, küçük ve orta ölçekli işletmeleri, bu şirketlerin sunduğu pazarlama faaliyetlerinden faydalanması amacı yerine sözkonusu teşviklerin pazarlık esası ile paylaşılması şeklinde ortaya çıkmıştır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerde bir nebze bu mali teşviklerden yararlanmak için ihracatlarını sözkonusu şirketler üzerinden geçirmişler, onların pazarlama hizmetlerinden yararlanma amacını gözardı etmişlerdir.

Diğer taraftan, DTSS ek vergi iadeleri yoluyla devletten sağladığı teşviklere dayanarak dış piyasalarda imalatçının altında fiyat teklifi verecek haksız rekabete yol açmışlardır. Karlılık oranlarını hesaplarırken en önemli faktör olarak sözkonusu teşvikleri gözönüne almışlardır. İhracat için aldıkları krediyi ihracatı geliştirmek için kullanmamışlardır.

Uygulamadaki aksaklıklar ve GATT kurallarına aykırı düştüğü için 1.1.1989 tarihinden itibaren ihracatta vergi iadesi uygulamasının kaldırılması ile dış ticaret şirketlerinin kısa vadeli büyüme politikasından vazgeçip ileriye dönük stratejiler doğrultusunda organizasyon ve kaynak yapılarını düzenleyerek üreticilere pazarlama, danışmanlık hizmeti verme yolunda bir adım olarak değerlendirilebilir.

Delayısıyla, modelin doğru yorumlanarak dış ticaret sermaye şirketlerinin gerçek işlevlerini yerine getirmesi ve ihracata uygun mal üretiminin sağlanması için küçük ve orta ölçekli işletmelere danışmanlık hizmeti vermeleri ve bu işletmelerin ürettikleri malların kalitesinin iyileştirilmesi için işbirliği kurulması gerekmektedir. Bu işbirliği sağlandığı takdirde dış ticaret sermaye şirketleri küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihraç ürünlerinin geliştirilmesinde önemli katkılar sağlayacaklardır.

2.5.2. ORTAK İHRACAT GRUPLARI :

Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin finansal nedenlerle ihracat pazarlamasında karşılaştıkları problemler bu işletmeleri birleşip, ortak bir pazarlama sistemi oluşturmalarını zorlamaktadır.

İşletmelerin biraraya gelerek kurdukları ihracat pazarlama kuruluşları, kısa sürede ihracat gelirlerini artırmada başarılı olduğu kanıtlanmış bir yoldur.

Ortak ihracat pazarlama kuruluşları "iki veya daha fazla üreticinin dış pazarlara girmek amacıyla dışsattım etkinliklerinin bir kısmının ya da tümünü gönüllü olarak birleştirerek bir ihracat pazarlama firması kurmaları" şeklinde tanımlanabilir. Bu firmalar mali ve yasal bağımsızlıklarını korurlar. Üyeliğin isteğe bağlı olması bu kuruluşları kayıt mecburiyeti olan ticaret oda ve birliklerinden ayırmaktadır. Bu kuruluşlarda firmalar kendi özel idari yapı ve şahsi firma hüviyetlerini saklı tutmaktadırlar. Burada, şirketlerin birleşmesinden ziyade ortak bir amaç için bir ticaret anlaşmasına varılması sözkonusudur.¹⁰²

Birbirleriyle rekabet etmeyen işletmeler olmak kaydıyla benzer mal üreten küçük ve orta ölçekli işletmelerin böyle bir kuruluş düzeyinde işbirliği yaparak doğrudan ihracat yapması mümkündür.

Ortak ihracat pazarlama kuruluş kurarak işletmeler pazarlamanın şu fonksiyonlarından müştereken faydanabilirler.¹⁰³

- Ürün geliştirme
- Pazar araştırması
- Satış dağıtım
- Tutundurma-Satış geliştirme

Bu tür düzenlemeler dış pazarlara yeni girecek küçük işletmeler için son derece yararlıdır. Amerikan küçük işletmeleri bunu 1918 tarihli Dış Ticaret Yasasına dayanarak kurdukları "Webb - Pomerene Associations" ile gerçekleştirmiştir. Fransa'da Beta grubu, ve İsviçre'de Delta grubu da bu tip organizasyonlara örnektir.¹⁰⁴

102) Nergis Ünlü, Ortaklaşa İhracat Kuruluşları,
İGEME Haziran 1978 S.4

103) Josip Senecic, "Marketing of Small Enterprises",
RCCDC, Belgrade 198 S.89

104) Tuncer Tokol "Küçük İşletmelerin Pazarlama Sorunları", Bölgesel
Seminerine sunulan tebliğ 1986 S.73

İtalya da ekonomisinde önemli ağırlığı olan küçük sanayisini ihracat grupları şeklinde organize etmektedir. Hükümet, küçük sanayiye ihracat grupları ve konsorsiyumlar şeklinde organize ederek ihracatı geliştirmek amacıyla bir dizi tedbirler almıştır.

Bir kararname ile pazar araştırmaları, reklam harcamaları, uluslararası fuar ve sergilere katılım ve ilgili pazarda ihracatçı firmanın durumunu kuvvetlendirme gibi faaliyetleri kapsayan programların yürütülmesinin finansmanını karşılayan döner fon kurulmuştur. Ayrıca diğer bir kanun ile konsorsiyum veya kooperatif adı verilen ihracat gruplarının ihracat faaliyetlerini artırıcı önlemler alınmıştır. Bu gruplar en az 5 üyeden meydana gelmekte ve üyelerin her biri sermayenin % 20'sini karşılamaktadır.¹⁰⁵

Bu gruplar, gruplarına dahil oldukları küçük sanayi kolları için araştırma yapıp, pazarı ve istenen malı bulmakta, bir yandan müşteri ile bağlantı kararken sipariş (model, tip, adet vs.) için gerekli ham ve yardımcı maddeleri sağlamaktadır. İtalya özellikle ayakkabı sektöründe bu tip organizasyonlara giderek Avrupa pazarlarında güçlü bir isim ve yer elde etmişlerdir.¹⁰⁶

Ülkemizde, yukarıda sözü edilen organizasyonların en güzel örneğini Giyim Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. vermektedir. Bu şirket ihracata yönelik üretici firmaların kendi aralarında kurdukları bir şirkettir. Bünyesinde, dış firmaları bulan, onların taleplerine göre mal üreten 96 konfeksiyoncu bulunmaktadır.¹⁰⁷ Bu şirket 1988 yılında 350 Milyon dolarlık ihracat yaparak 28 büyük şirket arasında dördüncü sırayı almıştır. Konfeksiyon sektöründe, üretimin her halkasında yaşayan bu şirketin başarısı açıkça ortadadır. Bu şirket, üretici firmalara dayanması nedeniyle sağlam bir temel oluşturmaktadır.

105) Dupuy, a.g.m. S. 20

106) İKV, a.g.e. S. 42

107) Benzeş a.g.m

Üretici firmalarla ihracatçı firmanın yukarıdaki örnekteki dikey tamlaşmaya girmeleri çeşitli yararlar sağlayabilir.¹⁰⁸

- a) Reel devalüasyonlar ve ihracat teşvikleriyle gelir bölüşümü ihracat kesimi lehine değişirken üretici firmalar da bundan yararlanacaklardır.
- b) Fon yaratma olanakları arttığı için banka kredilerine başvurma gereği sınırlanacaktır.
- c) Yatırım kaynakları büyümüş olacaktır.

Dolayısı ile, ülkemizde yukarıdaki örneğe benzer üretici firmaların kendi aralarında dış ticaret firmaları kurmaları teşvik edilmeli, üretim, ihracat - iç ticaret arasında dikey tamlaşmayı sağlanmaya doğru yapısal değişimin ortaya çıkması özendirilmelidir.

Ülkemizde, Giyim Sanayicileri Dış Ticaret Şirketi modelini benimseyen kuruluşların ortaya çıkmaya başladığı görülmektedir.

108) Gülten Kazgan S.13

2.6. KOİ'LERİN İHRACATA YÖNELMELERİNİ ENGELLEYEN NEDENLER :

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelmelerini engelleyen nedenleri şöyle özetleyebiliriz.⁸²

1) Ulusal Düzeyde:

- a) KOİ'lerin ihracatlarını geliştirmek veya KOİ'leri ihracata yöneltmek için planlı bir strateji izlenmemesi,
- b) Küçük sanayi sektörünü geliştirmeyi ve bu sektörün ihracata katkısına arttırmayı hedefleyen amaçların açıkça ortaya konmaması,
- c) Mevcut araçların küçük sanayinin ihracatının geliştirilmesine yönelik olmaması,
- d) KOİ'leri desteklemek için belirlenmiş bir hedef olmasına rağmen, alınan önlem ve uygulamaların bu amaca uygun olmaması ve ilgili kurumlar arasında koordinasyonun sağlanamaması,
- e) Küçük sanayinin ihracatını kolaylaştırıcı pazarlama kanalları ve ihracat pazarlama örgütleri, konsorsiyumlar, dış ticaret şirketleri gibi sistemlerin kurulması için uygun ortamın bulunmaması,
- f) KOİ'ler için talep piyasasını koordine edecek bir kuruluşun olmaması,
- g) İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması,
- h) İhracatta mevcut uygulamaların KOİ'ler aleyhine işlemesi,
- i) Teşvik tedbirlerinin yetersizliği
- j) Bürokratik engeller
- k) Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması,
- ğ) KOİ'lerin organize olmamaları
- ñ) Genel ekonomik yapıdan kaynaklanan sorunlar

109) ISO, a.g.e.S.37

Santiapalli, a.g.m. S.9

Subramanian, a.g.m. S.49-50

Rezan Tatlıdıl, Oniki Üyeli AT'ye Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Geliştirilmesinde Pazarlama Karmasının oluşturulması, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları 1987 S. 163-166

2. İşletme Düzeyinde :

- a) KOİ'lerin ölçeklerinden dolayı karşılaştıkları finansal zorluklar,
- İhracata yönelik üretimin finansmanı için kredi bulma güçlüğü, banka hizmetlerinin yetersizliği,
 - Ucuz ve kaliteli hammadde (Yerli veya ithal) bulma güçlüğü,
 - İhracat pazarlama maliyetlerinin sınırlı kaynaklar dolayısıyla karşılanamaması,
 - İhracat pazar araştırması ve satış geliştirme/tanıtım faaliyetlerinin mali açıdan çok külfetli olması,
- b) Dış Pazarda rekabet edecek düzeyde olmamaları,
- Kalite düşüklüğü
 - İhracatta fiyatlamada yanlışlıklar
 - Rakiplerin tanınmaması,
 - Uygunsuz pazarlama stratejileri
 - Dış pazarların tanınmaması,
- c) Dış pazarlama konusunda bilgi ve eleman eksikliği,
- İhracat işlemleri
 - İhracat şekilleri
 - İhracatta teslim şekilleri
 - İhracatta ambalajlama
 - İhracatta fiyatlama vb.
 - İhracatta ürün geliştirme, ürün adaptasyonu konularında bilgisizlik
- d) İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği,
- e) Zor ve riskli kabul ettikleri dış pazarlar konusunda psikolojik engeller,

- f) Dış pazarlarda ürünleri için pazar potansiyeli olup olmadığı konusunda bilgisizlik
- g) İhracat siparişlerinin her zaman KOİ'lerin karşılayamayacağı kadar büyük siparişler olduğu konusundaki yanlışlığı,
- h) İhracatla ilgili nitelikli eleman eksikliği ve eğitim olanaklarının yetersizliği,
- j) Ürünlerin ihracata uygun olmaması,
- k) Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması,

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. ANKET UYGULAMASI VE SONUÇLARI

Amaç :

Araştırmanın amacı, araştırma kapsamına giren küçük ve orta ölçekli işletmelerin üretim kapasitesi, ürünlerin kalite ve fiyat açısından ihracata uygunluğu, finansal kaynakları vb. açılardan incelenerek ihracata uygunluklarının saptanması ve ihracat potansiyellerinin araştırılmasıdır. Ayrıca, genel ülke ekonomisinde ihracat açısından potansiyel arzeden-alt sektörlerin seçilerek, bu sektörler içinden seçilen işletmelerin teknik danışmanlık ihtiyaçlarının belirlenmesidir.

Araştırma, Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı ve ihracat pazarlaması konusunda Dünya Bankası uzmanı olan Mr.H.Wermer'le işbirliği içinde, bir grup çalışması şeklinde yürütülmüştür.

Yapılan araştırma, ülke genelinde uygulanmadığı için sadece küçük ve orta ölçekli işletmelerin belli bir bölümü hakkında bize fikir verebilir.

Kapsamı :

a) Coğrafi Açıdan Kapsam :

Bilindiği gibi, ülkemizde 1985 yılı imalat Sanayi anketlerine göre 1-100 arası kişi çalıştıran küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısı 192.653 olup çok dağınık biçimdedirler. Bu nedenle uygulama kolaylığı açısından KÜSGET Bölge Müdürlüklerinin bulunduğu Ankara, Gaziantep, Bursa ve İstanbul illeri içinde özel imalat sanayiinde faaliyet gösteren 54 işletme seçilmiştir.

b) Araştırma Kapsamına Giren Faaliyetler :

Araştırma kapsamına küçük ve orta ölçekli işletmelerin yoğun olduğu, ayrıca KÜSGET'in de faaliyet alanına giren tekstil, plastik ürünleri, demirçelik ana sanayi, demir dış metaller, işlenmiş metal ürünleri, elektriksiz makine-teçhizat, elektrikli makine-teçhizat, taşıt araç-gereçleri, oto yedek parçaları alt sektörleri alınmıştır.

c) Çalışanlar açısından kapsamı :

Hedef grup olarak 5 ila 100 arasında işçi çalıştıran işletmeler ele alınmıştır.

YÖNTEM :

- 1) Anket görüşmelerinin yapılacağı alt sektörlerin önseçimi için kriter oluşturma,
- 2) Oluşturulan kriterlere göre alt sektörlerin değerlendirilmesi,
- 3) Görüşme yapılacak işletmelerin önseçimi,
- 4) Anket formlarının hazırlanması,
- 5) Dört işletmede anketin ön denemesinin yapılması ve anket formunun gözden geçirilmesi,
- 6) Ankara, Gaziantep, Bursa ve İstanbul'da toplam 50 görüşmenin yapılarak, anketlerin tamamlanması,
- 7) İhracat potansiyeli açısından anketlerin değerlendirilmesi,
- 8) İşletmelerin teknik danışmanlık ihtiyaçlarının değerlendirilmesi.

ALT SEKTÖRLERİN SEÇİMİ :

Uluslararası Endüstriyel Sınıflamaya (International Standard Industrial Classification ISIC) göre sıralanan sektörler arasından aşağıdaki kriterlere göre seçim yapılmıştır.

- Sektörün yarattığı katma değer,
- İstihdam
- Teknoloji seviyesi,
- Üretim kapasite düzeyi,
- KÜSGET faaliyetleri içinde yer alması,
- İhracat içindeki payı,
- Standardizasyon

- Rekabetçi durum,
- Yan sanayi olma potansiyeli,
- Döviz kazandırma potansiyeli,
- Sektördeki küçük işletmelerin durumu ,

Yukarıdaki kriterlere göre değerlendirilerek ve KÜSGET faaliyetlerince kapsanmasına özen gösterilerek imalat sanayi içinde yer alan 28 alt sektör içinden 8 altsektör seçilmiştir. Değerlendirme kriterlere göre 40 üzerinden puan verilmesi şeklinde yapılmış ve seçim bu puanlara göre gerçekleştirilmiştir. Sözkonusu ekonomik değerlendirmeye göre seçilen sektörler şöyledir. (Tablo 16)

- Tekstil-Hazır giyim
- Plastik ürünler
- Demir-çelik ana sanayi
- Demir-dışı metaller,
- İşlenmiş metal ürünleri,
- Elektriksiz makine teçhizat
- Elektrikli makine teçhizat
- Taşıt araç-gereçleri, otomotiv parçaları

Seçilen sektörler içinde 40 üzerinden 31 ile en yüksek ekonomik puanı alan tekstil ve hazır giyim alt sektörüdür. İkinci sırada 28 puan ile işlenmiş metal ürünleri altsektörü yer almaktadır.

Küsget Bölge Müdürlüklerinin bulunduğu Ankara, Bursa, Gaziantep ve İstanbul illerinde imalat sanayinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin seçilen altsektörlerine göre dağılımı yapılmıştır. (Tablo 16)

Plastik ürünlerinden 6, demir çelik ürünlerinden 6, demir-dışı metallere 6, işlenmiş metal ürünlerinden 8, elektriksiz makine teçhizattan 7, elektrikli makine teçhizattan 6, ve taşıt araç-gereçleri, otomotiv parçaları alt sektöründen 9 adet olmak üzere toplam 54 işletme seçilmiştir.

TABLO : 16

SEÇİLEN ALTSEKTÖRLER VE BÖLGELERE DAĞILIMI

Altsektör ISIC	Ekonomik Değerlen- dirmede sektörün puanı (40 üzerinden)	Ankara	Bursa	G.Antep	İstanbul	Toplam
21/2 Tekstil/ Hazır giyim	31	-	4	2	-	6
56 Plastik Ürünler	22	1	2	1	2	6
71 Demir-Çelik ana Sanayi	27	3	1	1	1	6
72 Demir-dışı Metaller	21	2	1	1	2	6
81 İşlenmiş Metal Ürünleri	28	2	2	3	1	8
82 Elektriksiz Makina teçhizat	26	3	2	1	1	7
83 Elektrikli Makina Teçhizat	21	2	2	1	1	6
84.Taşıt araç gereçleri Otomotiv parçaları	23	1	5	1	2	9
T O P L A M		14	19	11	10	54

Bu işletmelerin aşağıdaki nitelikteki işletmelerin karışımı olmasına dikkat edilmiştir.

- a) Büyüklük açısından 5 - 10
 11 - 20
 21 - 50
 51 - 100 arası işçi

çalıştıran

- b) Farklı bölgelerden,
c) İhracat tecrübesi olan,
d) İhracat tecrübesi olmayıp, fuar tecrübesi olan,
e) İhracat yapmamış ve fuarlara katılmamış fakat ihracat potansiyeli olabilecek,
f) KÜSGET'le ilişkileri olan işletmeler.

Yukarıdaki kriterlere göre 54 işletmenin dağılımı yapılmıştır. Buna göre; Ankara bölgesinden 14, Bursa bölgesinden 19, Gaziantep bölgesinden 11, İstanbul bölgesinden de 10 adet işletme seçilmiştir. Bölge içinde işletmelerin seçiminde KÜSGET Bölge Müdürlüklerindeki yetkililer yardımcı olmuşlardır.

Anket Formlarının Hazırlanması;

Anket formları, görüşülen firmanın ihraç potansiyelinin değerlendirilmesine temel teşkil edecek bütün bilgilerin toplanması amacıyla detaylı bir biçimde hazırlanmıştır. Kullanılan anket formu Ek.1'de yer almaktadır.

Anket formları genel olarak şu konuları içermektedir :

- Hukuki yapı,
- Üretim yapısı, üretim miktarı,
- Sabit sermaye durumu,
- Teknolojik yapı,

- Üretim kapasitesi, kapasite kullanımı,
- Kalite ve kalite kontrolü,
- Hammadde temini ve sorunlar,
- Organizasyon, yönetim, işgücü,
- Pazarlama (iç pazar-dış pazar)
- Dağıtım kanalları, rekabetçi durum,
- Pazar payı,
- Maliyet, Fiyatlama,
- Tanıtma, reklam faaliyetleri,
- İhracat bilgisi, nitelikli eleman durumu,
- Finansman

Anketlerin Yürütülmesi :

Anketler bölgelere gidilerek, seçilen firmalarla yüzyüze görüşülerek yapılmıştır. Görüşmelerde, ürünlerin kalite açısından değerlendirilmesi için KÜSGE Bölge Müdürlüklerinden teknik uzmanlar da hazır bulunmuşlardır.

Görüşme yapılan işletmelerden, finansmanla ilgili sorular dışında bilgi almada genelde güçlük çekilmemiştir.

Ayrıca, anket sırasında görüşülen tüm işletmelerin (yaklaşık % 95'i) pazardaki problemlerinin özellikle ihracat pazarlamasındaki problemlerinin farkında oldukları görülmüş ve bu işletmelere gerekli pazarlama hizmeti verildiği takdirde daha etkin olacakları saptanmıştır.

3.2. DEĞERLENDİRME

İşletmelerin ihracat potansiyelinin değerlendirilmesi için Ek-2 ve Ek-3'teki tablolar kullanılmıştır. Anketlerde elde edilen veriler ve görüşmeler esnasında elde edilen kişisel izlenimler bu değerlendirmeye temel teşkil etmiştir.

Değerlendirmede özellikle aşağıdaki faktörler gözönüne alınmıştır.

- 1) Ürünlerin kalite ve fiyat açısından ihracata uygunluğu,
- 2) Üretim kapasitesi,
- 3) Organizasyon
- 4) Önceki ihracat tecrübesi veya ihracata yönelme isteği,
- 5) Finansal kaynaklar

Sözkonusu faktörlere göre değerlendirme sonuçları şöyle özetlenebilir.

- Görüşme için seçilen 54 işletmenin 36'sında ihracat potansiyeli ortaya çıkmıştır. Bu işletmelerden ;

- 7 işletme halen düzenli sayılabilecek düzeyde ihracat yapmaktadır.
- 7 işletme düzenli olmamakla birlikte ihracat yapmaktadır.
- 6 işletme henüz ihracat yapmamış olmakla birlikte ihracatı geliştirme faaliyetlerine katılmaktadır. (Örneğin; Yurtdışındaki fuarlara katılma gibi)
- 10 işletmenin hiçbir ihracat faaliyeti olmamakla birlikte, kapasite olarak ihracat potansiyeli bulunmaktadır.
- 6 işletmenin de gerek ihracata yönelme isteği ve gerekse mevcut durumu itibariyle ihraç potansiyellerinin olduğu kabul edilebilir.
- 18 işletmenin de ihracat potansiyeli olmadığı ortaya çıkmıştır.

Değerlendirmeye göre 54 işletmenin % 67'sinde ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Halen düzenli olarak ihracat yapan işletmelerin ihracat potansiyeli olan işletmeler içindeki payı % 19'dur.

İhracat potansiyeli olan işletmelerin bölgelere göre dağılımında % 47 ile Bursa Bölgesi baştedir. Burada ihraç potansiyeli olan firma sayısı 17'dir. Ankara ve Gaziantep'in payları % 19 olup İstanbul Bölgesinin payı % 17'dir.

ALTEKTÖRLER	TOPLAM İŞLETME SAYIŞI	İhracat Potansiyeli Olan İşletmeler						İhracat Potansiyeli Olmayan İşletmeler	Bölgelere göre İhracat Potansiyeli olan İşletmeler Dağılımı				İşletme büyüklüklerine göre İhracat potansiyelinin dağılımı			
		TOP	A	B	C	D	E		Ankara	Bursa	An	İst	5-10	11-20	21-50	50-100
Tekstil	6	5	3	1	-	1	-	1	-	4	1	-	1	-	3	1
Hazır Giyim	6	4	-	1	-	1	2	2	-	2	1	1	1	2	1	1
Plastik Ürünler	6	4	-	1	2	1	-	2	2	1	-	1	1	2	1	1
Demir-Çelik ana Sanayi	6	4	1	-	-	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	-
Demir-dışı İstaller	6	4	1	-	-	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
İşlenmiş Metal Ürünleri	8	5	2	1	-	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1
Elektriksiz Makina teçhizat	6	3	-	-	-	1	2	3	2	2	-	1	1	1	1	1
Elektrikli Makina teçhizat	7	5	-	1	3	1	-	2	2	2	2	1	1	4	-	2
Taşıt araç gereçleri-otomotiv parçaları	9	6	1	2	1	2	-	3	1	4	1	1	1	2	2	2
Genel Toplam	54	36	7	7	6	10	6	18	7	17	7	6	5	7	16	8
Yüzde (%)		% 67	%19	19	17	28	17	%33	19	47	19	17	14	19	44	22

İhracat potansiyelinin işletme büyüklüklerine göre dağılımında, en yüksek payı % 63 ile küçük ölçekli işletme grubuna giren 11-50 işçi çalıştıran işletmeler almaktadır. Orta ölçekli işletmelerin (51-100 işçi çalıştıran) payı ise % 22'dir. Çok küçük işletmeler de % 14'lük bir pay almaktadır.

Çalışan işçi sayısına göre işletme büyüklüklerinin her kategorisinde ihracat potansiyeli olduğu görülmüştür.

TABLO 18
ALTSEKTÖRLERİN İHRAÇ POTANSİYEL YÜZDELERİNE
GÖRE SIRALANMASI

	A %	B %	A X B %
1- Tekstil/Hazır Giyim	78	83	65
2- Demir Çelik Ana Sanayi	68	67	46
3- İşlenmiş Metal Ürünler	70	63	44
4- Elektrikli Makina Teçhizat	53	79	42
5- Taşıt araç gereçleri Otomotiv San.Ürünleri	58	67	39
6- Plastik Ürünler	55	67	37
7- Demir dışı metaller	53	67	36
8- Elektriksiz Makina Teçhizat	65	50	33

A = Ekonomik yüzde

B = İhracat potansiyeli olan işletmeler
içinde % si

Altsektörlerin ihracat potansiyelleri ekonomik puanları ile birleştirilerek iki yüzdenin çarpımı yoluna gidildiğinde, $77.5 \times 83.3 = \% 65$ tekstil/hazır giyim sektörünün ihracat potansiyel yüzdesi olmaktadır.

Tablo'dan da görüleceği gibi % 65 ile en fazla ihrac potansiyeli olan altsektör tekstil/hazır giyim sektörüdür. İkinci sırada % 46 ile demir-çelik ana sanayi yer almaktadır. En düşük ihrac potansiyeli, % 33'lük bir oran ile elektriksiz makina-teçhizat alt sektörüne aittir.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin altsektörlere göre ihrac potansiyeli olan ürünler aşağıda verilmiştir.

ALTSEKTÖRLER VE İHRACAT POTANSİYELİ OLAN ÜRÜNLER

<u>ALTSEKTÖRLER</u>	<u>ÜRÜNLER</u>
Tekstil/Hazır giyim	Havlu, berbez
Plastik Ürünler	Oto parçaları (yağ keçeleri, lastik oto parçaları vb.)
Demir-çelik ana sanayi sanayi (döküm)	Demir döküm, otomotiv yan parçaları, paslanmaz çelikten ürünler(tüp,flaş vb.)
Demirdışı Metaller	Alüminyum, bronz döküm alüminyum levhalar, kemerler vb.
İşlenmiş metal ürünler	Bıçak, para kasası, teller, paslanmaz çelikten mutfak araç gereçleri
Elektriksiz makina teçhizat	Otomotive bağlı sanayi, temizleme malzemeleri, paslanmaz çelikten mutfak araç-gereçleri.
Elektrikli makina teçhizat	Otomotiv sanayi ve inşaat makinaları için elektrikli parçaları, Elektrikli makina araç, gereçleri Elektro-erezyon makinaları Akümülatör
Taşıt araç-gereçleri Otomotiv sanayi ürünleri	Plastik+Metal otomotiv yan parçaları Diğer oto parçaları Emniyet kemerleri Motor subapları

3.3. İŞLETMELERİN İHRACAT FAALİYETLERİNDE TEKNİK

DANIŞMANLIK İHTİYAÇLARI :

Görüşülen firmaların tümünün ihracat pazarlamasının hemen her aşamasında teknik danışmanlık desteğine ihtiyaçları olduğu görülmüştür. Ayrıca, bazı firmalar kendilerine hammadde seçimi kalite kontrol üretimi ve ihracat pazarlamasında hizmet veren kuruluşlardan habersizdirler. Örneğin: İGEME ve KÜSGET'i tanımamaktadırlar. Dolayısı ile kendi kabukları içinde kalmış bu tip firmaları teşvik ederek ekonomiye daha etkin bir biçimde katılımlarını sağlamak gerekmektedir. Özellikle, mali teşvikler yanında belki de daha önem arzeden teknik danışmanlık hizmetlerine büyük ağırlık vermek gerekmektedir. Firmaların ihracat pazarlamasında teknik danışmanlık ihtiyaçları şöyle sıralayabiliriz

A) Pazarlama ve satışa yönelik teknik danışmanlık

- a) İhracat faaliyetlerinin planlanması,
- b) Pazar bilgisi
- c) İhracatın organizasyonu, dağıtım kanalları, ortak ihracat faaliyetleri,
- d) Ürün adaptasyonu, dizaynı, ambalaj
- e) İhracatta fiyatlama, satış koşulları, teslim koşulları, finansman
- f) Geliştirme ve tanıtım faaliyetleri; ticari misyonlar, fuar ve sergiler
- g) Teklif hazırlama, enformasyon, talepleri ve siparişleri karşılama, ihracat için gerekli belgeler, mevzuat,
- h) ihracatta işbirliği, lisans vs.
- i) Yukarıda belirtilen konularda ihracat pazarlaması eğitimi,

B) Hammadde teminine yönelik teknik danışmanlık,

- a) İhracat için uygun hammadde seçimi
- b) Malzeme seçiminde eğitim

- C) Üretim ve teknolojiye yönelik teknik danışmanlık
- a) Pazarın isteklerine göre ürünün adaptasyonu ve ürün geliştirme
 - b) Kalite kontrolünün geliştirilmesi
 - c) Üretim teknolojisinin ve verimliliğin iyileştirilmesi,
 - d) Teknik işbirliği anlaşmaları; lisans, knowhow anlaşmaları vs.
 - e) Üretim ve teknoloji ile ilgili konularda eğitim
- D) Yönetim, organizasyon ve işgücüne yönelik teknik danışmanlık,
- a) İhracat yönetimi ve organizasyonu
 - b) İhracat faaliyetlerinin planlanması ve kontrolü
 - c) Personelin eğitimi
- E) Finansman ve maliyet kontrolü
- a) Maliyet planlaması ve kontrolü
 - b) İhracat faaliyetleri ve finansmanla ilgili bütçe planlaması,
 - c) İhracatla ilgili yatırımların finansmanı
 - d) Finansman ve maliyetle ilgili eğitim

3.4. TEKSTİL ALTSEKTÖRÜNE İLİŞKİN BULGULAR :

En fazla ihracat potansiyeli olan alt sektörler sıralamasında başta yer alan tekstil sektöründe ankete tabi tutulan işletmelerin genel yapıları ve sorunları aşağıda sıralanmıştır.

- a) Görüşülen 6 işletmeden 5'i geleneksel teknolojiyi kullanmakta olup 1 işletme Avrupa'dan direk alınan teknolojiyi kullanmaktadır.
- b) İhtiyaç duyulan imkanlar genel olarak ;
 - Makina ekipman, teknoloji
 - Kredi
 - Nitelikli eleman
 - Teknik danışmanlık hizmeti,
 - İhracat pazarlaması hizmeti,
 - Test imkanlarıdır.
- c) Kapasite kullanım oranı ortalama % 76'dır.
- d) Kalite kontrolü gözle yapılmaktadır.
- e) Bütün işletmeler yerli hammadde kullanmaktadır.
- f) Genelde aylık olarak hammadde stoku bulundurulmaktadır.

- g) Hammadde ile ilgili temel sorun fiyatların sık değişmesidir.
- h) Yönetimde genel organizasyon şeması bulunmamaktadır.
- i) Yönetimde sorumluluk tek kişide toplanmakta olup, bu kişi işletme sahibidir.
- j) İşletme faaliyetleri için yeterli bir işletme planı bulunmamaktadır.
- k) 4 işletmede birer tane yabancı dil bilen eleman bulunmakta, 2 işletmede de yabancı dil bilen eleman yoktur.
- l) İşletmelerin yarısında nitelikli eleman bulma sıkıntısı olup, yarısında bu konuda fazla güçlük çekilmemektedir.
- m) Dağıtım kanallarının hemen hepsi kullanılmakta olup daha çok sipariş ve tüketiciye direk satış usulu ağırlık kazanmaktadır.
- n) Pazar araştırması ve ihracat pazarlaması konusunda teknik danışmanlık hizmetine ihtiyaç duymaktadırlar.
- o) İşletmeler genelde ortaklaşa ihracat pazarlama grubunu kurulmasını ihracat pazarlaması için uygun görmekte-dirler.
- p) İhracat yapan işletmeler için kota problemi çok önem taşımaktadır. Başka işletmelerden kota alma yoluna gitmektedirler.
- r) Finansman konusunda yeterli bilgi vermemişlerdir.

Görüldüğü gibi tekstil altsektöründeki işletmelerin teknolojik seviye olarak demede, kalite kontrol yöntemlerinin yetersiz, nitelikli eleman istihdamının özellikle yabancı dil bilen eleman sayısının düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca işletmelerin planlama, organizasyon şeması gibi modern yönetim tekniklerine henüz geçmedikleri gözlenmektedir. Öte yandan ihracata bilinçli olarak yönelebilmeleri için ihracat ve planlama bilgileri yetersiz olup bu konuda büyük bir açlık vardır.

Dış pazarlarda uygulanan kotalar bu işletmelerin ihracatlarını önemli oranda etkilemektedir. Dış pazarlarda pazar bulmada güçlük geçmektedirler. Ayrıca, yurt içinde kota dağıtımında da bazı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küçük Sanayi sektörü her ülke için ekonomik gelişmenin, politik istikrarın ve sosyal barışın vazgeçilmez şartı, mevcut ekonomik ve teknolojik sistemlerin temel taşlarından biridir.

Küçük Sanayi işletmeleri günümüzün gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ekonomilerinde büyük öneme sahiptirler. Örneğin Japonya'da küçük işletmelerin toplam istihdam içindeki payı % 81.4'tür. Kore'de toplam işletmelerin % 99'unu küçük ve orta ölçekli sanayi sektörü oluşturmakta ve toplam istihdamın % 57'sini bu sektör sağlamaktadır.

Küçük ve Orta ölçekli sanayi işletmeleri yeniliklere, pazar isteklerine ve değişikliklerine karşı daha esnek bir yapıya sahiptirler.

Birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke küçük sanayilerinin dışa açılmalarını sağlamak için gerek mali gerekse teknik düzeyde çeşitli teşvikler vermekte ve geliştirme programları uygulamaktadır. Özellikle KOİ'lerin ihracata yönelmelerini desteklemek amacıyla, ihracat pazarlamasının her aşamasında teknik danışmanlık hizmeti verilmekte, gerektiğinde ihracat grupları oluşturulması veya yan sanayi olarak ihracata katılımları teşvik edilmektedir.

Bu politikalar sonucunda sözkonusu işletmelerin dış ticaret dengesinde önemli katkıları olduğu ve ihracatta büyük başarılar kazandıkları görülmüştür.

Ülkemizde özel imalat sanayi içinde faaliyet gösteren işletmelerin % 99.2'sini oluşturan, istihdam içindeki payı % 50.7 ve katma değerdeki payı % 45.8 olan küçük ve orta ölçekli işletmeler, ekonomi içinde büyük ağırlık oluşturmakla birlikte mevcut potansiyelleri ülke kalkınması için etkin bir biçimde kullanılamamaktadır.

Dünyada çeşitli ülkeler kendi şartlarına gözönüne alarak küçük, orta ve büyük işletmeleri işçi sayısı, sermaye tutarı ve sektör bazında tanımlamışlardır. Ayrıca, küçük ölçekli işletme, yan sanayi işletmeleri ve çok küçük ölçekli işletme için de tanımlar geliştirmişlerdir. Ülkemizde ise, kuruluşlar arasında bir tanım birliği bulunmamaktadır. Halen işçi sayısı ve sermaye tutarına göre yürütülmekte olan ayırım etkinlikten yoksun olup, güncelliğini yitirmiş bulunmaktadır.

Dolayısıyla, küçük ve orta ölçekli işletmelerin diğer işletmelerden ayırımına sağlayacak ve bu sanayi sektörünün gelişmesi için uygulanacak politikaların tespiti için bu sektöre günün şartlarına uygun olarak bir tanım getirilmesi gerekmektedir.

Dünyada, artık kabul edilmekte olan küçük sanayinin ekonomik kalkınmadaki önemi ülkemizde yeterince algılanamamıştır. Serbest ekonomik düzende büyük işletmeler yanında küçük işletmelerin de öneminin kavranarak iki sektöre de rekabet koşullarından eşit şanslar tanınmalı ve küçük işletmelerin büyük işletmelere karşı dezavantajları giderilmeye çalışılmalıdır.

Öte yandan, ülkemizde büyük sanayi ile küçük sanayi arasında ilişkiler tesadüfi ikili ilişkiler şeklinde yürütülmekte olup, bu ilişkileri organize edecek bir kuruluş bulunmamaktadır. Diğer ülkeler incelendiğinde, yan sanayi sisteminin çok başarılı bir şekilde yürütülmekte olduğu görülmektedir. Örneğin, Japonya'da bu sistem ülkenin hızlı kalkınmasında önemli rol oynamış ve halen ekonomide büyük önem taşımaktadır.

Dünyadaki örneklerle bakıldığında, ülkelerin kendi özel şartlarına göre uyguladıkları ekonomik politikalar doğrultusunda küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin sorunlarını çözmek ve ekonomiye katkıda bulunabilmelerini sağlamak amacıyla çok kapsamlı önlemlere aldıkları görülmektedir. Örneğin; küçük sanayinin finansmanının çok sayıda kamu ve özel kuruluş vasıtasıyla ve geniş kapsamlı olarak ele alındığı görülmektedir. Japonya'da bankalar ve özellikle küçük işletmeler için kurulmuş özel finansman kuruluşlarının küçük işletmelere sağlanan toplam krediler içindeki payı % 89'dur. Ayrıca, bu ülkede küçük sanayinin finansman kaynağının % 86'sını krediler, % 14'ünü ise özsermaye oluşturmaktadır.

Ülkemizde ise, küçük sanayiye finansman sağlayan en önemli kuruluş Halk Bankası'dır. Bu bankanın verdiği krediler çok yetersiz kalmakta olup, kredi maliyetleri çok yüksek düzeydedir.

Küçük sanayinin finansman sorununun çözümlenebilmesi için bu sektöre düşük faizli ve uzun vadeli kredi sağlanması gerekmektedir.

Ayrıca, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomimiz içindeki yerini ortaya koyacak istatistikî veriler oldukça yetersizdir. DİR'nün yaptığı Genel Sanayi ve İşyerleri sayımında sadece İmalat Sanayi Anketlerinde, küçük ve büyük sanayi ayrımı yapıldığından, yalnız bu sektörde küçük ve orta ölçekli işletmelerin durumunu görmek mümkündür. Bu veriler de oldukça sağlıklıdır.

Öte yandan, ihracata direkt, sermaye şirketleri kanalıyla dolaylı ihracat yaparak ve ihracata yönelik üretim yaparak vb. şekillerde katkıda bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerle ilgili ihracat-ithalat istatistikleri yok denecek kadar az olduğundan, bu işletmelerin dolaylı ve direkt ihracatlarını istatistiksel olarak ortaya koymak mümkün değildir.

Dolayısıyla, öncelikle bu işletmelerin işletme büyüklüklerine göre ihracat performansları, sermaye ve işgücü verimliliği, kapasite kullanımı gibi her çeşit faaliyetlerini ortaya koyacak sağlıklı verilerin toplanması gerekmektedir. İstatistikî bilgilerin yetersizliği bu sektörde uygulanacak politikaların uygulanmasını da olumsuz yönde etkilemektedir.

Tüm ihracatçı firmaların yer aldığı gümrük çıkış beyannamelerinin taranması sonucunda küçük ve orta ölçekli işletme kapsamındaki ihracat yapan işletmelerin çoğunun dış ticaret sermaye şirketleri kanalıyla dolaylı ihracat yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, ihracata yönelik üretim yaparak ihracata firmalara yan sanayi hizmeti vererek ihracat faaliyetlerine katılan işletmelerin sayısının da önemli oranda olduğu bilinmektedir. Fakat, ülkemizde ihracat teşvikleri büyük ihracatçılara yönelik olduğundan, küçük ve orta ölçekli işletmeler bu teşviklerden yararlanamamaktadır. Söz konusu teşvikler üretim aşamasına kaydırılmadığı için, ihracatı besleyen üretici kesim teşviklerden nasibini alamamaktadır. Halbuki artık kapasite sınırına ulaşmış olan imalat sanayi içindeki üreticilerin ihracata yönelik üretimlerinin teşvik edilmesi ve teşviklerin üretim aşamasında uygulanması gerekmektedir.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin direk ihracat yapması, yoğun bir rekabet ortamının hakim olduğu dış pazarlarda rekabet edebilmeleri finansman, üretim, pazarlama, kalite gibi ölçeklerinden doğan nedenlerle oldukça zordur. İhracat pazarlama faaliyetleri önemli mali külfetlere katlanmayı gerektirdiğinden küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu maliyeti finansman yetersizliği nedeniyle tek başlarına yüklenmeleri oldukça güç olmaktadır. Ayrıca, ihracat süreklilik arzemesi gereken bir olay olduğundan, işletmelerin ihracat yapabilmeleri için gerekli asgari şartları haiz olmaları zaruridir.

Bu nedenlerle, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelmeleri için birinci yol dış ticaret sermaye şirketleri ile işbirliğine giderek dolaylı ihracatlarına arttırmalarıdır. Halen ülkemizde mevcut olan modelde böyle bir uygulama yapılmakla beraber, dış ticaret sermaye şirketleri modelini gerektirdiği pazarlama hizmetlerini küçük ve orta ölçekli işletmelere sunmaktadırlar. Dolayısıyla, ülkemizde mevcut olan bu ilişkilerin sistematize edilerek, dış ticaret sermaye şirketlerinin modelini gerektirdiği hizmetleri vermeleri için gerekli önlemlerin alınması küçük ve orta işletmelerin ihracatlarının ve ihracata yönelik üretimlerinin artışına yol açacaktır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelmeleri için diğer bir yol da, tamamlayıcı mallar üreten küçük ve orta ölçekli işletmelerin işbirliğine giderek ihracat grupları veya şirketleri oluşturmalarıdır. Tek başlarına bağımsız çalışmaya alışmış küçük ve orta ölçekli işletmeler arasında böyle bir düzeni kurmak oldukça zor olmakla beraber, ülkemizde bu tip, gruplaşmanın örnekleri görülmeye başlamıştır. 1987 yılında en çok ihracat yapan şirketler arasında dördüncü sırada yer alarak ihracatta başarısını kanıtlamış olan Giyim Sanayicileri Dış Ticaret Şirketi bu tip gruplaşmanın en güzel ve en başarılı örneğidir.

Böyle gruplar/şirketler oluşturarak, işletmeler ihracat pazarlamasının ürün geliştirme, pazar araştırması, satış, dağıtım, tutundurma, satış geliştirme gibi fonksiyonlarından müştereken faydalanabilirler. Örneğin İtalya'da bu tip ihracat konsorsiyumları 1982 yılında toplam ihracatın % 9'unu gerçekleştirmişlerdir. Özellikle ayakkabı sektöründe böyle bir gruplaşma sayesinde dış pazarlarda büyük başarılar kazanmışlardır.

Ülkemizde küçük ve orta ölçekli işletmelere ortak ihracat yapma ruhunun aşılması ve mali teşviklerle desteklenmesi yolu ile halen başarılı örnekleri görülen bu grupların yaygınlaştırılması büyük yararlar sağlayacaktır.

Ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat potansiyelinin değerlendirilmesine bir örnek teşkil etmek amacıyla seçilen işletmeler arasında yapılan anket çalışmasının sonuçlarına göre anket yapılan işletmelerin % 67'sinde ihracat potansiyeli saptamıştır. En fazla ihracat potansiyeli bulunan işletme grubu 20-100 arası işçi çalıştıran işletmelerdir. Öte yandan, gerek sanayi sicil belgelerine göre ihracat yapan işletmeler, gerekse İSO'nun yaptığı araştırmada en fazla ihracat yapan işletmeler 20-100 arasında işçi çalıştıran işletmelerdir.

Ayrıca hem anket çalışmamız sonuçlarına göre hem de İSO'nun araştırmasında ihracat potansiyelinin ve ihracatın en yoğun olduğu sektörün tekstil sektörü olduğu görülmektedir.

Öte yandan, anket sonucunda görüşme yapılan işletmelerin ihracat pazarlamasının her aşamasında teknik danışmanlık ihtiyaçları olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu hizmetlerin arttırılarak işletmelere destek vermek ihracata yönelmelerinde büyük önem taşımaktadır.

Yapılan anket çalışması, küçük ve orta ölçekli işletmelerin geneli hakkında tam ve yeterli bir gösterge olmamakla birlikte, bu konuda küçük bir örnek olması ve bir fikir vermesi açısından önem arz etmektedir.

Bu tür çalışmaların ülke genelinde ve sektör bazında yapılarak ihracat potansiyeli arzeden sektörlerin ve işletme grupları için ihracatı geliştirme programları ve teşvikleri uygulanması ülkemiz ihracatının geliştirilmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Öte yandan, sözkonusu teşvikler ihracata yönelik üretimin arttırılmasına neden olması açısından da önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

Kitaplar, Dergiler

- ASO : 1986'dan 1987'ye Türkiye Ekonomisi Semineri
13-14 Mart 1987, Dedeman Oteli, Ankara
- ASO Dergisi : Mayıs-Haziran 1988 Sayı 92
- Baykal O., Pazarcık
O., Gülmez : Küçük Sanayinin Yeri, Önemi ve Pazarlama Uygulamaları, MPM yayını, Ankara, 1985
- CEC : Report by the Council on the Realization of the Objectives of the Community Action Programme for Small and Medium-Size Enterprises, 1987
- DPT : Türkiyede Küçük Sanayi Siteleri, Ankara 1982
- Dupuy J., : Final Report on the Export Support Mechanisms for the Small and Medium Scale Enterprises. Established in Six EEC Countries and Spain, ITC, UNCTAD/GATT 1987
- Eşit C., Şener K., : Türkiye Ekonomisinde Küçük Sanayi KÜSGET 1987
- Gürbüz Ali O., : İşçi ve Halk Şirketleri Örneğinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansal Sorunlar ve Çözüm Alternatifleri, Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1987
- İGEME : Küçük Esnaf ve Sanatkârlar için İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 1986
- İKV : AET Karşısında Türk Sanayinin Durumu, Yayın No.13 İstanbul, Eylül 1985
- İKV : Avrupa Topluluklarında Ticaret ve Sanayi Odalarının Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeleri Destek Çalışmaları, Yayın No.33, Şubat 1987

- İSO : Küçük ve Orta Boy Sanayii Kuruluşlarında Ekonomik ve Finansal Yönden Değerlendirmeler, Yayın No.19,1987
- İSO : 1988 Yılıının Üçüncü Ayında İmalat Sanayinin Durumu 1988
- İSO DERGİSİ : 15.Şubat.1987, Sayı.252
- ITC UNCTAD/GATT : Forum 1982
- ITC UNCTAD/GATT : Making the Most of the Trade Fairs, Geneva 1982
- Kaynak Erdener : Marketing in the Third World, Praeger Publishers 1982 New York
- Korean Federation Of Small Business : State of the Korean Small Businesses, 1985
- Kozlu Cem M., : Uluslararası Pazarlama, İş Bankası Yayınları, Ankara 1982
- KÜSGET : Küçük Sanayii Yönlendirme Raporu
- KÜSGET,DPT,OECD : İstihdam Yaratıcı Girişimler, Teknolojik Yenilikler ve Bölgesel Gelişme Uluslararası Semineri, Gaziantep 22-24 Ekim,1985
- MPM : Küçük ve Orta Boy Sanayii Teşebbüslerinin Sorunları, Çözüm Yolları ve Geliştirilmesi Semineri, Ankara,1987
- MPM : Yan Sanayii Semineri 1981
- OECD : Problems and Policies Relating to Small and Medium-Sized Businesses, Paris 1971
- Öz-Alp,Şan : Küçük İşletmeler, E.İ.T.İ.A.Yayını No.90/49 Ankara 1981
- RCCDC : Conference on Small and Medium-Size Enterprises in Developing Countries, Belgrade, 1985
- Report on Marketing Consultancy for SİDO, Ankara, 1988
- Resmi Gazete : 1988 yılı programı
28 Şubat 1988

- Tatlıdil, Rezan : Oniki Üyeli AT'ye Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Geliştirilmesinde Pazarlama Karmasının Oluşturulması, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları İzmir, 1987
- Ünlü Nergis : Ortaklaşa İhracat Kuruluşları, İGEME Yayını 1987

Makaleler-Raporlar- İstatistikler

- Bağrıaçık, Atilla : Küçük İşletmelerin başarısı Büyük Firmaları da olumlu Etkiler," İSO Dergisi 15 Şubat 1987
- Bakırcı, Mustafa : "Küçük ve Orta Ölçekli sanayi AT Ülkelerininin Büyük sanayisine Yan sanayi olabilecek Düzeye getirilmeli" Ortak Pazar karşısında küçük ve orta ölçekli İşletmelerin Rekabet şansı seminerine sunulan tebliğ, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası 1987
- Bureau Of Small and and Medium Industry : "Small and Medium- Scale Industry Development in the Philippines-Policy and Strategy for the 1980's" Small and Medium-Size Enterprises In Developing Countries; International Conference Belgrade RCCDC. 1985
- Ceylan, Ali : "Küçük İşletmelerin Finansman Sorunları ve Çözüm Yolları", İstihdam Yaratıcı Girişimler, Teknolojik Yenilikler ve Bölgesel Gelişme Uluslararası Semineri Gaziantep 22-24 Ekim 1985
- Devlet İstatistik Enstitüsü : 1985 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı İmalat Sanayi Anketleri
- Elitok, Hülya : "İhracatta Pazar Araştırması Nasıl Yapılır? "Orta Anadolu İhracatı Geliştirme Seminerine sunulan tebliğ Konya Mart 1988
- Ergün, İsmet : "Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Tanımı Üzerine" ASO Dergisi Mayıs-Haziran 1988 Sayı 92
- Fırlı, A., Gök, İ., Alkaçar, B., : Türkiye Dış Ticaretinin Yapısı Üzerine bir İnceleme HDTM

- Grosh, Ahindra : "Small Industry in Developing Economy-India Example"
Narayam : Conference on Small and Medium-Size Enterprises in
Developing Countries Belgrade 1985
- Hamit oğulları : "İktisadi Gelişmeye Dayanak Yapılmayan Özgür Küçük
Beşir : Girişimler", Türkiye'nin Sanayileşmesinde Halk ve
İşçi Şirketlerinin Rolü ve Geleceği Desiyab 2.
Sempozyumu 1981 Ankara
- Hazine Dış Ticaret
Müsteşarlığı EBİM
Kayıtları
- İlkin, Akın : "Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Sorunları"
İSO Dergisi 15 Şubat 1987
- Kazgan, Gülten : "İhracata Dönük Sanayileşme Modeli ve Sanayileşme"
"İSO Dergisi 15 Eylül 1988 Sayı 271
- Kepir, Murat : "Küçük ve Orta Büyüklükteki Teşebbüslerin Teknolojiye
Yönelik sektördeki Rolü", MPM Semineri 1987
- KÜSGET : : I. Afrika Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
Sempozyumu Hk. Rapor
- KÜSGET : : Characteristics and Performance of
SMI (1980-1985)
- Lim, Hank : "The Structure and Financing of Small and Medium
Industry in Singapore", RCCDC, Belgrade 1985
- Belendes, Melania : "Development of Small and Medium Industry in
Venezuela" RCCDC Belgrade 1985
- Bilajevic, Miroslav : "The Significant of Small Enterprises and Policies
in this Sphere" RCCDC 1985
- Moldibi, Adnan : 1983-1988 Döneminde İhracattaki Gelişmeler ve Teşvik
Tedbirleri, HDTM.1988
- Murata, Minoru : "Small and Medium Enterprises in the Economic Growth
of Japan" RCCDC 1985

- Miftüođlu, Tamer : "Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin Nitelikleri" Ankara Sanayi Odası Dergisi, 1988 sayı 92
- "Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin başlıca sorunları" Dünya Gazetesi 7-8 Haziran 1988
- Pazarcık O. Gülmez İ., : "Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Pazarlama Sorunları" MPM Semineri 1987
- Santiapalli, Victor : "Opportunities for Small Business In Export Trade" ITC UNCTAD/GATT 1982
- Safer, Berislav : "Small and Medium-Size Enterprises in Developing Countries", RCCDC 1985
- Subramanian, T.S.R : "Export from Small and Medium Enterprises (SME's) in Developing Countries Some Development Issues"
- Yalın, Güler : "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Teşebbüslerinin Ekonomimizdeki Yeri" Küçük ve Orta Boy Sanayi Teşebbüslerinin Sorunları, Çözüm Yolları Ve Geliştirilmesi Semineri MPM 1987
- UN, Turkey : Proposed Third Small and Medium Scale Industry Project, Aide-Memoire of Preappraisal Mission
- Yayın, Tecman : MPM Yan Sanayi Semineri Açış Konuşması Ankara 1981
- Zimmermann, Christion : "Linkages Between Small and Large-Scale Industry" RCCDC 1985

EL

SEKTÖR	PERSONEL SAYISI

ma Adı :

işülen Kişi :

es :

Sanayi Sitesinde mi?

evet

hayır

ulus Yılı :

hukuki Yapısı :

Üyelik:

- Adi Ortaklık

Sanayi ve Ticaret Odası

- Kollektif Şirket

Üretici Birlikleri

- Komandit Şirket

Diğer:

- Limited Şirket

- Anonim Şirket

- Kayıtlı E H

Evet ise, Nereye Kayıtlı Olduğu:

Diğer Düşünceler:

ÜRETİM YAPISI:

Üretim Konuları ve Ürünler:

Ana Üretim Konuları:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ürün Tipleri

Yıllık Ciro 1986

Toplam Satış-
lara Oranı %

Miktar

Değer

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Üretim ile ilgili Öneriler :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 Üretim İmkânları

Arsa ve Binalar:

	m ²	Sahibi Şimdiki Değeri (Mn.İl.)	Kiracı Aylık Kira	Durumu		
				İyi	Orta	Kötü
Arsa				—	—	—
Bina						

Makina ve Ekipman*

Cinsi	Nereye Alındığı		Şimdiki Değeri (Mn.İl.)	Ortalama Yaşı	Durumu		
	Yerli	İthal			İyi	Orta	Kötü
T O P L A M							

* Gerekli ise ek sayfa kullanınız.

2.3 Üretim Akışı:

.....

.....

.....

2.4 Yedek Parça

Tamir için sık sık yedek parçaya ihtiyaç duyulmaktadır.....

.....

.....

Yedek Parça İmalatı/Temini

- Kendi imkanları ile:
 - Dış kaynaklardan:
 - Yedek parçaların karşılaştırmalı maliyetleri
 - Tamir ve Bakım Masrafları
- (Tamir ve bakım nedeniyle çalışılmayan sürenin maliyetide dahil)

2.5 Teknolojik Seviye:

Teknoloji Türü (Eğer gerekliyse farklı teknolojiler için ilave sayfa kullanınız)

1	Geleneksel Teknoloji (Türkiye)	
2	Yenileştirilmiş Teknoloji (Türkiye)	
3	Batı Avrupa'dan Adapte Edilmiş Teknoloji	
4	Avrupa'dan direkt olarak alınan Teknoloji	

Uygulanan teknolojinin tanımlaması:

.....
.....
.....
.....

Genelde Dışarıdan Sağlanabilecek İmkânlar (Donerim):

.....
.....
.....

İhtiyaç duyulan imkânlar.....

.....
.....

Genel kurumsal düzenlemeleri ve desteği de kapsayan teknik yardım ve danışmanlık hizmetleri ihtiyacı (yazılım)

.....
.....
.....
.....

Türk veya Yabancı firmalar ile diğer ilişkiler ve lisans anlaşması:

.....
.....
.....

Üretim Kapasitesi ve Kullanımı

Kurulu Üretim Kapasitesi⁺
(Aylık üretim miktarı, normalde mümkün olan)

Kapasite Kullanımı⁺
(Aylık üretim miktarı) (K.K. Oranı)

 %

+ Eğer gerekiyorsa ürün grupları için ilave sayfa kullanın.

Ortalama günlük çalışma saati

Vardiya sayısı

Yaklaşık haftalık çalışma günü

Yıllık

Makina Arızası

Sık

Az

Eğer sık ise, ayda kaç gün

Kalite ve Kalite Kontrolü

Kalite kontrolü için herhangi bir standart sistem kullanıyorsunuz?
(Girdi kontrolü/Üretim kontrolü/ürün kontrolü)
(Göz ile = G ; Test araçları = T)

Evet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Hayır	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Nihai ürünün özelliklerini kontrol için gerekli test araçlarına sahip mısınız?

Evet	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------

Hayır	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Eğer evet ise, kalite kontrol imkanları ve teşkilatlanmayı belirtiniz.

.....
.....

Yükleme öncesi kontrol yapıyor musunuz?

Evet	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------

Hayır	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Kalite yükselmesi için özel ihtiyaçlar:

- Kontrol imkânları;.....
.....
.....
.....

- Eğitim :
.....
.....

- Mali Kaynaklar:
.....

3: Ham Maddeler ve Parçalar

3.1 Tip, Miktar, Değer, Kalite ve Kaynaklar (Kanallar)

Özellik	Yıllık Yerli	Miktar İthal	Birim Fiyatı		Kalite			Kanallar (1,2,3,4,5)
			Yerli	İthal	Yüksek	Orta	Düşük	

- 1: Doğrudan bölgesel üreticiden
- 2: Doğrudan dış üreticiden
- 3: Bölgesel toptancıdan
- 4: Bölgesel perakendeciden
- 5: Türkiye'deki büyük ticaret birliklerinden
- 6: Diğer

3.2 Hammaddeler ve parça fiyatları sık sık dalgalanıyor mu?

Evet Hayır

Haftalık Aylık Yıllık

3.3 Temin edilen kaynaklar değişiyor mu?

Sık Az

Sebepler:

3.4 Hammaddeler ve parça fiyatlarını nasıl buluyorsunuz?

Uygun Yüksek Çok yüksek

Yeterli temel hammadde ve parça stoku bulunduruyor musunuz?

	Günlük	Üretim
	Haftalık	
	Aylık	

3.5 Hammaddeler ve parçalarla ilgili temel sorunları belirtiniz.

Tedarik	
Sık Fiyat Değişmesi	
Ödeme Şartları	
Teslim Süresi	
Günlük Resmî Oranı	

Özelliklere Uygunluğu	
Hükümet Kısıtlamaları/Lisanslar	
Kalite	
Fabrikada test imkânları	
Dışarıda test imkânları	

Diğer:

4. Organizasyon, Yönetim ve İşgüçü

4.1 Genel Organizasyon

Herhangi bir Organizasyon şemanız var mı? Hangi iş bölümlerinin/departmanların olduğunu açıklayabildiniz?

.....
.....
.....
.....

4.2 Sorumluluklar:

Kim sorumludur:

- Hammadde ve diğer girdilerin satın alınması:
- Üretim:
- Pazarlama/satış:
- Yönetim ve Finansman:
- Hepsi/Genel Yönetim:
- Diğer:

4.3 Planlama ve Kontrol

Şirketinizde bir işletme plânı varmı? Önümüzdeki yıllar (yıl) için faaliyetlerinizi nasıl planlıyor ve hazırlıyorsunuz?

İşletme Planı yapıldı mı? Evet Kısmen Hay

Açıklayınız:.....
.....
.....

Özel amaçlar için planınız var mı? (Ör./Üretim planı, satış planı v.s.)

.....
.....
.....

4.4 Organizasyon ve yönetimle ilgili özel sorunlar nelerdir?

.....
.....
.....

4.5 Zaman zaman diğer kurumlar ve danışmanlarla ilişki kuruyor musunuz? Yardımcı olabiliyorlar mı?

.....
.....

. PAZARLAMA

.1 Son iki yıllık ürün bazında satış değerleri

Ürün	1995		1996		Beklenen Artış 37 (%)	
	İç Pazar	İhracat	İç Pazar	İhracat		
TOPLAM						

.2 Aşağıdaki dağıtım kanalları vasıtasıyla gerçekleştirilen ürün satış yüzdesi.

Kanallar	İç Pazar %	Dış Pazar %	Özel Uygulamalar
Toptancı Komisyoncu/Tüccar Farekândeçiler Sipariş üstüne Tüketicilere direkt satış			

.3 Satış fiyatlarınızı nasıl hesaplıyorsunuz? Pazarla göre Maliyetlere göre

.4 Diğer firmalardan yan sanayi olabilecek nitelikte iş alabiliyor musunuz?

Evet Hayır Evet ise, Toplam içindeki yüzdesi: %

.5 Bitmiş ürünler için stok yapıyor musunuz? Evet Hayır

Evet ise, Stoklama süreniz kaç gün? gün.

.6 Ürünlerinizi ithal ürünlerle ve büyük ölçekli sanayilerin yerli imatları ile rekabeti nasıl?

	İthal Ürünler		Büyük ölçekli sanayilerin ürünleri	
	iyi	zayıf	iyi	zayıf (sebepleri belirtiniz)
Kalite açısından				
Fiyat açısından				Yüksek hammadde maliyeti Hammadde temininde güçlük Düşük emek üretkenliği Düşük Teknolojik Seviye
Sunuş				

5.7 Pazar payınız nedir ve başlıca rakiplerinizi kimlerdir?

Pazar Payı: Bölgesel % Türkiye %

Başlıca Rakipler:

5.8 Tamamlayıcı ürün üreten diğer firmalarla ilişkileriniz varmı? (Örneğin sizin ürünlerinizle rekabet edemeyecek ancak sizin ürünlerinizin yanı sıra ihtiyaç duyulacak ürünler üreten firmalar.)

.....

5.9 Pazar bilgileri

- Türkiye'de müşterilerinizi nasıl buluyorsunuz?

Kişisel temaslarla/ziyaretlerle

Pazar araştırması: Kendisi Ya- Dışarıda
pıyor yaptırıyor

Reklam

Fuarlar

Diğerleri

- Burdan önceki ihracat pazar çalışmalarınızda potansiyel pazar ve müşteriler için nasıl bir araştırma yaptınız? Lütfen olumlu ve olumsuz deneyimlerinizi belirtiniz.

- Pazar araştırmalarının size yardımcı olacağını düşünüyor musunuz nasıl, Kurum ve/veya danışmanlar tanıyor musunuz?

- Ürünleriniz için en iyi ihracat pazarı hangisidir?

Batı Avrupa Orta Doğu/Kuzey Afrika Diğerleri

Lütfen sebeplerini belirtiniz.

5.10 Ürünle İlgili Görüşler:

- Şayet pazar (ihracat) için ürün adaptasyonu gerekiyorsa, bu ürünlerin adaptasyonu yapmak firmanız açısından;

Kolay

Zor

Orta zorlukta

- Avrupa, Orta Doğu veya Kuzey Afrika Ülkelerinin pazar ihtiyaçlarına göre ürünlerinizin nasıl adapte olabileceği konusunda örnekler verebilir misiniz?

.....
.....
.....

- Türkiye'de ürünleriniz için servis ihtiyaçları nelerdir?

.....
.....

- Bu servisler ihraç pazarları için de mümkün olabilir mi? Nasıl?

.....
.....

- Yabancı ülkeler için ambalajlama ile ilgili bilgiler biliniyor mu? (Örnek verebilir misiniz)?

.....
.....

- Ürünle ilgili diğer görüşler (Eğer var ise)

.....
.....
.....

5.11 Maliyet ve Fiyatlama

Ürün bazında maliyet hesaplaması yapıyor musunuz?

Evet

Hayır

Evet ise, bir ürün için maliyet yapısını verebilir misiniz?
(Örnek)

	TL	%
- Malzeme Gideri
- İşçilik Gideri
- İdari Personel Gideri
- Elektrik, su, yakıt giderleri

TL

%

- Genel ve idari giderler	:	_____	_____
- Amortisman	:	_____	_____
- Pazarlama/satış giderleri	:	_____	_____
- Finansman giderleri	:	_____	_____
- Vergiler	:	_____	_____
- Diğerleri	:	_____	_____
Toplam	:	_____	_____

Ürününüz için Türkiye'deki fiyatlarınız ve ödeme koşullarınız nelerdir?
(Fiyat listesi var mı?) iskonto yapıyor musunuz?

.....
.....

Hitap ettiğiniz pazarda, aşağı yukarı sizin fiyat seviyenize yakın fiyatları olan ve fiyatları yönlendiren bir firma var mı?

.....
.....

Ürünlerinizin ihracat fiyatlarını hesaplama ve ödeme koşullarını belirleme konularında bilginiz var mı?

.....
.....

Sizin ürettiğiniz ürünlerin dış pazarlardaki benzerlerinin fiyatlarını biliyor musunuz? Rekabet edebilecek durumdasınız?

.....
.....

Maliyet ve fiyatlama konusunda diğer düşünceler (Eğer var ise)

.....
.....
.....

5.12 Tanıtma ve Reklam

- Tanıtma ve reklam faaliyetleriniz var mı?

Firma Broşürleri (İngilizce Broşür)

Ürün Numuneleri
(küçük boyutta)

Reklam (basın) Diğerleri

Ticari Fuarlar Örnek:.....

.....
.....

Toptancı ve perakendeciler
de satış özendirme

Diğer Açıklayınız:

- Tanıtım ve reklam faaliyetleri için yıllık ne kadar harcama yapıyorsunuz?
(Tahmini Değer)

.....

* - Rakiplerinizin tanıtım ve reklam faaliyetleri size göre hangi seviyede?

	Daha çok	Aynı	Daha az
Bölgesel Pazar			
Türkiye Pazarı			
Dış Pazar			

- Diğer Düşünceler(Eğer var ise)

.....

.....

5.13 Dağıtım Kanalları ve Satış

- Madde 5.2 de belirtilen dağıtım kanalları ile ilgili ne gibi tecrübeleriniz var?

.....

.....

.....

- Yan sanayi olabilecek nitelikte sipariş aldınız mı? Bu durum sizin ihracat ile ilgili çalışmalarınızda bir şans yaratabilir mi? Şu anda temaslarınız var mı?

.....

.....

.....

- Uygun personeliniz var mı?

Bilgisi olan: İngilizce Arapça Diğer:.....

Bilgisi olan: İhraç teklifleri hazırlama Evet Hayır
Türkiye'de ihracat yöntemleri Evet Hayır
Ödeme biçimleri, finansman Evet Hayır
Nakliye ve sigorta Evet Hayır
Diğer..... Evet Hayır

- Bu konularda firma dışından ne tür yardımlar mümkün olabilir?

.....
.....

- Hangi haberleşme imkânlarına sahipsiniz?

Telefon Telex Fax Diğerleri :

- Bir Ortaklaşa İhracat Pazarlama Grubunun (OİPG) (Tamamlayıcı Ürünler Üreten 5 firmayla kurulmuş) sizin kendi ihracat pazarlamanıza bir alternatif olabileceğini düşünür müsünüz?

.....
.....
.....

- OİPG ile ilgilendiğiniz takdirde katılıma uygun başka firma isimleri verebilir mi siz?

.....
.....

- Dağıtım ve satışlarla ilgili diğer düşünceler:

.....
.....
.....

6. Finansman ve Kontrol

6.1 Yatırım ve Finansman Şimdiki değerleri nedir;

Duran Varlıklar:Arsa,Bina	_____	TL.
Makina,Ekipman	_____	TL.
Diğer	_____	TL.
Toplam	_____	TL.
Dönen Varlıklar:Kasa,Stok,Borçlar	_____	TL.
Toplam	_____	TL.

Yatırımlar için herhangi bir plânınız varmı?.....
.....

6.2 Sermaye Kaynakları

Öz Kaynaklar	_____	TL.
Krediler	_____	TL.

6.3 Firmanın kâr/zarar durumu nedir?

.....
.....

6.4 Firmanın çalışmalarında temel finansal problemler nedir?

Genelde Kredi Bulmak

Teminat Gösterme
Güçlüğü

Yüksek faiz

İşletme Sermayesinin özel Sorunları

.....
.....

6.5 İhracat faaliyetleri ;pazar araştırması, seyahat gibi harcamalar ve alacak- lar hesabını tutabilme, envanter kayıtları, riskler gibi giderleri karşı- layabilecek ek finansman kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır.Firmanız, en azından düşük düzeyde ihracat faaliyetlerine veya ortak pazarlama faaliyet- lerine başlamak için bu harcamaları karşılayacak finansman kaynağına sahip- midir veya gerekli finansmanı bankalardan vb. temin edebilir mi?

.....
.....
.....

EK-2

FİRMA DEĞERLENDİRME TABLOSU

FİRMA :

İhracat Potansiyeline İlişkin Önemli Bulgular

Kriter	Güçlü	Zayıf	Tavsiyeler
1. ÜRÜNLER 1-Kalite/dizayn - Fiyat - Teslim kapasitesi ve süresi - Hizmetler, - Piyasada tanınma durumu			
2. ÜRETİM KAPASİTESİ - İhraç kapasitesi - Kalite kontrol - Yeterli makine teçhizat - ARGE			
3. YÖNETİM ORGANİZASYONU - Dışa, yönelme durumu - İşgücü+nitelik düzeyi			
4. (İHRACAT) PAZARLAMA TECRÜBESİ - Pazar bilgi düzeyi - Pazarlama planı ve uygulaması - Kontrol - Tanıtım-geliştirme Kişisel temaslar			
5. FİNANSAL KAYNAKLAR - Çalışma sermayesi - Yatırımlar - İhracatın finansmanı			
6. BAŞLICA (İHRAÇ) PAZARLARI - Yurtiçi Pazar - Orta Doğu, Avrupa - Kuzey Afrika			
S O N U Ç :			

Altsektör	Ürün Grubu			
<p>İhraç Potansiyeli</p> <p>() Var, çünkü</p>	<p>A) Firma halen <u>düzenli</u> olarak ihracat yapıyor</p> <p>B) Firma <u>düzensiz</u> olarak ihracat yapıyor</p> <p>C) Firma henüz ihracat yapmamış olmakla beraber ihracat pazarlama faaliyetlerine katılıyor, yurt yurtdışı fuarlar gibi.</p> <p>D) Hiçbir ihracat faaliyeti yok, fakat firmanın ihracat yapabilecek kapasitesi var.</p> <p>E) Diğer nedenlerle ihracat kapasitesi olduğu söylenebilir.</p>	<p>() Avrupa'ya</p> <p>() Avrupa'ya</p> <p>() Avrupa'ya</p> <p>() Ortadoğu</p> <p>() Ortadoğu</p>	<p>() Ortadoğu</p> <p>() K.Afrika</p> <p>() O. Doğu</p> <p>() K.Afrika</p> <p>() Ortadoğu</p> <p>() K.Afrika'da</p>	<p>() Diğ</p> <p>() "</p> <p>() "</p> <p>() "</p>
<p>() Yok, çünkü</p>	<p>A) Ürünler ihracata uygun değil</p> <p>B) Fiyatlar çok yüksek</p> <p>C) İlgücü yetersiz</p> <p>D) Tüm faktörler yetersiz (İhraç potansiyeli için)</p> <p>E) Diğer nedenler</p>	<p>()</p> <p>()</p> <p>()</p> <p>()</p>		
<p>Notlar :</p>				