

T.C. MALTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACATTA  
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

CİHAN AYDIN

DANIŞMAN: PROF. DR.ERTAN OKTAY

İSTANBUL,2006

# İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	I
TABLolar LİSTESİ.....	III
GRAFİKLER LİSTESİ .....	V
KISALTMALAR LİSTESİ .....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
ÖZET.....	1
ABSTRACT .....	2
I.GİRİŞ .....	3
II. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER.....	5
II .A. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE KOBİ TANIMI .....	5
II . A. 2. Avrupa Birliği .....	5
II. A. 3.Japonya.....	6
II.B. TÜRKİYE’ DE KOBİ TANIMLARI.....	6
II.B.1.Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (Kosgeb) Tanımı (3624 Sayılı Kanun): .....	6
II.B.2.Halk Bankası Tanımı:.....	6
II.B.3.Türkiye İhracat Kredi Bankası (Eximbank) Tanımı: .....	7
II.B.4. Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (Tosyöv) Tanımı: .....	7
II.B.5.Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik (Karar Sayısı : 2005/9617): .....	7
II.B.6. HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI TANIMI: .....	7
II. C. KOBİ’ LERİN ÖNEMİ.....	8
II.D. TÜRKİYE’DE KOBİ’ LERİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	9
II.E.KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....	12
II.E.1. Avantajları .....	12
II.E.2. Dezavantajları .....	13
II.G. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE İHRACAT .....	14
II.G.1. İHRACATTA KARŞILAŞILAN SORUNLAR.....	15
II.G.1.1.Finansman Sorunu.....	18
II.G.1.2.Ürün ve Üretim İle İlgili Sorunlar.....	20

II.G.1.3.Uluslararası Rekabet Koşulları .....	22
II.G.1.4. Nitelikli İşgücü Sorunu .....	22
II.G.1.5.Marka ve İmaj Oluşturma İle İlgili Sorunlar.....	24
II.G.1.6. Yönetim Sorunları.....	25
II.G.1.7. Diğer Sorunlar .....	26
<b>III. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE İLİŞKİN ALAN</b>	
<b>ÇALIŞMASI.....</b>	<b>29</b>
<b>III.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....</b>	<b>29</b>
III.1.A. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	29
III.1.B. Anket Formu .....	30
III.1.C.Örneklem Seçimi.....	31
<b>IV. ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ .....</b>	<b>32</b>
<b>IV. SONUÇ .....</b>	<b>69</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>74</b>
<b>EK – 1 : .....</b>	<b>78</b>
Ek: 1 Anket formu.....	77
Ek:2 Batman ve Diyarbakır İllerinin Gelişmişlik Performansı.....	88
Ek: 2.A. Batman İli Gelişmişlik Performansı.....	88
Ek: 2.B. Diyarbakır İli Gelişmişlik Performansı.....	90
Ek: 3 Kısaltmalar.....	87
Ek:4 Batman ve Diyarbakır ile ilgili sosyal ve ekonomik göstergeler.....	93
Ek:4.1. Batman ili sosyal ve ekonomik göstergeleri.....	95
Ek:4.2. Diyarbakır ili sosyal ve ekonomik göstergeleri.....	97

## TABLolar LİSTESİ

Tablo:II.A.1. Japonya’da Kobi Ölçeği.....	6
Tablo:II.A.2.Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler .....	9
Tablo:II.A.3.Türkiye’de Kobi’lerin Ölçeksel Dağılımı .....	10
Tablo: IV.1. İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı .....	31
Tablo: IV.2. İşletmede Çalışan Personel Sayısı.....	32
Tablo: IV.3. İşletmenin Faaliyet Konusu.....	33
Tablo: IV.4. İşletmenin Hukuki Yapısı.....	34
Tablo: IV.5. Anket Formunu Cevaplayanın Görevi .....	35
Tablo: IV.6 İşletme Yöneticisinin Eğitim Durumu .....	36
Tablo: IV.7. İşletme Sahibinin İşletmede Fiilen Çalışıp Çalışmama Durumu .....	37
Tablo:IV.8. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etme Durumu.....	38
Tablo: IV.9. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etmeme Nedenleri .....	39
Tablo: IV.10. İşletmelerin Finansman İhtiyacını Karşılama Yolları .....	40
Tablo: IV.11. İşletmelerin Finansman Sorununun Kaynağı .....	41
Tablo:IV.12.İşletmelerin Kredi Kullanırken Karşılaştığı Sorunlar. ....	42
Tablo: IV.13. İşletmelerin Üretimde Yaşadığı Sorunlar.....	44
Tablo:IV.14: İşletmelerin Girdi Temininde Yaşadığı Sorunlar .....	45
Tablo: IV.15. İşletmelerin Pazarlama Alanındaki Çalışmaları.....	46
Tablo: IV.16. İşletmelerin Kullandığı Satış Kanalları .....	47
Tablo:IV.17. İşletmelerin Pazarlama İle İlgili Sorunları .....	48
Tablo:IV.18. İşletmelerin Çalışanları Arasındaki Akrabalık Durumu .....	49
Tablo:IV.19. İşletmeye Eleman Temini Şekilleri .....	50
Tablo:IV.20. İşletmelerin Eleman Temininde Karşılaştığı Sorunlar .....	51
Tablo: IV.21. İşletmeyle İlgili Danışmanlık Hizmeti Alma Durumu.....	52
Tablo: IV.22. Danışmanlık Hizmetinin Alındığı Kuruluşlar .....	53
Tablo: IV.23: İşletmelerin Yaşadığı Bürokratik Sorunlar .....	54
Tablo:IV.24.İşletmelerin Faaliyette Bulunduğu Sektördeki Rakipleri.....	55
Tablo: IV.25. İhracat Yapılma Durumu.....	56
Tablo: IV.26.İşletmelerin İhracat Yapmama Nedenleri .....	57
Tablo:IV.27.Kobi’lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme İçi Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları.....	58

Tablo:IV.28.Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme Dışı Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları .....	59
Tablo:IV.29.İhracat Yaparken Karşılaşılan\Karşılaşılabilecek Sorunlar.....	60
Tablo:IV.30. İşletmelerin Gümrük Birliği Ortamında Karşılaştığı Sorunlar.....	64
Tablo:IV.31.İşletmelerin İhracat Teşviklerinden Faydalanma Durumu.....	65
Tablo:IV.32. İşletmelerin Faydalandığı İhracat Teşvikleri.....	66

## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik:II.G.1. Kobi'lerin İhracat ve İthalat Göstergeleri.....	14
Grafik:II.G.2. Küçük Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorun Alanları.....	16
Grafik:II.G.3. Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorun Alanları.....	16
Grafik:IV.1: İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı.....	32
Grafik: IV.2. İşletmede Çalışan Personel Sayısı.....	33
Grafik: IV.3. İşletmenin Faaliyet Konusu.....	35
Grafik:IV.4. İşletmenin Hukuki Yapısı.....	36
Grafik: IV.5. Anket Formunu Cevaplayanın Görevi.....	37
Grafik: IV.6 İşletme Yöneticisinin Eğitim Durumu.....	38
Grafik: IV.7. İşletme Sahibinin İşletmede Fiilen Çalışıp Çalışmama Durumu.....	39
Grafik: IV.8. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etme Durumu.....	39
Grafik: IV.9. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etmeme Nedenleri.....	40
Grafik: IV.10. İşletmelerin Finansman İhtiyacını Karşılama Yolları.....	41
Grafik: IV.11. İşletmelerin Finansman Sorununun Kaynağı.....	42
Grafik:IV.12.İşletmelerin Kredi Kullanırken Karşılaştığı Sorunlar.....	43
Grafik: IV.13. İşletmelerin Üretimde Yaşadığı Sorunlar.....	45
Grafik: IV.14. İşletmelerin Girdi Temininde Yaşadığı Sorunlar.....	46
Grafik: IV.15. İşletmelerin Pazarlama Alanındaki Çalışmaları.....	47
Grafik: IV.16. İşletmelerin Kullandığı Satış Kanalları.....	48
Grafik: IV.17. İşletmelerin Pazarlama İle İlgili Sorunları.....	50
Grafik:IV.18.İşletmelerin Çalışanları Arasındaki Akrabalık Durumu.....	51
Grafik: IV.19. İşletmeye Eleman Temini Şekilleri.....	52
Grafik: IV.20. İşletmelerin Eleman Temininde Karşılaştığı Sorunlar.....	53
Grafik:IV.21. İşletmeyle İlgili Danışmanlık Hizmeti Alma Durumu.....	54
Grafik: IV.22. Danışmanlık Hizmetinin Alındığı Kuruluşlar.....	55
Grafik: IV.23: İşletmelerin Yaşadığı Bürokratik Sorunlar.....	56
Grafik:IV.24.İşletmelerin Faaliyette Bulunduğu Sektördeki Rakipleri.....	57
Grafik: IV.25. İhracat Yapılma Durumu.....	58
Grafik: IV.26.İşletmelerin İhracat Yapmama Nedenleri.....	59
Grafik: IV.27.Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme İçi Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları.....	60

Grafik:IV.28.Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme İçi Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları .....	61
Grafik:IV.29.İhracat Yaparken Karşılaşılan\Karşılaşılabilecek Sorunlar .....	63
Grafik:IV.30.İşletmelerin Gümrük Birliği Ortamında Karşılaştığı Sorunlar.....	65
Grafik:IV.31.İşletmelerin İhracat Teşviklerinden Faydalanma Durumu.....	66
Grafik:IV.32. İşletmelerin Faydalandığı İhracat Teşvikleri .....	67

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>CE</b>	Conformite Europeenne
<b>DİE</b>	Devlet İstatistik Enstitüsü
<b>DPT</b>	Devlet Planlama Teşkilatı
<b>KOBİ</b>	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
<b>KOSGEB</b>	Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
<b>GB</b>	Gümrük Birliği
<b>SDŞ</b>	Sektörel Dış Ticaret Şirketleri
<b>TOSYÖV</b>	Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı



## ÖNSÖZ

Dünyada ve Türkiye’ de küçük ve orta ölçekli işletmelerin önemli bir ağırlığa sahip olduğu, dünyada yaşanan gelişmelere bağlı olarak önemlerinin arttığı ancak bunun yanında, pek çok sorunla karşı karşıya oldukları herkesçe bilinen bir gerçektir.

Yapılan araştırmalar işletmelerin, finans, üretim, pazarlama, gibi alanlarda sorun yaşadıklarını göstermektedir. İşletmelerin içinde buldukları sosyal, ekonomik ve fiziki ortam bu sorunlardan farklı oranda etkilenmelerine neden olmakta ve çözümün bu farklılıkların göz önünde bulundurulmasıyla geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmayla, sosyal ve ekonomik açıdan Türkiye ortalamalarının altında bulunan Batman ve Diyarbakır illerinin ve bu illerde faaliyette bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu durumu göz önünde bulundurularak bu yönde çözüm geliştirilebilmesi için her şeyden önce ne tür sorun yaşadıkları ve bu sorunlardan hangi oranda etkilendiklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Batman ve Diyarbakır’da faaliyette bulunan KOBİ’lerin ihracat sorunlarının belirlenmesine yönelik olarak yapılan bu çalışma, teorik ve uygulama olarak iki ana bölüme ayrılmıştır. Çalışmanın teorik bölümü konuyla ilgili akademik literatürü oluşturan kitap ve makale taraması yapılarak oluşturulmuştur. Bu bölüm, KOBİ’lerin, dünya ve Türkiye’deki tanımları, önemi, avantaj ve dezavantajları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlardan oluşmaktadır. Uygulama bölümünde ise, KOBİ’lerin ihracat sorunlarının belirlenmesine yönelik anket çalışması yapılmıştır. Uygulamanın konusunu, Batman ve Diyarbakır’da bütün faaliyet dallarında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışmada işletmelerin, ihracatta karşılaştıkları \karşılaşabilecekleri sorunlara ağırlık verilmiş olup, bunun yanı sıra karşılaştıkları finansman, üretim ve pazarlama sorunlarının da belirlenmesine yönelik sorular sorulmuştur. Sonuç bölümü ise araştırma bulguları dikkate alınarak oluşturulup öneriler sunulmuştur.

Bu çalışmayla yeni bir bakış açısı geliştirmemi sağlayan, çalışma boyunca desteğini ve katkısını esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. Ertan Oktay’a, ankete katılarak ilgili verilerin oluşturulmasına katkıda bulunan Batman ve Diyarbakır sanayicilerine, çalışma boyunca manevi yardım ve destekte bulunan sevgili babam Rıfat Aydın ve kardeşim Pınar Aydın’a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Cihan AYDIN

## ÖZET

Dünyada oluşan küreselleşme ve bölgeselleşme eğilimi rekabetin şiddetini ve yönünü değiştirmiş, işletmeleri dünya pazarına hitap etmeye zorlamıştır. Bu durum, bölgelerarası denesizliklerin giderilmesinde etkin rol oynayan ve yeniliklere büyük işletmelere göre daha kolay uyum sağlayan küçük ve orta ölçekli işletmeleri de etkileyerek pek çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerden beklenen işlevlerini yerine getirebilmesi, dünya ile bütünleşmelerinin sağlanabilmesi için öncelikle sorunların belirlenip çözüme kavuşturulması ile mümkündür.

Bu çalışma, küçük ve orta ölçekli işletmelerin karşılaştıkları\karşılaşabilecekleri ihracat sorunlarının belirlenmesine yönelik olarak hazırlanmış olup, teorik ve uygulama olarak iki bölümden oluşmaktadır. İhracat yapan ya da yapmayı düşünen işletmeleri pek çok sorun beklemektedir. Bunlar; finansman, yönetim, ürün ve üretim sorunları, uluslar arası rekabet koşulları, işgücü sorunları, marka ve imaj oluşturma ve diğer sorunlardan oluşmaktadır.

Araştırma için anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışma, işletmelerin ihracatta karşılaştıkları\karşılaşabilecekleri sorunları belirlemeye yönelik olarak; finansman, pazarlama, üretim, yasal ve bürokratik sorunlarını, işletme içi ve dışı nedenlerden kaynaklanan temel sorunlarını ve ihracat yapmama nedenlerini belirlemeye yönelik, 32 sorudan oluşmaktadır. Anket, Batman ve Diyarbakır'da faaliyet gösteren toplam 40 sanayi işletmesine uygulanmıştır.

## **ABSTRACT**

The trend towards the globalisation and regionalization, which have come into existence in the world, has changed the impact and the direction of competition. This situation has brought many issues together itself by affecting the small and medium scale enterprises which plays an influential role in the lack of balances between the regions, and which easily show tendency for convenience according to the big enterprises. The fact that the functions which are awaited from small and medium scale enterprises are able to be put into practice is only possible with determination of the issues and letting them to have the chance to be solved in order to make them be unified with the world.

This study has been prepared towards identification of the exportation problems which small and medium scale enterprises come across\ are going to come across, and it contains two sections, such; as theoretical and practical. A lot of problems are waiting for the enterprises management, product and production problems, international competition conditions, employment affairs, brand and image creating issues and the others.

For this investigation, survey method has been used. The study consists of 32 questions about financial, marketing, production, legal and bureaucratic problems, the basic problems which stem from the reasons related with the inside and outside of the enterprise, and the reasons why the firms are not able to perform their exportations, and towards determination of the problems that the firms come across and that they are going to come across. The survey totally comprises 40 industry enterprises, which fulfil their activities in Batman and Diyarbakır.

# I.GİRİŞ

Toplam işletmeler içindeki payları %98'leri bulan KOBİ' ler, kalkınmışlık düzeyi ve süreci ne olursa olsun, sosyal ve ekonomik katkılarından dolayı bütün ülkelerin vazgeçilmez unsurlarındandır.

Teknolojinin hızla ve sürekli gelişim ve değişimi, iletişim ağlarının yaygınlaşması, ulusal sınırları kaldırmış, zaman ve mekân mevhumunu önemsizleştirerek dünyayı tek bir pazar haline getirmiştir. Bu gelişmelerin etkisiyle rekabet kavramı da değişikliğe uğramış, çok boyutlu ve yoğun olarak yaşanmaya başlamıştır. Bu yeni pazara uyum konusunda büyük işletmelere göre daha avantajlı durumda bulunan küçük ve orta ölçekli işletmeler daha da önem kazanmıştır.

Bütün ülkelerde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de büyük bir ağırlığa sahip olan KOBİ' lerin sosyal ve ekonomik pek çok soruna çözüm olabileceği açıktır. Bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesinde önemli katkılar sağlayabilecek, dünya ile uyumu kolaylaştıracak KOBİ' lerin pek çok sorunu bulunmaktadır. Pazarın yerellikten çıkıp uluslar arası pazara dönüştüğü günümüz şartlarında KOBİ' lerin içinde buldukları koşullarda etkin bir rekabette bulunamayacakları açıktır. Ancak koşullar ne kadar olumsuz olursa olsun iyileştirilebilecekleri bir gerçektir. Bu çalışmada da sosyal ve ekonomik açıdan Türkiye ortalamalarının altında bulunan Diyarbakır ve Batman illerindeki KOBİ' lerin ihracat sorunları belirlenmeye çalışılmış, her bölgenin geliştirilebilecek bir potansiyelinin olduğu göz önünde bulundurularak çözümün bu yolda aranması gerektiği amaçlanmıştır.

Pazar payını genişletmek isteyen işletmeler, bir takım sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunlar işletmelerin, etkin bir ihracat faaliyetinde bulunmalarını zorlaştırmakta ya da bu faaliyetin gerçekleşmesine tamamen engelleyebilmektedir. İşletmelerin hem iç hem de dış pazarlarda başarılı olmaları ve etkin bir rekabette bulunmaları için sorunların tespit edilerek, analiz edilmesi; çözüm yolunun bulunması için gereklidir. KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları\ karşılaşılabilecekleri sorunların belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan bu çalışma, teorik ve uygulama olarak iki ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın teorik bölümü konuyla ilgili akademik literatürü oluşturan kitap ve makale taraması yapılarak

oluşturulmuştur. Bu bölüm, KOBİ'lerin, dünya ve Türkiye'deki tanımları, önemi, avantaj ve dezavantajları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlardan oluşmaktadır. Uygulama bölümünde ise, KOBİ'lerin ihracat sorunlarının belirlenmesine yönelik anket çalışması yapılmıştır. Uygulamanın konusunu, Batman ve Diyarbakır'da bütün faaliyet dallarında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışmada işletmelerin, ihracatta karşılaştıkları \karşılaşabilecekleri sorunlara ağırlık verilmiş olup, bunun yanı sıra karşılaşmış oldukları finansman, üretim ve pazarlama sorunlarının da belirlenmesine yönelik sorular sorulmuştur. Sonuç bölümü ise araştırma bulguları dikkate alınarak oluşturulup öneriler sunulmuştur.

## **II. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER**

Küçük ve orta ölçekli işletme için yapılan tanımlara bakıldığında, hemen hemen her ülkenin ve de kuruluşun ayrı tanımlamada buldukları görülmektedir. Tanımlardaki sınırların, genelde ülke ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değiştiği görülmektedir(Uludağ ve Serin,1991: 14).

Küçük ölçekli sanayi ve küçük ölçekli işletmeler için evrensel ve kesin çizgileriyle bir tanım yapmak olanağı yoktur. Bu kavramın ülkeden ülkeye değişeceğini, hatta farklı sektörler için de 'ölçek' büyüklüğünün farklı olacağını söyleyebiliriz(Bulmuş, Oktay, Törüner, 1990: 13).

### **II .A. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE KOBİ TANIMI**

#### **II. A. 1. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ**

KOBİ'lerin belirlenmesine ilişkin resmi bir tanım yoktur. Fakat genel olarak KOBİ'lerin tanımına istihdam edilen işçi sayısı esas alınmaktadır. Genel olarak 100'e kadar işçi çalıştıran işletmeler küçük sanayi içinde mütalaa edilmektedir. Orta ölçekli işletmeler için ise genel kabul gören sınır 1000 işçidir. (Müftüoğlu,2002:107)

#### **II . A. 2. AVRUPA BİRLİĞİ**

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ): 250 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satış cirosu 40 milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 27 milyon EURO'yu geçmeyen, bağımsız işletmeler, sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25veya daha fazlası bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan veya sermayesi, "küçük ve orta büyüklükteki işletme" tanımı dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olan işletmelerdir (Çolakoğlu,2002:3).

## II. A. 3.JAPONYA

Japonya'da küçük ve orta ölçekli işletme tanımına genellikle istihdam edilen personel sayısı ve yatırılan sermaye tutarı esas alınmaktadır.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Ana Kanunu'nda yapılan sınıflandırma

**Tablo: II.A.1. JAPONYA'DA KOBİ ÖLÇEĞİ**

Ölçüt Sektör	Yatırılan Sermaye (Milyon Yen)	İstihdam Edilen Personel Sayısı
—Sanayi	100 milyon'un altında ve\veya	300 personel altında
—Ticaret	30 milyon'un altında ve\veya	100 personel altında
—Hizmet	10 milyon'un altında ve\veya	50 personel altında

**Kaynak:** M. Tamer Müftüoğlu(2002), Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler, Turhan Kitabevi, Ankara.

## II.B. TÜRKİYE' DE KOBİ TANIMLARI

**II.B.1.KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ SANAYİ GELİŞTİRME VE DESTEKLEME İDARESİ BAŞKANLIĞI (KOSGEB) TANIMI (3624 Sayılı Kanun):**

1- 50 işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri küçük ölçekli. 51- 150 işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır(Yılmaz,2003:1).

**II.B.2.HALK BANKASI TANIMI:**

1 ile 100 arasında personel çalıştıran arsa ve bina dışındaki net sabit yatırım tutarı 15 Milyar TL'yi aşmayan işletmeler küçük işletme, 100 ile 250 personel çalıştıran ve arsa ile bina dışındaki net sabit yatırım tutarı 15- 30 Milyar TL arasında kalan işletmeler orta ölçekli işletmedir. 250 personelden çok çalışanı olan ve bina ile arazi dışında kalan net

sabit yatırım tutarı 30 Milyar TL’yi aşan işletmeler de büyük ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir(Müftüoğlu,2002:133).

### **II.B.3.TÜRKİYE İHRACAT KREDİ BANKASI (Eximbank) TANIMI:**

Kısa vadeli TL krediler kapsamında KOBİ ihracat kredisi için 1- 200 işçi çalıştıran sabit sermaye yatırımları \$ 2 milyonu geçmeyen imalat sanayi işletmeleri olarak tanımlanmaktadır(Çolakoğlu,2002:3).

### **II.B.4. TÜRKİYE KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER SERBEST MESLEK MENSUPLARI ve YÖNETİCİLERİ VAKFI (TOSYÖV) TANIMI:**

1-5 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 5-100 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 100–200 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli olarak tanımlanmaktadır(Yılmaz, 2003:1)

### **II.B.5.KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELERİN TANIMI, NİTELİKLERİ VE SINIFLANDIRILMASI HAKKINDA YÖNETMELİK (Karar Sayısı : 2005/9617):**

Küçük işletme, elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmeler, Orta büyüklükteki işletme,ikiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

### **II.B.6. HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI TANIMI:**

İmalat sanayinde faaliyette bulunan ve yasal defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis, taşıt araç ve gereçleri, demirbaşlar vb. toplamının net tutarı 400 milyar Türk Lirasını aşmayan; 1- 9 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 10- 49 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 50- 250 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletmelerdir. En fazla 400 milyar TL tutarında sabit yatırım harcaması yapan işletmelerin tüm yatırımları KOBİ kapsamında değerlendirilir (Çolakoğlu,2002:3).



## II. C. KOBİ' LERİN ÖNEMİ

Artık günümüzde küçük işletmeler denince başarısız olduğu için büyüyememiş küçük ölçeklerde kalmaya mahkûm, ekonominin kamburu, sürekli yardıma muhtaç işletmeler anlaşılmamalıdır. Tam tersine günümüz küçük işletmeleri sahip oldukları esneklikleriyle dinamik, değişen koşullara süratle uyabilen, bürokratik olmayan yapılarıyla yaratıcı, yenilikçi, talep boşluklarını süratle yakalayıp fırsatları zamanında değerlendirebilen işletmeler olarak algılanmalıdır (Müftüoğlu, 2002: 31).

1960'lı yılların ortalarından itibaren gerek uygulamada ve gerekse teoride küçük ve orta ölçekli işletmeler lehine bir gelişmenin başladığı izlenmektedir. Başlangıçta bu yönde tek tük ve cılız bir sesle duyulan gelişme, 1970'li yıllardan itibaren sesini daha gür duyurmaya başlamıştır. Geçmiş yılların tam tersine gerek kapitalist ve gerekse sosyalist ülkelerde, yine gerek gelişmiş ülkelerde ve gerekse geçiş döneminde bulunan ve gelişmekte olan ülkelerde küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklendiğini, bu işletmelerin sadece sosyal ve politik boyutlarda değil ekonomik boyutta da sahip olduğu üstünlüklerin vurgulandığını görüyoruz (Müftüoğlu,2002: 30- 31). Özellikle 1973/1974 petrol krizinin yaşandığı dönemde, enerji fiyatları ve buna bağlı olarak üretimde girdi maliyetlerinin hızla yükselmesi ve ortaya çıkan talep daralması karşısında büyük ölçekli firmalar rüzgâra tutulmuş gibi sarsılırken, küçük ve orta ölçekli firmaların bu durgunluk karşısında daha dayanıklı oldukları ve krizi daha az maliyetle geçirdikleri görülmüştür (Uludağ, Serin, 1991: 12). Bugün itibarıyla, küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri gerek sayıları, gerekse sınaî üretimindeki payları ve gerekse milli gelire katkıları bakımından ülkemiz ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Nitekim ekonomik ve sosyal alanda sağlanan gelişmelere paralel olarak küçük ve orta ölçekli işletmeler sayısında da sürekli bir artış meydana geldiği görülmektedir(Müftüoğlu, 2002: 31).

**Tablo:II.A.2. Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmeler ile İlgili Ekonomik Göstergeler**

ÜLKELER	Tüm İşletmeler İçindeki Payı(%)	Toplam İstihdam İçindeki Payı(%)	Toplam Yatırım İçindeki Payı(%)	Katma Değer İçindeki Payı(%)	Toplam İhracat İçindeki Payı(%)	Toplam Kredilerden Aldığı Pay(%)
A.B.D	92,7	50,4	38,0	36,2	32,0	42,7
Almanya	99,8	64,0	44,0	49,0	31,1	35,0
Hindistan	98,6	63,2	27,8	50,0	40,0	15,3
Japonya	99,4	81,4	40,0	52,0	38,0	50,0
İngiltere	98,8	36,0	29,5	25,1	22,2	27,2
Güney Kore	97,8	61,9	35,7	34,5	20,2	46,8
Fransa	97,0	49,4	45,0	54,0	23,0	48,0
İtalya	98,8	56,0	39,0	53,0	-----	-----
Türkiye	99,5	56,3	26,5	37,7	8,0	3,0

**Kaynak:** YÖRÜK, Nevin, BAN, Ünsal(2003)KOBİ' lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama, Gazi Kitabevi, Ankara.

## **II.D. TÜRKİYE'DE KOBİ' LERİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ**

Tüm dünya ekonomisi dikkate alındığında işletmelerin yüzde 95'ini oluşturan KOBİ'lerin kabaca toplam istihdamın yüzde 66'sını ve toplam üretimin yüzde 55'ini sağladığı göze çarpıyor. Türkiye'de ise sanayi kesiminde 200.000 dolayındaki KOBİ'nin toplam işletme sayısının yüzde 99'unu oluşturduğu ve toplam istihdamın yüzde 56'sını sağladığı anlaşılmaktadır. Ülke genelinde kayıtlı-kayıtsız 3.5 milyon KOBİ olduğu tahmin edilmektedir. Bütün bu veriler KOBİ'lerin ekonomideki büyük önemini vurgulamaktadır. Dolayısıyla bu öneme paralel bir ilgi görmeleri de şart

olmaktadır(Alkin, 2001: 13). DİE' nin 1992 yılı verilerine göre Türkiye'de toplam 1.070.990 adet işyeri bulunmakta, bunların % 99.8' ini ise KOBİ'ler oluşturmaktadır. İmalat sanayi işyeri içinde ise toplam 1-99 arasında kişi çalıştıran işletmelerin payı % 99.1'dir. Bu işletmelerde toplam çalışan sayısı 795.432' dir ve bunun ülke genelindeki işletmelerde çalışanların % 52.8' ini oluşturduğu görülmektedir. (Demir vd.2003: 12).

**Tablo:II.A.3.Türkiye'de KOBİ'lerin Ölçeksel Dağılımı**

Sanayi Ölçeği	Küçük Ölçekli Sanayi (1-49)	Orta Ölçekli Sanayi (50-199)	KOS	Büyük Sanayi (200+)	Toplam İmalat Sanayi
İşletme Sayısı	194.546	2.247	196.793	982	197.775
İşletme Payı(%)	98.4	1.1	99.5	0.5	100.00
Çalışan Sayısı	721.469	213.676	953.144	595.601	1.530.745
Çalışan Payı(%)	47.1	14.0	61.1	39.9	100.00
Katma Değer (Trilyon TL)	37.9	35.6	73.5	194.9	268.4
Katma Değer Payı(%)	14.1	13.2	27.3	72.7	100.00

**Kaynak:** YÖRÜK, Nevin, BAN, Ünsal(2003)KOBİ' lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama, Gazi Kitabevi, Ankara.

İmalat sanayiinde bulunan toplam 197.775 işletmeden 196.793 adedi 1-199 işçi çalıştıran işletmelere aittir. Bunun içindeki 194.546 işletme 1-49 işçi çalıştırmaktadır. İmalat sanayiinde çalışan 1.530.745 kişiden % 61,1'inin küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde çalıştığını görmekteyiz. Tüm bu sayısal üstünlüklere rağmen yarattıkları katma değer aksine düşük kalmaktadır. Çalışanların % 61.1'ini istihdam eden işletmeler yaratılan katma değer sadece % 27.3'üne sahiptir. KOBİ'lerin yarattıkları istihdama karşın yeterli katma değer yaratamamalarının temelinde emek yoğun çalışmaları, teknolojilerini yenileyememelerinin olduğunu düşünmekteyiz(Oktay ve Güney,2002:3).

Türkiye’ de tüm işletmeler içinde KOBİ’ ler %98,8 oranında bir ağırlığa sahip iken; bu oran ABD’ de %97 .2, Japonya’ da % 99,4 ve AB ülkelerinden İngiltere’ de % 96.0, Fransa’ da %99,9 ve İtalya’ da %97,0’ dır.

Türkiye’ deki KOBİ’ lerin toplam istihdamdaki payı % 45,6’dır. Bu rakam, ABD’ de %50. 4, Japonya’ da %81.4 ve AB ülkelerinden İngiltere’ de % 36, Fransa’ da % 49,4 ve İtalya’ da %56’dır.

Katma değer içinde Türkiye’ deki KOBİ’ lerin payının % 37,7 olduğu görülürken; bu oran ABD’ de %36.2, Japonya’ da % 52 ve AB ülkelerinden İngiltere’ de % 25, Fransa’ da % 54 ve İtalya’ da ise % 53’ tür.

Toplam yatırım içinde Türkiye’ deki KOBİ’ lerin payı %6.5’ tir. Bu rakam ABD’ de %38, Japonya’ da %40 ve AB ülkelerinden İngiltere’ de % 29. 5, Fransa’ da % 45 ve Almanya’ da % 44’ tür.

Toplam krediler içerisinde Türkiye’ deki KOBİ’ lerin payı %4’ tür. Bu oran ABD’ de % 42, Japonya’ da % 50 ve AB ülkelerinden İngiltere’ de % 27, Fransa’ da % 48, Almanya’ da ise %35’ tir. (Civan ve Tekinkuş, 2002:4- 5).

## **II.E.KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI**

### **II.E.1. AVANTAJLARI**

KOBİ'ler,

II.E.1.1. Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaktadır,

II.E.1.2. Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkânı yaratmaktadır,

II.E.1.3. Emek yoğun teknolojilerle çalışarak ve genelde düşük vasıflı eleman istihdam ederek işsizliğin aşağı çekilmesine katkıda bulunmaktadır.

II.E.1.4. Esnek yapıları itibarıyla ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir,

II.E.1.5. Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösterebilmektedir,

II.E.1.6. Teknolojik yenilikleri almaya esnek yapıları nedeniyle daha yatkındır,

II.E.1.7. Bölgelerarası dengeli kalkınmayı sağlar,

II.E.1.8. Gelir dağılımındaki dengesizlikleri azaltır,

II.E.1.9. Bireysel tasarrufları teşvik eder,

II.E.1.10. Büyük sanayi işletmelerinin destekleyicisi ve tamamlayıcısıdır,

II.E.1.11. Ekonominin ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsurudur.

## **II.E.2. DEZAVANTAJLARI**

KOBİ'lerin,

II.E.2.1. Çok küçük ölçekli ve dağınık yapıda olmalarından dolayı verimlilikleri düşüktür,

II.E.2.2. Pazar ve sektör bilgileri yetersizdir,

II.E.2.3. Teknik bilgileri yetersizdir,

II.E.2.4. Teknoloji düzeyleri genellikle düşüktür,

II.E.2.5. Yönetim, organizasyonda zafiyetleri vardır,

II.E.2.6. Pazarlama ve tanıtım konusunda altyapı ve bilgi eksiklikleri vardır,

II.E.2.7. Ürettikleri ürün ve hizmetlerin kalitesi genellikle düşüktür,

II.E.2.8. Standartlara uygun üretim yapmadıklarından ihracat potansiyelleri düşüktür,

II.E.2.9. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) bünyesinde yapılanmalarında problemler olup, bu konudaki mevzuat karmaşıktır,

II.E.2.10. Rekabet güçleri düşüktür,

II.E.2.11. Özsermayeleri yetersiz olup, kronik enflasyona bağlı olarak erozyona uğramıştır,

II.E.2.12. Girişimleri hemen hiç desteklenmemektedir,

II.E.2.13. Yeterince kurumsallaşamamaları, sermaye piyasalarından kaynak temin etmelerine imkân vermemektedir.

II.E.2.14. Teşvik mevzuatının karmaşık ve çelişkili olmasının da etkisiyle mevzuatı iyi bilmemektedirler,

II.E.2.15. Kredi temininde güçlük çekmektedirler,

II.E.2.16. Devlet teşviklerinden ve diğer finansman araçlarından yeterli ölçüde yararlanamamaktadırlar,

II.E.2.17. Kalifiye eleman sıkıntısı çekmektedirler,

II.E.2.18. Yurtiçi ve yurtdışı teknik ve ticari gelişmeleri izleyememektedirler,

II.E.2.19.Doğru yere, doğru sektöre uygun şekilde yatırım politikaları üretmemektedirler(Yılmaz,2003:4).

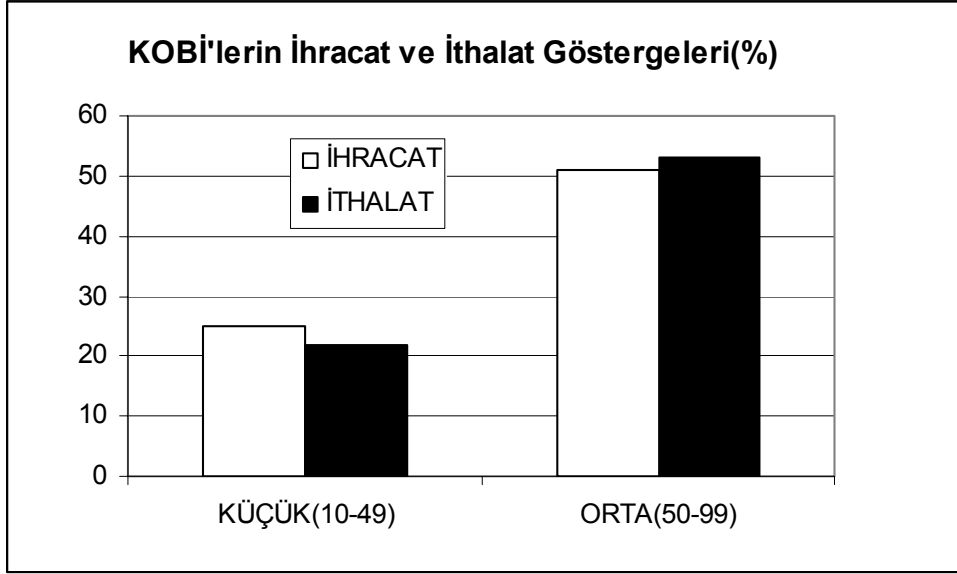
## **II.G. KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE İHRACAT**

Küreselleşen dünyanın ya da kısaca bütünleşen dünyanın dışında kalmamak, sürekli büyüyen pazardan ya da dünya ticaretinden pay alabilmek için fırsat ve avantajlardan yararlanmak, ülkeler için öncelikli amaçlardan olmuştur(Doğan, Marangoz, 2002:1).

İhracat gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerde ve hatta KOBİ' lerde, dünya ticaretindeki gelişmeler doğrultusunda önem verilen ve değişik ticaret geliştirme programlarıyla desteklenen bir faaliyettir. İhracat, ülke ekonomisi ve kuruluşlar açısından büyük öneme sahiptir. Özellikle ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında büyük paya sahiptir. Ayrıca ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi, hem ihracatın gerçekleşmesinde hem de beklenen faydaların sağlanmasında kilit faktör olarak hizmet etmektedir(Kılıç ve Kendirli, 2003: 41).

Toplam ihracat içinde Türkiye' deki KOBİ' lerin payı %8' dir. Bu rakam ABD' de % 32, Japonya' da % 38 ve AB ülkelerinden İngiltere' de % 22, Fransa' da % 23, Almanya' da ise %31' dir. (Civan ve Tekinkuş, 2002:4- 5).

**Grafik:G.1. KOBİ'LERİN İHRACAT VE İTHALAT GÖSTERGELERİ**



**Kaynak:** Demir, Nazmiye vd.(2003) Pazarlama Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler, MPM Yayınları No:633, Mert Matbaası, Ankara.

## **II.G.1. İHRACATTA KARŞILAŞILAN SORUNLAR**

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin en önemli sorunlarından biri de pazarlamadır. Pazarlama, günümüz tüketim ekonomilerinin belli başlı ekonomik işlevlerinden biri haline gelmiştir. Dünya ekonomisinin hızla entegre olması, pazarlamaya uluslar arası bir boyut da kazandırmıştır. Bir başka deyişle, pazarlama yeni zamanların bir olayıdır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin belirleyici niteliği, ilişkisizlik ve küçük olmalarıdır. Bunlar, büyük ölçüde sınırlı bir satış çevresine sahiptir ve bu çevre de daha çok yereldir. Bu nedenle, küçük ve orta ölçekli işletmelerce üretilen mal ve hizmetleri gerek yurt, gerekse de dünya ölçüsünde tanıtılabilecek, pazarlayacak, gerektiğinde bunlar adına yurt içinde veya dışında, büyük çaplı ihalelere girebilecek tam bir bilişim ağına sahip büyük ölçekli pazarlama kuruluşlarına gereksinme vardır. Böyle bir örgütlenme, bu kuruluşların dış pazarlara açılmasına olduğu kadar, ürettikleri mal ve hizmetlerde belirli kalite normlarına ulaşmalarına da yardımcı olacaktır(Bulmuş, Oktay,Törüner,1990:36-37)

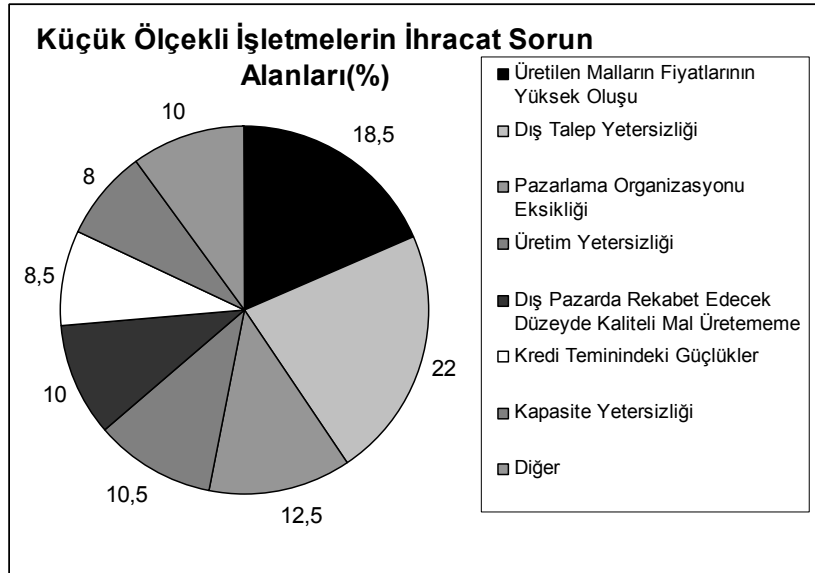
Geçmişten bugüne kadar, bütün ülkelerde sanayinin gelişmesine önemli katkılarda bulunan KOBİ' ler, halen bu işlevlerini devam ettirmektedirler. Ancak, KOBİ'lerin halen karşı karşıya buldukları birtakım sorunlar vardır. Özellikle dünyada son yıllarda önem kazanan küreselleşme, dünyanın tek bir pazara dönüşmesi, Avrupa Birliği ile Gümrük



Birliği'ne girilmesi gibi önemli gelişmeler yüzünden, bu sorunlar gittikçe KOBİ' lerimize ağır gelmeye başlamış; dış pazarlara açılma aşamasında, onlara devletin ve diğer ilgili kurumların yardımlarını zorunlu hale getirmiştir(Özgen ve Doğan,1997).

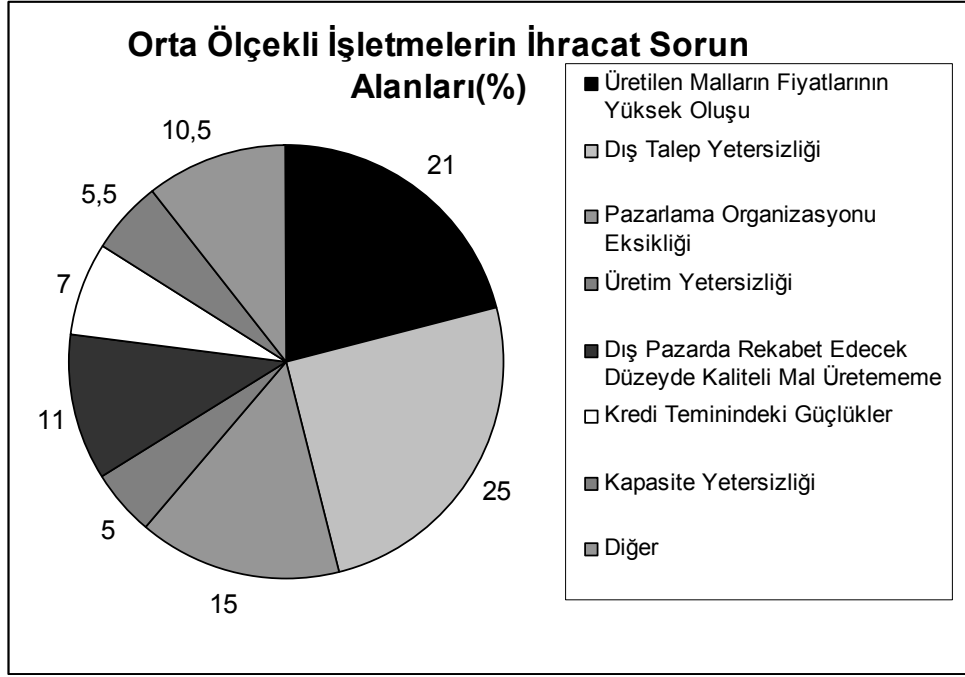
Küçük işletmelerin, orta ölçekli hale dönüşebilmeleri ve büyük sanayiye destekleme çabaları, yönetim, personel, finansman, örgütlenme, pazarlama ve diğer sorunlar nedeni ile yetersiz kalmaktadır. Bu sorunlara karşı alınan önlemlerin yetersizliği, sorunların ağırlığını gün geçtikçe artırmaktadır. Unutulmamalıdır ki, KOBİ' lerin sorunları, kendi bünyeleri doğrultusunda hiç de küçük sayılamayacak olan sorunlardır. Sınırlı bir sermaye ve güce sahip olan bu işletmeler, çoğu zaman sahip oldukları sermaye ve güçle sorunlarını çözemez durumda kalmaktadırlar(Özgen ve Doğan,1997).

**Grafik:G.2. Küçük Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorun Alanları**



**Kaynak:** Demir, Nazmiye vd.(2003) Pazarlama Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler, MPM Yayınları No:633, Mert Matbaası, Ankara.

**Grafik:G.3. Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorun Alanları**



**Kaynak:** Demir, Nazmiye vd.(2003) Pazarlama Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler, MPM Yayınları No:633, Mert Matbaası, Ankara.

KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payları, yıllar itibarıyla değişiklik göstermekle beraber, ortalama % 10 oranında gerçekleşmekte ve bu kesimin toplam banka kredileri içindeki payı % 5' in altında seyretmektedir(Kobi Stratejisi ve Eylem Planı,2004:9).

Türkiye'deki KOBİ'lerin sayısal dağılımı gelişmiş ülkelerdeki benzerleriyle paralellik arz etmekle birlikte, performans değerlendirmesi söz konusu olduğunda büyük farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de dış ticarete KOBİ'lerin payının yüzde 8 olmasına rağmen, bu oranın ABD'de yüzde 32, Almanya'da yüzde 31, Hindistan'da yüzde 50 ve Japonya'da yüzde 38 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Oranlar karşılaştırıldığında KOBİ'leri dış pazarlara açarak ihracat patlaması yapmak isteyenlerin ne derece zor bir işin altına girdikleri ortaya çıkıyor. Küreselleşme ile birlikte önem kazanan ulusal piyasalar ötesindeki rekabet gücü açısından Anadolu KOBİ'lerine bakıldığında, kamuoyunda sanılanın aksine ciddi bir yapısal üstünlük göze çarpmıyor. Küresel ekonomik piyasaların gün geçtikçe rekabetçi hale gelmesine karşın, işletmelerin yüzde 90 oranındaki çoğunluğu yurtiçi pazar için üretim yapıyor; yüzde 14 oranındaki bir grup ise dış pazarlar için üretim yapmayı amaç olarak belirlemiş durumda. Ancak, rekabet

gücünü taşıyıp taşımadıklarına dair inançları söz konusu olduğunda küçük işletmelerin yüzde 28'i, orta işletmelerin yüzde 71'i, büyük işletmelerin ise yüzde 88'i uluslararası piyasalarda rekabet güçlerine sahip olduklarına inandıkları ortaya çıkıyor(Haspolat, 2002).

Yapılan araştırmalar KOBİ'lerin ihracat darboğazlarını; talep yetersizliği, finansman sıkıntısı, pazarlama organizasyonunun eksikliği, standartlar, dış pazarda rekabet edecek şekilde uygun fiyat ve kalitede mal ve hizmet üretememe, kapasite yetersizliği, pazara ilk girişte adaptasyon zorluğu, hukuki ve politik sorunlar, tüketicilerin tercih ve alışkanlıklarındaki farklılıklar ve bürokrasi gibi önemli etkenlere dayandırmaktadır (Sariaslan; 1996 : 45).

### **II.G.1.1.FİNANSMAN SORUNU**

Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmelerin sorunları konusunda yapılan uygulamalı çalışmalarda, finansman sorunları konusunda yapılan uygulamalı çalışmalarda, finansman sorunu genel olarak sorunlar listesinin başında yer almıştır. Türkiye'de dağıtılan toplam kredilerin sadece % 3'ünün küçük ve orta ölçekli işletmelere tahsis edildiği; bu oranın Amerika Birleşik Devletleri'nde %42.7, Federal Almanya'da %35, Japonya'da %50, İngiltere'de %27.2 ve Güney Kore'de %46.8 olduğu gibi istatistiki bilgilerle tamamlandığında, yukarıda varılan sonuç tartışılmasına gerek duyulmadan kabul edilmesi gereken bir Türkiye gerçeği olarak algılanabilir(Müftüoğlu, 2002:267- 268).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeterli sermaye malları donanımına sahip olamamalarının en önemli nedeni, bu kuruluşların karşı karşıya kaldıkları finansman sorunudur. Belirtmeye gerek yok ki, küçük ve orta ölçekli işletmelerin öz kaynakları oldukça sınırlı ve kıttır. Buna karşılık önemli ölçüde istihdam yaratan, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasına hizmet eden bu kuruluşlar ne yazık ki, orta ve uzun vadeli yatırım kredisi kullanma olanaklarından yoksundurlar bu kuruluşların, ticari banka kesiminden kaynak bulma imkânları yoktur. Sermaye piyasasına girmeleri de mümkün olmayan bu kuruluşlara sınırlı sayıda kamu bankası yatırım kredisi vermektedir. Ancak, bu kuruluşlara başta Halk Bankası olmak üzere Türkiye Kalkınma Bankası gibi diğer yatırım bankalarının verdikleri kredilerin Türkiye toplam kredi hacmi içindeki oransal payı oldukça küçüktür. Bu kuruluşların kredi karşılığında bankalarca aranan teminatları

verme imkânları yoktur. Bu nedenle, bu kuruluşlara yönelik kredi stoku genişletilmeli, ayrıca, bir kredi sigorta fonu oluşturularak, bu kuruluşların teminat göstermeden kredi almaları sağlanmalıdır ( Bulmuş, Oktay, Törüner,1990: 136).

KOBİ' lerin ekonomideki esnekliklerine rağmen varlıklarını devam ettirebilmeleri ve büyümeleri için gerekli en önemli unsurlardan biri finansmandır. Kaynak sorunu ve Pazar paylarını arttırma KOBİ' lerin en büyük sıkıntılarıdır. KOBİ' lerin önünde bu sorunlarının çözümü için iki seçenek bulunmaktadır. Bunlar iç kaynaklar ve dış kaynaklardır. İç kaynaklar, kaynağın ortaklarca sağlanması yani sermaye arttırımı, dış kaynaklar da borçlanmak olarak ortaya çıkar(Oktay ve Güney,2002:6).

Türkiye'de KOBİ' lerin kredi hacminden yararlanma oranları, istihdama ve ülke katma değerine sağladıkları katkıları ile karşılaştırılmayacak seviyelerde düşük kalmaktadır (% 5' ler civarında). KOBİ' lere hizmet verecek sermaye piyasası imkânları da geliştirilememiştir. (Kobi Stratejisi ve Eylem Planı,2004: 36).

Finansman güçlüğü KOBİ' ler için çoğu kez daha kuruluş aşamasında başlamakta ve yaşamları boyunca da faaliyetlerini ve gelişmelerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sorunların büyük bir kısmı, işletme yöneticilerinin yönetsel yeteneklerinin, özellikle de finansal yönetim konusundaki bilgi ve deneyimlerinin eksikliğinden kaynaklanmaktadır. KOBİ' lerin hemen hepsinde, sahip/yöneticiler teknik kökenli olduğundan, finansman ve muhasebe konusunda çok az bilgiye sahiptirler. Bu tür bilgileri, uzman kişilerden sağlama istek ve imkânları da sınırlıdır. Özellikle dış pazarlara açılma konumunda olan KOBİ' lerin finansman ihtiyaçları daha da artacaktır. Çünkü onlara çeşitli kaynaklardan fon sağlanması büyük işletmelere göre daha zordur. Bunun yanı sıra Halkbankası kaynaklarından sağlanan fonlar ise yetersiz kalmaktadır(Özgen ve Doğan,1997: 42).

KOBİ' lerin desteklenmesinde, kredilerin temini ve garantilerin karşılanması finansman sorunuyla doğrudan ilgilidir. Finansman zorluklarının doğuş sebepleri arasında KOBİ yöneticilerinin pek çok sorunla aynı anda uğraşmak zorunda kalması ve finansman sorununu çözümünde izleyeceği stratejilere yeterince zaman ayıramamaları ve ayrıca finansman teknikleri konusunda bilgi eksikliği içinde bulunmaları yer almaktadır(Küçükçolak, 1997: 44).

Kredi temininde de küçük ve orta ölçekli işletmeler büyük işletmelere göre daha olumsuz şartlara sahiptir. Genellikle bankalar kredi verirken büyük işletmeleri tercih ederler(Müftüoğlu, 2002:589).

Kuruluş aşamasında olan KOBİ' ler ağırlıklı olarak özkaynak kullanmaktadır. Yeterli özkaynağa sahip olamayan işletmeler yeni yatırımlarını gerçekleştirmede ve büyümelerinin finansmanında kaynak sağlama sorunuyla karşılaşmaktadır. KOBİ' lerin kendi yapılarından kaynaklanan temel finansman sorunu öz kaynak yaratamamaktır. Özellikle kuruluş aşamasında yeterli öz kaynağın bulunmaması girişimcilerin önünde büyük bir engeldir(Müslümov,2002: 16). Başlangıç sermayeleri sınırlı olduğundan, kredi temininde yaşanan sorunlar ve kredi maliyetleri nedeniyle küçük işletmeler hem öz kaynak sorunu hem de dış kaynak sorunu ile karşı karşıya bulunmaktadırlar. Bu durum işletme faaliyetlerini olumsuz yönde etkilediği gibi yeni projeleri finanse etmekte güçlükler yaratmaktadır. KOBİ' ler bundan dolayı büyümemekte, faaliyetlerini genellikle bölgesel sürdürmektedirler(Oktay ve Güney,2002:5).

Türkiye'de KOBİ' lere yönelik kredi garantisi, risk sermayesi yatırım ortaklığı, gayri menkul yatırım ortaklığı, KOBİ finans şirketleri, KOBİ' lere yönelik faktoring ve leasing şirketleri, KOBİ' lerin menkul kıymet piyasalarından yararlanmasını sağlayan KOBİ borsası gibi bazı finansman kurumları ya çok sembolik düzeyde gerçekleşmiş ya da kavramsal düzeyde kalmıştır(Kobi Stratejisi ve Eylem Planı,2004: 38).

## **II.G.1.2.ÜRÜN VE ÜRETİM İLE İLGİLİ SORUNLAR**

Tipik Türk KOBİ'si geleneksel üretim metotları ile Türkiye pazarı için üretim yapmakta; ancak, birçok alanda yerel pazarda da başta AB firmaları olmak üzere yabancı firmalar ile rekabet etmek zorunda kalmaktadır. Türk KOBİ' lerinin teknolojik düzeyi Avrupalı firmalara göre çok düşük kalmakta, KOBİ' lerimiz genellikle modası geçmiş tasarımlar, verimsiz üretim metotları ve eski makine-ekipman kullanarak katma değeri düşük olan alt kalitede ürünlerin üretimiyle meşgul olmaktadırlar(Kobi stratejisi ve eylem planı,2004: 36). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin üretim biçimlerinin çoklukla geleneksel olması ve kısıtlı finans olanakları nedeniyle bu üretim biçimlerini değiştirememeleri ve gelişmiş teknolojiye geçememeleri önemli sorun alanlarından. Mal ve hizmet sunumunda kalite ve standartların belirli kuralları dayattığı günümüz piyasa koşullarında, geleneksel üretim biçimleri ile ayakta kalamayacakları da açıkça görülmektedir (Demir vd., 2003:77).

Üretim yönetimi ve teknolojisindeki büyük bilgi eksikliğinin neden olduğu sorunların çözümlenememesi, kalitesiz üretim, yüksek maliyet, hammadde, işgücü, makine, tezgâh kapasitesi israfının daha da artmasına sebep olmaktadır. Türkiye bugün, kendi teknolojisi olmayan bir ülke durumundadır. Bu nedenle öncelikle teknolojiye önem verilmesi gerekmektedir. Üretim kapasitesinin yetersizliği de, diğer bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan, KOBİ'lerin bazen sınırlı bir pazara hitap etmeleri nedeni ile ellerindeki makineler atıl durumda kalmakta, kullanılmamaktadır(Özgen ve Doğan, 1997: 40). Uluslararası piyasalarda rekabetin her geçen gün artarak devam etmesi firmalara fiyatlarını düşürme yönünde baskılar oluşturmaktadır. Uluslararası pazarlarda başarılı olmak isteyen firmalar öncelikle kalite-fiyat (yüksek kalite, düşük (uygun) fiyat) dengesini çok iyi oluşturmak durumundadır. Bu konuda kullanılan yeni maliyet ve fiyat hesaplama tekniklerinden yararlanılmalıdır(Doğan ve Marangoz,2002:6).

AB'nin belirlenmiş ürünler CE işareti (Conformite Europe) zorunluluğu getirmesi KOBİ'ler için kısıtlardan biri haline gelmiştir. CE işareti, bir ürünün belirlenen sağlık güvenlik, çevrenin ve tüketicinin korunması gereklerine uygun olduğunu gösteren bir birlik işaretidir. Bu işareti taşıması gereken, "Yeni Yaklaşım"(Birbirine benzeyen ürünler bir grupta toplanarak bu ürünlerin sahip olması gereken asgari güvenlik koşulları belirlenmektedir.) kapsamlı bir ürünün, bir AB ülkesine girişi için, üzerinde CE işareti bulundurması zorunludur. Bu nedenle, Türkiye' deki ihracatçıların da AB ve bu kapsamda EFTA ülkelerine yapacakları ihracatta CE işareti konusuna dikkat etmeleri gerekmektedir(Demir vd., 2003:55).

Geçmişte yaşanan ithalat sıkıntıları düzenli hammadde tedarikinin işletmelerin hem verimliliği, hem de karlılığı bakımından ne kadar önemli olduğunu göstermiştir. Ne var ki, küçük ve orta ölçekli işletmeleri, ithal edecekleri hammaddeler konusunda fiyat, kalite, teknik özellikler v.b. yönünden zamanında ve ekonomik biçimde aydınlatacak merkezi destek hizmetleri veren kuruluşlar yoktur. Bu ivedilikle giderilmesi gereken bir gereksinimdir.( Bulmuş, Oktay, Törüner, 1990 : 135)

KOBİ'lerin üretim hacminin sınırlı olması aynı zamanda, kalite, fiyat ve marka sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Zira kullandıkları hammadde ve ara mallarını küçük miktarlarda almaları bu kalemlerde kalite standardı ve fiyat pazarlığı imkânını sınırlamaktadır. Bu da sonuçta ürünün fiyat ve kalite yönünden dezavantajlı olmasına neden olmaktadır. KOBİ'lerin kalite konusunda duyarlılıklarının sınırlı olmasının diğer nedenleri kullandıkları teknoloji ve yöresel faaliyette bulunmalarıdır. Çünkü ürünlerini

faaliyette bulunduğu yöreye arz etme imkânı, işletmelerin bu konuda esnek davranmalarına neden olabilmektedir. Ülkemizde KOBİ'lerin %55'nin üretimlerinin %70'ini faaliyette buldukları yörede piyasaya arzetmeleri, bu bakımdan yeterince anlamlı bir göstergedir. Buna karşılık sadece %9,2'si üretimlerinin tamamını yurtdışı pazarlara arzetmektedir. KOBİ'lerin kalite konusunda da yeterli düzeyde olmadıkları, sadece %24'ünde TSE standardının bulunması, buna karşın %70'inin kalite güvencesinin bulunmamasından anlaşılmaktadır (Gövdere, 1999).

### **II.G.1.3.ULUSLARARASI REKABET KOŞULLARI**

Uluslar arası ticaret koşulları KOBİ'lerin rekabet gücünü etkileyen faktörlerdendir. Bu kapsamda serbest bir döneme geçiş var gibi görünmekle birlikte, gelişmiş ülkeler kimi önlemlerle kendi yerli sanayilerini korumayı sürdürmeye devam etmektedirler. Bu önlemler, tarife dışı engeller kapsamına alınmakta ve kalite gerekleri, standartlara uygunluk, çevre duyarlılığı insan sağlığı gibi gerekçelerle ithalata kısıtlamalar getirilmektedir(Demir vd., 2003:82). Dış ticaretin önündeki engeller arasında akla ilk gelen tarife araçları ve bu kapsamda gümrük vergileridir. Ülkeler, bu tür maliye politikası aracını kullanarak birtakım iktisadi amaçlarını gerçekleştirmeye çalışmakta ancak bu çerçevede bazı ticari engeller ortaya çıkmaktadır. Gümrük vergisinin konulmasındaki temel amaç, ülkenin iç piyasasını muhafaza etmektir. Ancak bu yönde alınan bazı tedbirler, ticari ilişkide bulunulan ülkelere de misilleme amaçlı alınınca, ticari dengelerin bozulması ve sonuçta dünya ticaretinin bundan olumsuz şekilde etkilenmesi söz konusu olmaktadır(Saatçioğlu,2001).

Küreselleşmenin etkisiyle teknolojik yenilikler çabuk eskimekte veya dünyanın her hangi bir yerinde ortaya çıkan bir yenilik çabuk taklit edilebilmektedir. Bu nedenle firmaların rekabet üstünlüğü sağlayabilmelerinin bir koşulu da sürekli yeni ürün ve hizmetleri piyasa sunmalarıdır. Bunun içinde Ar-Ge çalışmalarına ayrılan payın artması veya en azından yeterli düzeyde olması gerekir(Doğan ve Marangoz,2002:5).

### **II.G.1.4. NİTELİKLİ İŞGÜCÜ SORUNU**

Küreselleşme ile birlikte oluşan zorlu rekabet koşullarına uyum gösterebilmek için işletmeler pazara dönük ve müşteri odaklı olmak durumunda kalmaktadırlar. Bu

noktalarda odaklaşabilmek için pazarlama bilgi sistemlerinden yararlanan, dış dünya ile sürekli bilgi alışverişinde bulunabilen elemanlara ve yöneticilere ihtiyaç bulunmaktadır (Demir vd.,2003:25).

Genelde sanayimiz ve özellikle küçük ve orta sanayi vasıflı eleman temininde büyük güçlük çekmektedir. Bu kesim işletmelerinde, emek yoğunluğunun nispeten yüksek oluşu ve alınan siparişlere göre farklı işler yapma zorunluluğu gibi nedenlerden dolayı, çok yönlü vasıflı elemana daha çok ihtiyaç duyulmaktadır(Müftüoğlu,2002:263).

Türkiye’de dil bilen kişilerin sayısının az olmasından dolayı küresel piyasalarla bir iletişim engeliyle karşılaşacaklardır. Girişimcilerin çoğunlukla esnafıktan yükselmiş iş adamlarından oluşuyor olmasından dolayı dil bilmemeleri ve üniversite mezunlarının da yetersiz dil eğitimi koşullarından dolayı dil bilmeden mezun oluşları, firmaları dil bilmeyen kişilerle çalışmak ya da çok yüksek ücretlerle eleman istihdam etmek zorunda bırakmaktadır(Haspolat, 2002).

KOBİ’lerin gerek yönetim anlayışı, gerekse finans olanaklarının elvermemesi nedenleri ile nitelikli işgücü istihdamını gerçekleştiremedikleri bilinmektedir. Bunun yapılamamasının yanında – işletme sahibi de dahil olmak üzere – KOBİ’lerde insan gücü kaynaklarının öğretim ve eğitim durumları düşük düzeyde olup, eğitime zaman ve maliyet unsuru gözüyle bakılmakta ve bu kapsamda geliştirme olanak ve koşulları yaratılamamaktadır(Demir vd., 2003:77).

Herhangi bir malın, bir pazarda tutunabilmesi için, öncelikle bu pazarın tüketici özelliklerine uygun olması gerekmektedir. Başka bir deyişle, tüketicinin tercih ve ihtiyaçlarına cevap vermesi, onları tatmin etmesi gerekmektedir. Ürünün hitap edeceği pazarlar konusunda bilgi sağlanabilmesi için, pazar araştırmalarına ihtiyaç bulunmaktadır. Pazar araştırması için ise nitelikli elemanlara gereksinim duyulmaktadır. Bu son nokta özellikle uluslararası pazarlar için büyük önem arz etmektedir. Yurtdışı pazar araştırmaları için yeterli niteliklere sahip personelin KOBİ’lerde istihdam edilmesi ise birkaç nedenden dolayı mümkün görünmemektedir. Bu konuda ilk engel mali yetersizliktir. Gerekli niteliklere sahip personelin ücretleri yüksek olduğu için KOBİ’ler bunu finanse etmekte zorluk çekmektedirler. Kaldı ki, bu özelliklere sahip olanlar genellikle büyük şehirleri ve firmaları tercih etmektedirler. Bundan dolayı, yöresel faaliyette bulunan KOBİ’ler bu açıdan aşamayacakları yeni bir engelle daha karşılaşmaktadırlar (Gövdere, 1999).



Pek çok küçük ve orta boy firma sahibi veya yöneticisinin piyasa verilerinin temini ve değerlendirilmesinde, mesleki ve teknik bilgilerinin yetersiz kalması, problemlerin çözümü için uzman eleman istihdamından da kaçınmaları, çoğu kez kendilerinden başka yönetici istememeleri, yetki devredememeleri gibi durumlarda bu firmalar, yanlış kararlarla esnekliklerini ve başarılarını zamanla kaybetmektedirler. Yine bu firmaların işletme fonksiyonlarına göre profesyonel bulundurmadıkları ve daha çok ucuz işgücüne yöneldikleri ve bazen de kalifiye elemanları daha yüksek ücret verebilen büyük firmalara kaptırdıkları, isteseler de kendi personellerinin eğitim harcamalarını finanse edemedikleri görülmektedir(Uludağ ve Serin,1991: 23).

### **II.G.1.5.MARKA VE İMAJ OLUŞTURMA İLE İLGİLİ SORUNLAR**

Uluslar arası piyasalarda rekabet üstünlüğü sağlamanın yolu marka ve imaj oluşturmaya büyük ölçüde bağımlı hale gelmiştir. Şimdiye dek bir dünya markası yaratma konusunda pek başarı sağlayamayan ülkemiz KOBİ' lerinin önünde iki seçenek bulunmaktadır: Ya tanınmış markaların fason üretimlerini gerçekleştirmeyi sürdürecektir ya da marka oluşturmak ve bunu dünyaya kabul ettirebilmek için çok çaba harcamak durumunda kalacaklardır. Şimdiye dek ülkemizdeki üretici kesim, özellikle ihracata yönelmiş üreticiler yurt içi ve ihracat için ayrı kalite ve nitelikte ürün üretmekte iken Gümrük Birliği'ne girilmesiyle birlikte yurt içine verilen görece olarak niteliksiz mallar, ithal ürünlerle rekabet edemez duruma gelmektedir. Diğer bir deyişle Türk ürünlerinin rekabet gücü, ithal ürünlere oranla düşük düzeyde kalmaktadır (Demir vd. , 2003: 82).

Türkiye'de KOBİ 'lerin büyük ölçüde fason üretime yöneldikleri, kendi markalarını yaratmakta ve kendi ürünlerini pazarlamakta güçlük çektikleri görülmektedir. Ülke imajının ve marka gücünün zayıflığı bu işletmelerin rekabet gücünü büyük ölçüde zayıflatmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, küreselleşme sürecinde Türkiye'ye biçilen rol büyük ölçüde ucuz, fason üretim yapılan ülke konumundadır. Firmalar kendi markasını yaratmadığı ve kaliteli üretime önem vermediği sürece bu gelişmeler karşısında rekabet avantajı yakalaması olanaksızdır(Müslümov,2002: 11).

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

sorumluluk gibi konular da firma ve ülke imajı açısından çok önemlidir. Eğer girilecek olan dış pazara ülkemizden daha önce başka (farklı alanlarda veya aynı alanda faaliyet gösteren) firmalar girmiş ve ülke veya firma aleyhine olumsuz bir imaj oluşmuş ise bu da o pazara giriş faaliyetini olumsuz etkileyecektir(Doğan ve Marangoz,2002:5- 6).

### **II.G.1.6. YÖNETİM SORUNLARI**

Türkiye'deki KOBİ' lerin yönetim sorunlarının temelinde, eğitimdeki eksiklikler yatmaktadır. KOBİ' lerde yapıları gereği işletme fonksiyonları belirginleşmemiş, dolayısıyla satın alma, pazarlama, personel, üretim, yönetim faaliyetleri müteşebbislerin bilgi, beceri, eğitim ve şahsi yetenekleriyle orantılı olarak ve sınırlı kapasite ile yürütülmek zorunda kalmıştır. Bu durum, KOBİ' lerin ekonomik ve teknolojik gelişmelerin gerisinde kalmalarına, dolayısıyla verim düşüklüğü yanında kalite, standart ve sürüm bakımından da iç ve dış pazarlarda rekabet şanslarını azaltmaktadır(Özgen ve Doğan,1997: 50).

Türkiye'deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin sahipleri, aynı zamanda üst yönetici durumunda olduklarından işletmenin üretim, finansman, personel ve pazarlama işlevlerinin yürütülmesi de bu kişilerin sorumluluğunda bulunmaktadır. Bu nedenle, KOBİ' lerin temel işlevlerinin etkin biçimde yürütülmesi işletme sahibi\ yöneticisinin eğitim, bilgi ve kişisel yetenek, motivasyon, davranış ve tutumları ile sınırlı bulunmaktadır(Demir vd. 2003:76).

Bazen, KOBİ sahipleri yönetimi profesyonel yöneticilere bırakmak istememe, büyümenin getireceği riskleri göze alamama gibi nedenlerle büyümek istememekte, sınırlı kapasite ile üretimlerine devam etmektedirler. Ayrıca, belirli bir büyüklükten sonra kurumsallaşmaya önem verilmemesi de genel sorunlar içinde sayılabilir. Bir işletmeyi büyük güçlük ve fedakârlıklarla bizzat kuran, onu küçük ölçekten orta ölçeğe ulaştıran işletme sahibi için, işletmesini kurumsallaştırmak, öyle kolayca kabul edilecek bir durum değildir. Bu kararı geciktiren ve işletmesinin yönetimini zamanında profesyonel yöneticilere devretmeyen işletmeler, bunun faturasını ağır bir şekilde ödemektedirler (Müftüoğlu,2002:221- 223).

KOBİ' lerde girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyet aynı kişide, yani işletme sahibinde bütünleşmektedir. KOBİ' lerin bu özelliği, onların en önemli sorununu da

beraberinde getirmektedir. Çünkü bir işletme kurabilmek için gerekli paraya sahip olan herkes kendisini birer girişimci, hatta yönetici olarak görmektedir. Öte yandan, KOBİ'lerde yönetimin profesyonel yöneticilere devredilmesi de, çoğu zaman mali imkânsızlıklar nedeni ile ya da işletmede tek karar mekanizması olmak ve kontrolü kaybetmek istememe gibi geleneksel düşünceler yüzünden mümkün olamamaktadır. KOBİ'lerin büyük bir çoğunluğu yönetimi profesyonel yöneticilere devretme konusunda çekingen davranmaktadırlar. Türkiye şartlarında, KOBİ'lerin finansal durumlarının da buna el vermediği açıklıkla söylenebilir. Ancak, pek çok KOBİ sahibi de, yönetime profesyonel yönetici getirmeyi sakıncalı bulmaktadırlar. Bunun sebeplerine gelince; profesyonel yöneticinin, mal sahibi yönetici gibi işletmeye bağlı çalışmayacağı, risk altına girmediğinden işletme yönetimine gereken önemi vermeyeceği, pratik bilgilerinin ve tecrübesinin yetersiz oluşu v.b.'dir. Profesyonel bir yöneticinin yapacağı hatalı bir değerlendirme sonucunda şirketin uğrayacağı maddi zarar, doğrudan doğruya mal sahibine yansiyacaktır. Buna karşılık, profesyonel yöneticinin uğrayacağı zararın aynı ağırlıkta olması düşünülemez. Her şeyden önce, KOBİ sahip/yöneticilerinin bu konudaki düşüncelerinin değişmesi gerekmektedir. Çünkü günümüzde profesyonel yöneticinin başarısının, işletmenin verimliliği ile ölçülmesi söz konusudur(Özgen ve Doğan,1997).

### **II.G.1.7. DİĞER SORUNLAR**

Bugün mevcut bürokratik engellerin, kamu kuruluşları dahil olmak üzere bütün işletmeleri etkilediği ve bu yükün kısmen veya tamamen tüketicilere aktarılmasına rağmen, olumsuz etkilerini en fazla KOBİ'ler üzerinde gösterdiği görülmektedir. Oysa KOBİ'ler, birçok ülkede en büyük istihdam kaynağını teşkil etmekte; formalite yüklerinden de en çok yeni kurulmuş işletmeler etkilenmektedir(Özgen ve Doğan,1997: 43).

Globalleşen dünyanın önde gelen unsurlarından biri çevresel değerlerin korunmasıdır. Çevre unsurlarının sorumsuz kullanımı, çevresel kirlenmeyi önemli boyutlara ulaştırmıştır. Kamuoyunun tepkisi çevre sorunlarına daha duyarlı hale gelmektedir. Kamuoyunda artan bu çevresel hassasiyet işletmelerin çevreye bakışı üzerinde etkili olmaktadır. Çevre yönetimi konusu genel işletme yönetiminin içinde ağırlıklı bir konu haline gelmeye başlamıştır. İşletmelerin çevreyi kirletmeden üretim yapabilmelerini ve ürettikleri ürünlerin çevreye karşı duyarlı olmalarını sağlamak için

ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi standartları yayınlanmıştır. Bugün bu belgelere sahip işletmeler uluslararası pazarlara daha kolay girebilmektedir(Doğan ve Marangoz,2002:6).

Yenilikler (innovasyon) konusu Türk işletmelerinin en önemli darboğazlarından birini oluşturmaktadır. Bu darboğaz bilhassa dış piyasalarda açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Konu, küçük ve orta ölçekli işletmelerle piyasaya yeni giren işletmeler açısından özellikle önemlidir. Zira bu işletmelerin önemli avantajlarından biri değişen koşullara uyum sağlayabilmeleri veya esneklikleri ile yeniliklere açık olmalarıdır. Türkiye'deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük çoğunluğu maalesef bu avantajı kullanamamaktadırlar(Müftüoğlu,2002:210).

KOBİ' lerde tanıtım faaliyetleri oldukça zayıftır. Çünkü KOBİ' lerin, bu faaliyetin; reklâm, fuar ve sergilere katılma, alıcılarla karşılıklı veya yüz yüze görüşme gibi temel unsurları hakkında en başta, esaslı bilgileri mevcut değildir. Ayrıca; ilgisizlik söz konusu unsurların öneminin yeterince kavranamamış olması ve maliyet artırıcı etkilerinin olması dolayısıyla tanıtım faaliyeti, KOBİ'lerin gündemine ciddi bir şekilde girememektedir(Ekinci,2003: 65).

KOBİ' lerde danışmanlık kullanma ve Ar-Ge siparişi geleneği de bulunmamaktadır. Ülkede mühendislik-müşavirlik, tasarım teknoloji transferi ve eğitim hizmetlerinin kullanılmasının düşük bir düzeyde kalması ve sınai mülkiyete konu olan ürünlerin ticaretinin yetersizliği nedeniyle know-how ile ilgili hizmet sektörleri de gelişmemiştir. Oysa sabit sermayeden ziyade insan sermayesine ihtiyaç duyan bu alanlarda kapasite geliştirebilmek için Türkiye'nin tabii bir potansiyeli bulunmaktadır(Kobi Stratejisi ve Eylem Planı,2004: 36).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin kullandıkları makine-ekipman, teknolojik açıdan, ne kadar yeni, modern ve çağdaş olursa olsun; eğer bu işletmeler belirli kalite normlarına uygun hammaddeyi zamanında düzenli ve yeterli miktarda sağlayamıyorlarsa sonuç elbette pek parlak olmayacaktır(Bulmuş, Oktay, Törüner,1990 :135)

Rekabetçi, global dünya pazarlarında, küreselleşen ekonomilerde başarılı olabilmek için, rakip işletme ve ülkeler bazında asgari düzeyde sahip olunan bir Kalite Güvence Sisteminin geliştirilmesi gerekir. Bunun sağlanması için de geleneksel sistem ve düşüncelerin terk edilerek, çağdaş kalite düşüncesi ve yönetimi işletmelerde hâkim kılınmalıdır. Günümüzde uluslararası pazarlarda birçok ülke kendi ülkesinin sınırları içine

girecek olan mal ve hizmetlerde çeşitli kalite belgelerini şart koşmaktadır(Doğan ve Marangoz,2002:4).

Türkiye'nin ihracat hamlesinde KOBİ'ler açısından bir başka dezavantajı, bu işletmelerin sadece %30'nun ihracat sektörü içinde yer alması, buna karşın geriye kalan %70'nin pasif durumda olmasıdır. Türkiye ihacatta istediği hedeflere erişebilmek için bu oranları tersine çevirebilmelidir (Gövdere,1999).

# III. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE İLİŞKİN ALAN ÇALIŞMASI

## III.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

### III.1.A. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Toplam işletmeler içindeki payları %98'leri bulan KOBİ' ler, kalkınmışlık düzeyi ve süreci ne olursa olsun, sosyal ve ekonomik katkılarından dolayı bütün ülkelerin vazgeçilmez unsurlarındandır.

1970'li yıllarda yaşanan petrol krizi büyük işletmeleri derinden sarsarken, bu durum aynı dönemde KOBİ' leri çok fazla etkilemediğinden dikkatleri KOBİ' lere çekmiştir. Sanayileşme toplumunun yerini bilgi toplumuna büyük oranda bıraktığı günümüzde bireyler, emeklerini satmak yerine bağımsız birer girişimci olmayı tercih etmekte ve bütün bunların doğal sonucunda ortaya, vergi ödeyen, istihdamı ve bölgelerarası dengeli büyümeyi sağlayan, yeniliklere açık ve ilerlemeyi hızlandıran KOBİ' lerin doğmasını ve var olanların öneminin artmasını sağlamıştır. Yine teknoloji ve iletişim ağlarında yaşanan gelişmeler değişim sürecini hızlandırırken, kültür, dil, din ve mekân olgularını da etkilemiş ve sonuçta dünya küçük bir köy haline gelmiştir. Büyük veya küçük herhangi bir işletme için pazar, yerel veya bölgesel pazar olmaktan çıkıp dünya pazarına dönüşmüştür.

Dünya'da yaşanan tüm bu gelişmelere Türkiye'deki KOBİ' lerin de uyum sağlaması Türkiye'ye özgü olumsuz koşulların giderilmesi gerekmektedir. Türkiye'de KOBİ' ler içinde buldukları rekabet ortamında amaçlarının gerçekleşmesini engelleyen, çalışmalarını kısıtlayan, finansman, yönetim, üretim, insan kaynakları, pazarlama, ihracat ve bürokrasi gibi pek çok sorunla karşı karşıyadır. Karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve bu doğrultuda strateji geliştirilip önlem alınmasının özelde işletme ve genelde de ülkenin hem sosyal hem de ekonomik refahına büyük katkılar sağlayacaktır.

Bu anlamda KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları belirleyerek, farklı pazarlara girebilmeleri ve faaliyette buldukları pazarlarda tutunabilmelerinde

karşılaşabilecekleri güçlük ve tehditlerin neler olduğunun saptanmaya çalışılması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, konuyla ilgili kaynaklar ve daha önce bu alanda yapılmış olan benzer nitelikteki çalışmalar dikkate alınarak hazırlanmıştır. Anket, araştırma kapsamına giren işletmelerle birebir yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Anket yapıldıktan sonra elde edilen bulgular, istatistik teknikleriyle değerlendirilerek yorumlanmıştır. Ankette yer alan sıralama soruları için ankete katılanlara birden fazla sorun belirtildiği durumlarda önem derecelerini belirtmeleri istenmiş ve değerlendirme de buna göre yapılmıştır.

### **III.1.B. ANKET FORMU**

Anket formundaki sorular, teori bölümünde yer alan konular, yerli literatür ve daha önce bu konu ile ilgili yapılmış olan anket çalışmalarının incelenmesiyle oluşturulmuştur.

Anket formunda yer alan sorular temelde üç gruptan oluşmuştur.

Birinci grupta; araştırma kapsamında ele alınan işletmelerin yapısal özelliklerini belirlemeye yönelik sorular hazırlanmıştır. Bu bölümde, işletme ile ilgili tanıtıcı bilgiler (işletmenin adı, faaliyet konusu, kuruluş yılı, adresi, telefonu), işletmenin hukuki yapısı, çalışan personel sayısı, işletme yöneticisinin eğitim durumu, işletme sahibinin aynı zamanda işletmede çalışıp çalışmama durumu gibi özellikleri sorulmuştur.

İkinci grupta; KOBİ'lerin karşılaştıkları genel sorunları belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Bu grupta, işletmelerin finansman, üretim, pazarlama, bürokratik ve yasal, insan kaynaklarına ilişkin karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik sorunlar yer almaktadır.

Üçüncü grupta; KOBİ'lerin ihracat sorunlarının neler olduğunun saptanmasına ilişkin sorunlar yer almaktadır. Bu grupta, işletmelerin ihracat yapma durumu, ulusal ve uluslararası pazarlarda karşılaşılabilecekleri\karşılaştıkları sorunlar, GB ortamının etkileri, ihracat teşviklerinden yararlanıp yararlanamama, durumlarını belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur.

### III.1.C.ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Çalışmada işletme büyüklüğünün belirlenmesinde işletmede çalışan personel sayısı temel alınarak, DİE 1991 yılı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Araştırması'nda tanımlama çalışan kişi sayısına göre şöyle yapılmaktadır:

Çok Küçük Ölçekli İmalat sanayi: 1- 9 kişi çalışan,

Küçük Ölçekli İmalat Sanayi: 10- 49 kişi çalışan,

Orta Ölçekli İmalat Sanayi: 50–99 kişi çalışan işletmelerdir(Dış İlişkiler ve Yurtdışı İşçi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, İstihdam Politikasına İlişkin169 Sayılı Tavsiye Kararı ile Küçük ve Orta Ölçekli işletmelerde İstihdam Artışına ilişkin 189 Sayılı Tavsiye Kararı ).

Araştırmanın ana kütesini Batman ve Diyarbakır' da faaliyet gösteren Küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini, bütün faaliyet dalarında faaliyet gösteren imalat işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına; Batman'da 30, Diyarbakır'da 10 olmak üzere toplam 40 sanayi işletmesi dâhil edilmiştir.



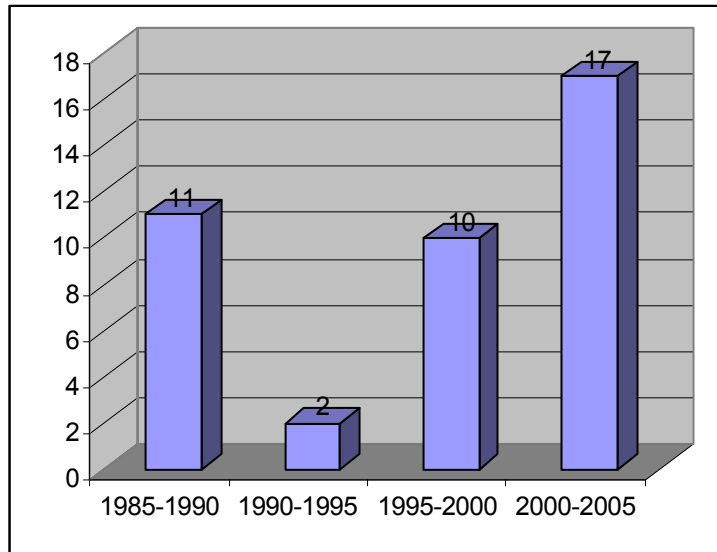
## IV. ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Tablo: IV.1. İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı**

	SIKLIK	YÜZDE
1985-1990	11	27,5
1990-1995	2	5
1995-2000	10	25
2000-2005	17	42,5
Toplam	40	100

Ankete katılan işletmelerin %42,5'i; 2000- 2005 yılları, %27,5'i; 1985–1990 yılları, %25'i; 1995–2000 yılları, %5'lik kısmı ise; 1990–1995 yılları arasında kurulmuştur.

**Grafik: IV.1: İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı**

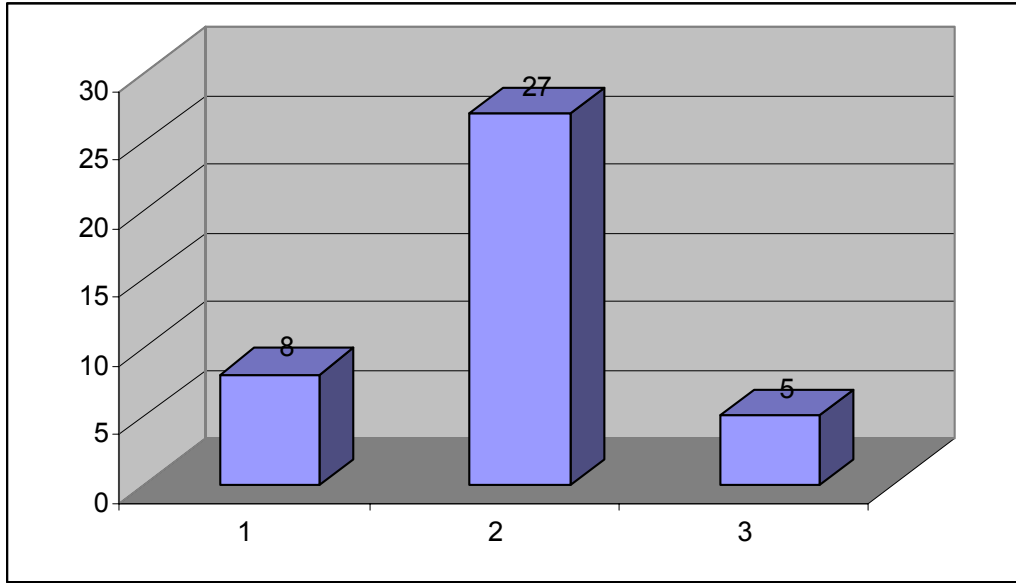


**Tablo: IV.2. İşletmede Çalışan Personel Sayısı**

	SIKLIK	YÜZDE
1-9	8	20
10-49	27	67,5
50-99	5	12,5
Toplam	40	100

Tablo 2’de görüldüğü üzere, işletmelerin %20’si 1–9 arasında, %67,5’i 10–49 arasında, %5’i de 50–99 arasında personel çalıştırmaktadır.

**Grafik: IV.2. İşletmede Çalışan Personel Sayısı**

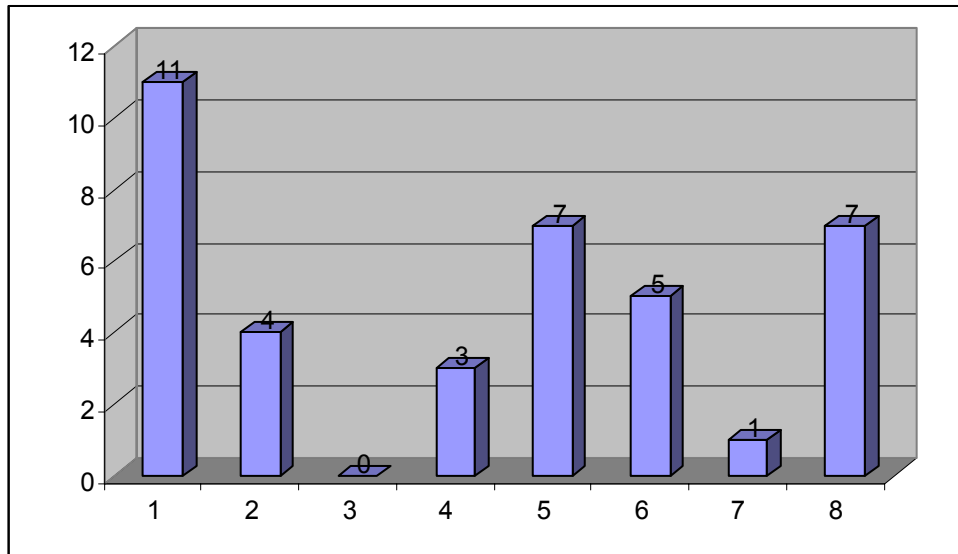


**Tablo: IV.3. İşletmenin Faaliyet Konusu**

	SIKLIK	YÜZDE
Gıda, İçki ve Tütün Sanayi	11	27,5
Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi	4	10
Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi	0	0
Kâğıt – Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi	3	7,5
Kimya – Petrol, Kömür, Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sanayi (Kimya Sanayi)	7	17,5
Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi	5	12,5
Metal Eşya–Makine ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlme ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi (Metal Eşya Sanayi)	1	2,5
Diğer İmalat Sanayi	7	17,5
Toplam	40	100

Tablo 3’te görüldüğü üzere işletmelerin %27,5’i Gıda, İçki ve Tütün Sanayi, %10’u Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi, %7,5’i Kağıt – Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi, %17,5’i Kimya – Petrol, Kömür, Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sanayi (Kimya Sanayi), %12,5’i Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi, %2,5’i Metal Eşya–Makine ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlme ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi (Metal Eşya Sanayi)’nde ve %17,5’inin de diğer faaliyet alanlarında faaliyette buldukları görülmektedir.

**Grafik:IV.3. İşletmenin Faaliyet Konusu**

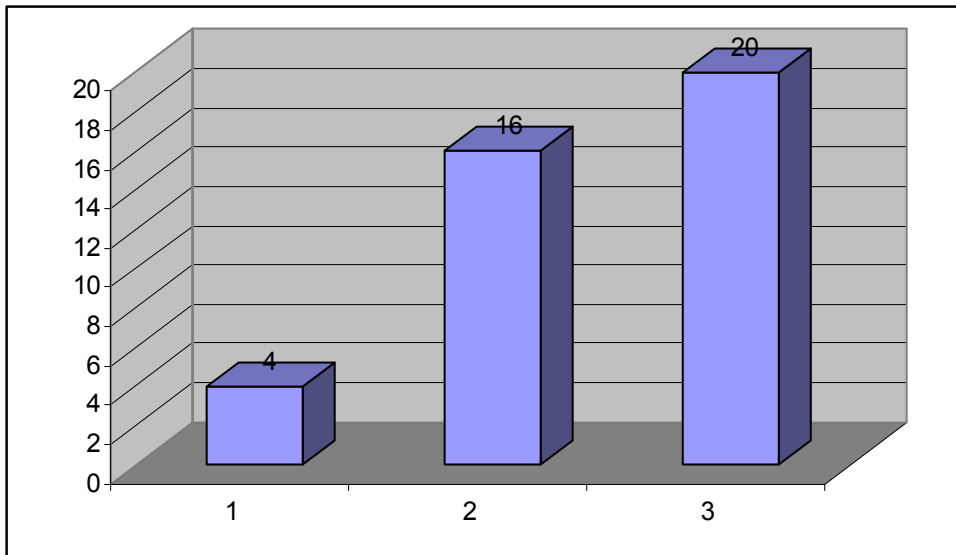


**Tablo:IV.4. İşletmenin Hukuki Yapısı**

	SIKLIK	YÜZDE
Tek Şahıs İşletmesi	4	10
Limited	16	40
Anonim	20	50
Toplam	40	100

Ankete katılan işletmelerin %10'u tek şahıs işletmesi, %40'ı limited ve %50'si de anonim şirkettir.

**Grafik:IV.4. İşletmenin Hukuki Yapısı**

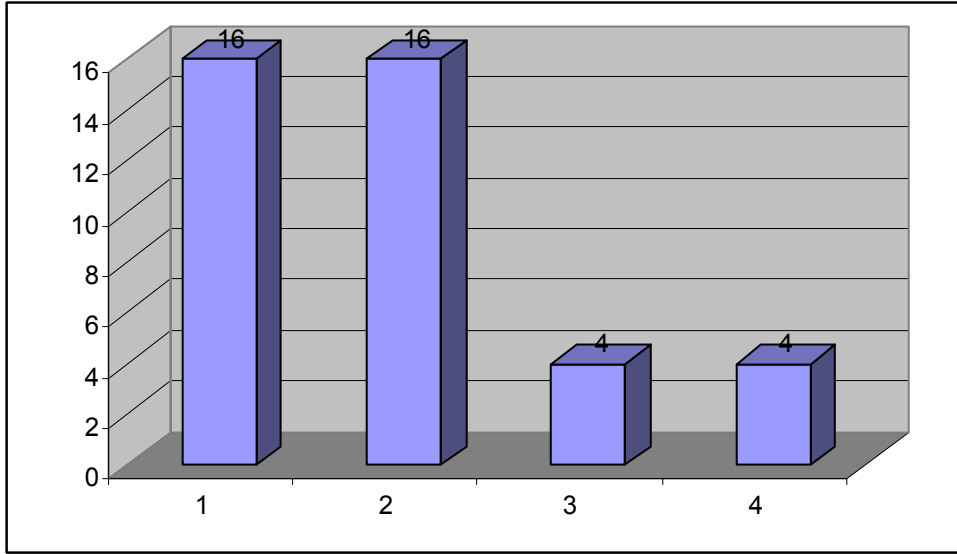


**Tablo:IV.5. Anket Formunu Cevaplayanın Görevi**

	SIKLIK	YÜZDE
İşveren	16	40
Yönetici	16	40
Şef/Ustabaşı	4	10
Diğer	4	10
Toplam	40	100

Tablo 5'te görüldüğü gibi formu cevaplayanların %40'ı işveren, %40'ı yönetici, %10'u ustabaşı ve %10'u da diğer görevlerde bulunmaktadır.

**Grafik:IV.5. Anket Formunu Cevaplayanın Görevi**

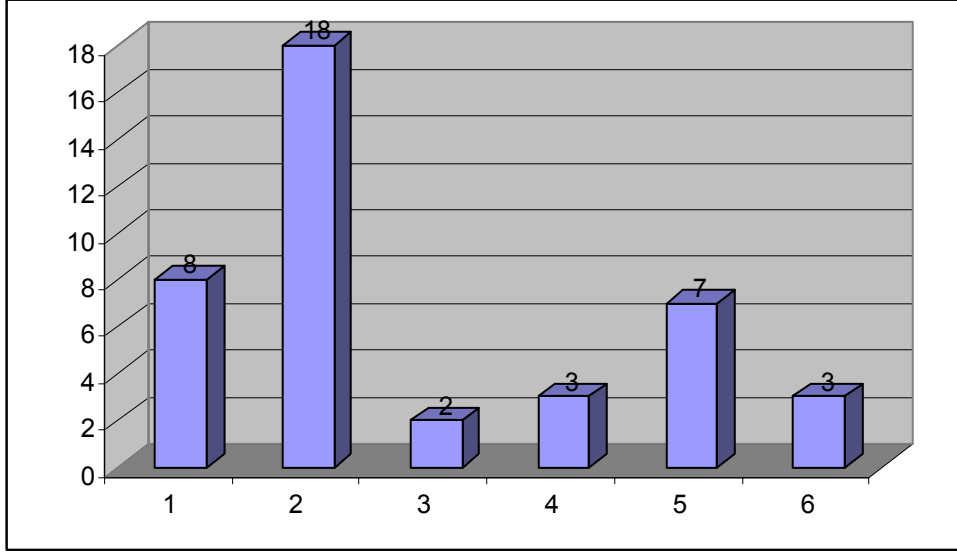


**Tablo:IV.6 İşletme Yöneticisinin Eğitim Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
İlköğretim	8	20
Lise	18	45
Meslek Lisesi	2	5
Meslek Yüksekokulu	3	7,5
Üniversite (Lisans)	7	17,5
Üniversite (Yüksek Lisans)	3	7,5
Toplam	40	100

Ankete katılan KOBİ'lerde çalışan yöneticilerin %20'si ilköğretim, %45'i lise, %5'i meslek lisesi, %7,5'i meslek yüksekokulu, %17,5'i üniversite, %7,5'i de üniversite (yüksek lisans, doktora) mezunudur. Eğitim seviyesi çoğunlukla ilköğretim ve lise olmasına rağmen 5. tabloda yönetici olduğunu belirtenlerin aslında kendilerini aynı zamanda işletmenin hem sahibi hem de yöneticisi olarak gördüklerini göstermiştir. Genelde KOBİ yöneticilerinin eğitim düzeylerinin yüksek olması KOBİ'lere ait bir nitelik olmasına rağmen, ankete konu olan işletme yöneticisi ve işverenlerinin eğitim seviyelerinin genele göre çok daha düşük düzeylerde kaldığı görülmüştür.

**Grafik:İv.6 İşletme Yöneticisinin Eğitim Durumu**

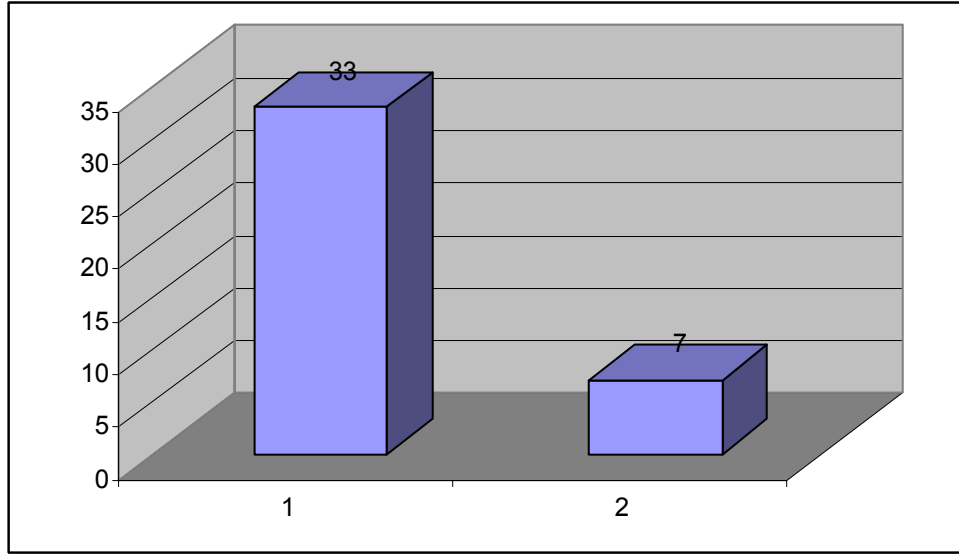


**Tablo:IV.7. İşletme Sahibinin İşletmede Fiilen Çalışıp Çalışmama Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
İşletme sahibi işletmede fiilen çalışıyor	33	82,5
İşletme sahibi işletmede fiilen çalışmıyor	7	17,5
Toplam	40	100

Araştırmaya katılan işletmelerin sahiplerinin, %82,5'i işletmede fiilen çalışmakta, %17,5'i ise çalışmamaktadır. Görüldüğü gibi KOBİ'lerin büyük bir kısmında işletme sahibi işletmede fiilen çalışmaktadır.

**Grafik:IV.7. işletme sahibinin işletmede fiilen çalışıp çalışmama durumu**

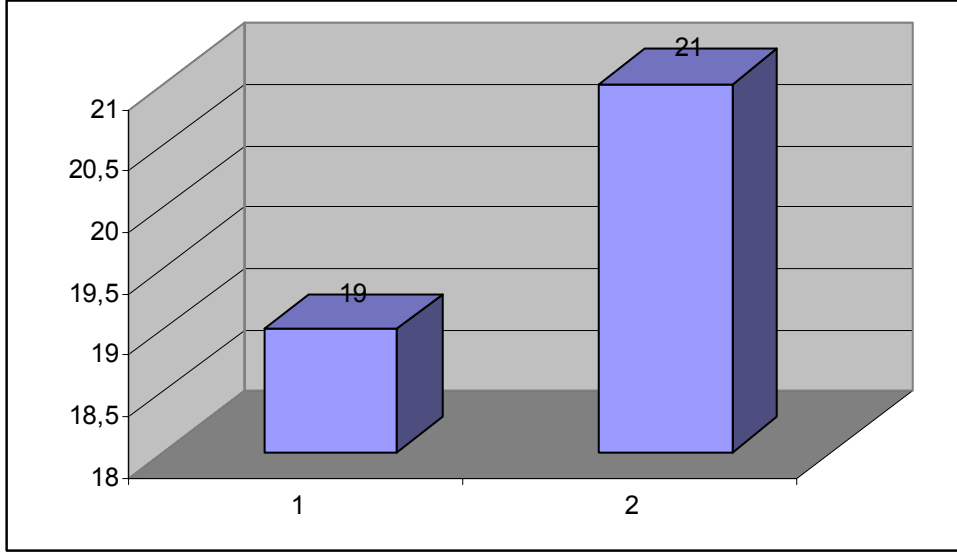


**Tablo:IV.8. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etme Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
İşletmede profesyonel yönetici bulunuyor	19	47,5
İşletmede profesyonel yönetici bulunmuyor	21	52,5
Toplam	40	100

Ankete katılan işletmelerin %52,5'inde profesyonel yönetici istihdam edilmezken %42,5'inde profesyonel yönetici istihdam edildiği belirtilmiştir. İşletme yöneticilerinin büyük çoğunluğunun (%70) eğitim durumlarının ilköğretim (%20) ve lise (%50)'den oluştuğunu Tablo 6'dan görmekteyiz. Bu durum da aslında profesyonel yönetici istihdamının çok daha az olduğunu göstermektedir.

**Grafik:VI.8. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etme Durumu**



**Tablo:IV.9. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etmeme Nedenleri**

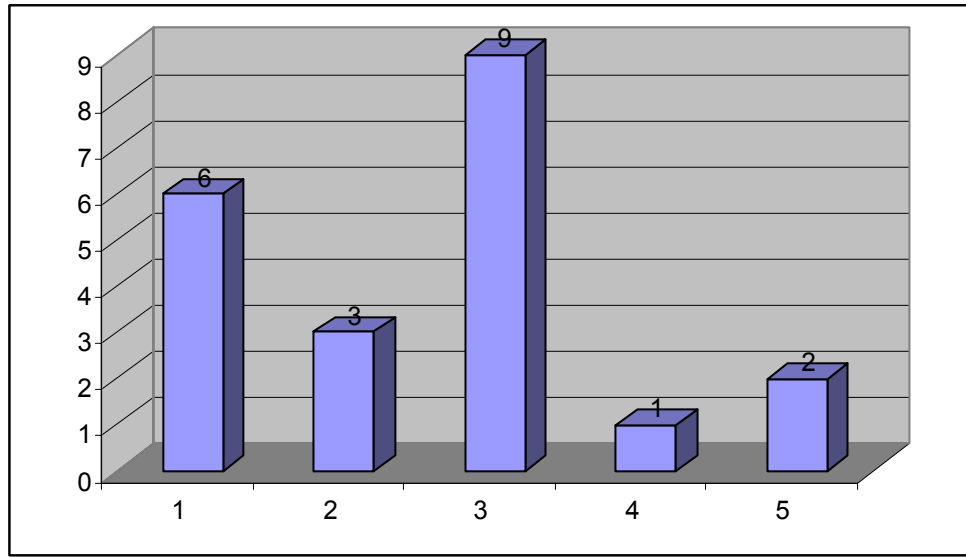
	SIKLIK	YÜZDE
Profesyonel yöneticilerin, mal sahibi yönetici gibi işletmeye bağlılıkla çalışmayacağı	6	15
Pratik bilgilerinin, mal sahibi yöneticiye nazaran daha az olması	3	7,5
Profesyonel yöneticilerin işletmeye getirdikleri maliyetin yüksekliği	9	22,5
İşletme yönetiminde söz hakkı istemeleri	1	2,5
Diğer	2	5
Cevap Verilmeyen	19	47,5
Toplam	40	100

Tabloda profesyonel yönetici istihdam etmeme nedenleri arasında birinci sırada (%22,5) profesyonel yöneticilerin işletmeye getirdikleri maliyetin yüksekliği gösterilmiştir. %15'i profesyonel yöneticilerin mal sahibi yönetici gibi işletmeye bağlılıkla çalışamayacağını, %7,5'i pratik bilgilerinin mal sahibi yöneticiye nazaran daha az olduğunu belirtmiş, %5'i diğer şıkkını işaretlemiş, %2,5'i ise işletme yönetiminde söz hakkı isteyeceklerini belirtmişlerdir.



Profesyonel yönetici istihdam etmeme nedenleri arasında birinci sırayı alan maliyet yüksekliği, profesyonel yöneticinin yapacağı katkının onları istihdam etme düzeyinden düşük olacağını düşündüklerini göstermektedir. Profesyonel yönetici bulundurma düzeyinin düşük kalmasının engellenmesi ve profesyonel yöneticiye sadece maliyet gözüyle bakılmaması için profesyonel yöneticinin maaşından yapılan kesintilerin yapılmaması ve gerekirse bu sorun aşılana kadar belirli bir süre için de olsa yöneticiye ödenen ücretin bir kısmı veya tamamının devlet tarafından karşılanması gerekir.

**Grafik:IV.9. İşletmede Profesyonel Yönetici İstihdam Etmeme Nedenleri**

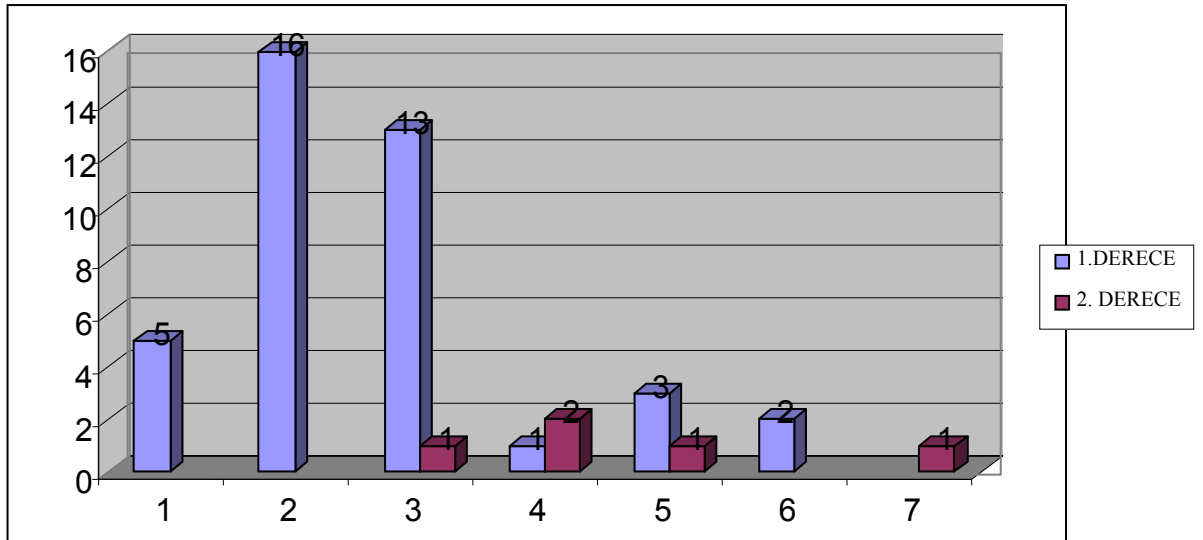


**Tablo:IV.10. İşletmelerin Finansman İhtiyacını Karşılama Yolları**

	1.DERECE		2.DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Yeterli sermayem var	13	32,5		
Banka kredisi	14	35		
Resmi ve yarı resmi kuruluşların kredi teşvikleri			1	2,5
Ticari borç	5	12,5	2	5
Ortaklık kurarak	6	15	1	2,5
Gayri resmi piyasalardan borçlanma	1	2,5		
Diğer			1	2,5
Cevap Vermeyen	1	2,5	35	87,5
Toplam	40		40	100

Ankete katılan işletmelerin %35'i banka kredisi, %15'i ortaklık kurarak, %12,5'i ticari borç, %2,5'i gayri resmi piyasalardan borçlanma ile finansman ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmiş, %32,5'i yeterli sermayeye sahip olduğunu söylemiştir. %2,5'i ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır.

**Grafik:IV.10. İşletmelerin Finansman İhtiyacını Karşılama Yolları**



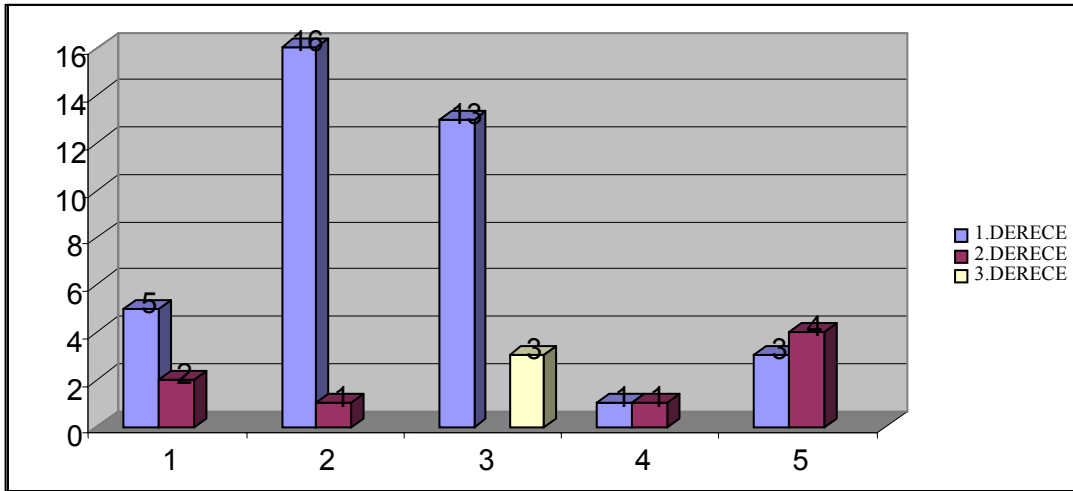
**Tablo:IV.11. İşletmelerin Finansman Sorununun Kaynağı**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Kredi ve faiz oranlarının yüksekliği	5	17,5	2	5		
Öz kaynak yetersizliği	16	40	1	2,5		
Alacak tahsilinde gecikmeler	13	32,5			3	7,5
Satışların düşüklüğü	1	2,5	1	2,5		
Maliyetlerdeki artış	3	7,5	4	10		
Cevap Verilmeyen	2	5	8		37	
Toplam	40	100	40	100	40	100

Ankete katılan işletmeler, birden fazla soruyu işaretleyerek önem derecelerini belirtmiştir. Finansman sorununa birinci sırada %40 öz kaynak yetersizliği, ikinci sırada %32,5 alacak tahsilinde gecikmeler, %12,5 kredi ve faiz oranlarının yüksekliği, %7,5 maliyetlerdeki artış, %2,5 satışların düşüklüğü olarak gösterilmiştir. %5'i ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır.

KOBİ'ler kuruluş aşamasında genelde öz kaynak kullandıklarından sonraki dönemlerde öz kaynak yetersizliği karşlarına bir sorun olarak çıkmaktadır.

**Grafik:IV.11. İşletmelerin Finansman Sorununun Kaynağı**



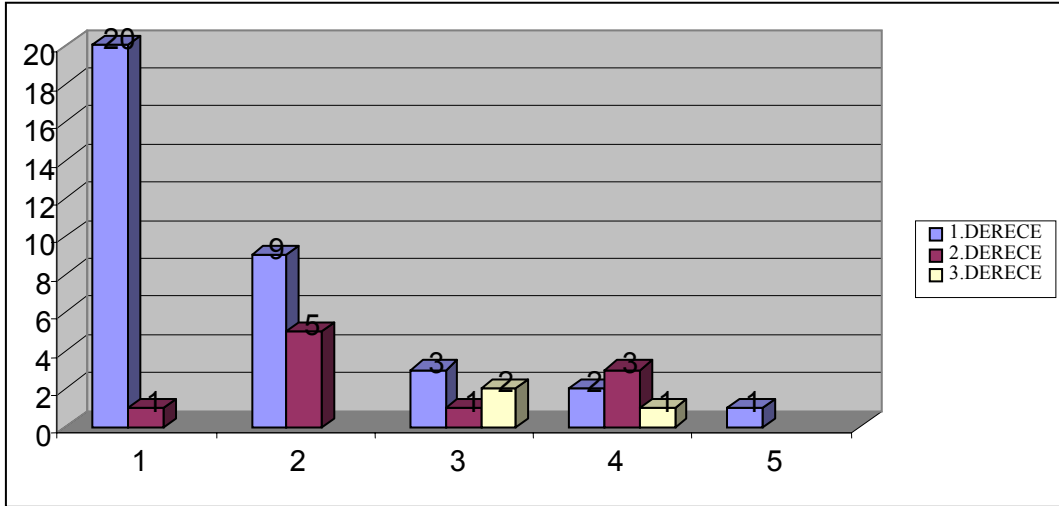
**Tablo:IV.12. İşletmelerin Kredi Kullanırken Karşılaştığı Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE		5. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Teminat gösterme zorunluluğu	20	50	1	2,5						
Bürokratik işlemlerin fazlalığı	9	22,5	5	12,5						
Verilen kredi miktarının azlığı	3	7,5	1	2,5	2	5	1	2,5		
Kredi vadelerinin kısalığı	2	5	3	7,5	1	2,5	1	2,5		
Diğer	1	2,5							1	2,5
Cevap verilmeyen	5	12,5	30	75	37	92,5	38	95		
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100	40	100

İşletmelerin kredi kullanırken karşılaştığı sorunların belirlenmesine yönelik olarak sorulan bu soruya, işletmelerin %50'si teminat gösterme zorunluluğunu, %22,5'i bürokratik işlemlerin fazlalığını, %7,5'i verilen kredi vadelerinin kısalığını ve %2,5'i diğer sorunları yaşadıklarını belirtmişlerdir. İşletmelerin %12,5'i bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır.

Burada en önemli sorun olarak karşımıza (%50) teminat gösterme zorunluluğu çıkmaktadır. Bu durum bankaların KOBİ'lerle ilgili çekincelerinin olduğunu ve bu yüzden verdikleri krediyi güvence altına almak istediklerini göstermektedir. Şu durumda teminat gösteremeyen KOBİ'ler bankaların kredi imkânlarından yararlanamamaktadır.

**Grafik:IV.12.İşletmelerin Kredi Kullanırken Karşılaştığı Sorunlar**



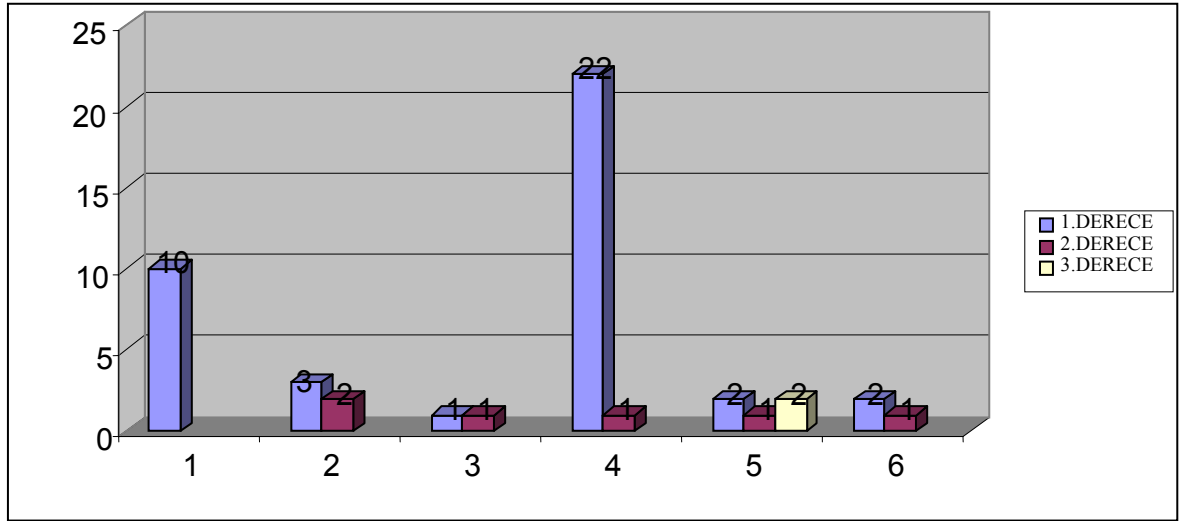
**Tablo:IV.13. İşletmelerin Üretimde Yaşadığı Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Problem yaşamıyoruz	10	25				
Üretim teknolojisinin eski olması	3	7,5	2	5		
Üretimde istenen kalite standartlarını karşılayamama	1	2,5	1	2,5		
Kalifiye eleman yetersizliği	22	55	1	2,5		
Üretim kapasitesinin yetersizliği	2	5	1	2,5	2	5
Diğer	2	5	1	2,5		
Cevap Vermeyen			34	85	38	95
Toplam	40	100	40	100	40	100

İşletmelerin üretimde yaşadığı sorunların belirlenmesine yönelik sorulan bu soruya, ankete katılan işletmelerin %55'i kalifiye eleman yetersizliği, %7,5'i üretim teknolojisinin eski olması, %5'i üretim kapasitesinin yetersiz olması, %5'i diğer nedenlerden, %2,5'i üretimde istenen kalite standardını karşılayamama nedeni ile sorun yaşadıklarını, %25'i de bu konuda problem yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler genelde emek yoğun olduklarından kalifiye eleman büyük önem arz etmektedir. Tabloda da üretim alanında yaşanan sorunlarda birinci sırada (%55) kalifiye eleman yetersizliği olduğu görülmektedir. Hem kalifiye eleman yetersizliği hem de kalifiye elemanların yüksek ücret istemesi KOBİ'ler için bu sorunu derinleştirmektedir. Ayrıca "diğer" şıkkını işaretleyen işletmeler, yüksek ücret ödemeyi kabul etmelerine rağmen bölgeye kalifiye elemanların gelmek istemediklerini belirtmişlerdir.

**Grafik:IV.13. İşletmelerin Üretimde Yaşadığı Sorunlar**



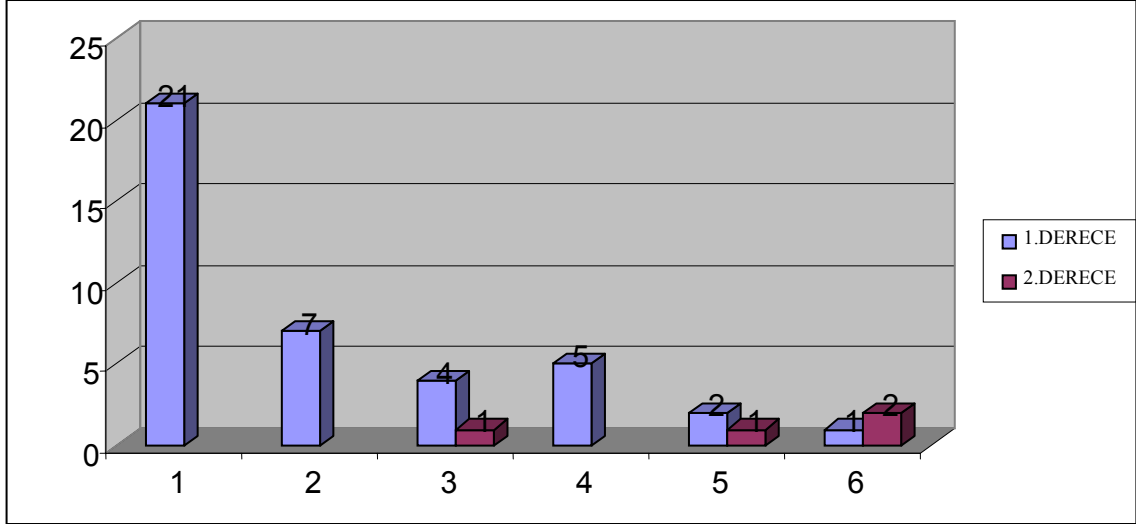
**Tablo:IV.14: İşletmelerin Girdi Temininde Yaşadığı Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Problem yaşamıyoruz	21	52,5		
Yerli ve ithal hammadde yetersizlikleri	7	17,5		
Hammadde tedarik süresinin uzun olması	4	10	1	2,5
Stoklamada karşılaşılan güçlükler	5	12,5		
Teslimatta yaşanan sorunlar	2	5	1	2,5
Diğer	1	2,5	2	5
Cevap vermeyen			36	90
Toplam	40	100	40	100

İşletmelerin girdi temininde yaşadıkları sorunlar için, %17,5'i yerli ve ithal hammadde yetersizlikleri, %12,5'i stoklamada karşılaşılan güçlükler, %10'u hammadde

tedarik süresinin uzun olması %5'i teslimatta yaşanan sorunlar, %2,5'i diğer nedenlerden sorun yaşadıklarını, %52,5'i ise bu konularda problem yaşamadıklarını belirtmiştir.

**Grafik:IV.14. İşletmelerin Girdi Temininde Yaşadığı Sorunlar**



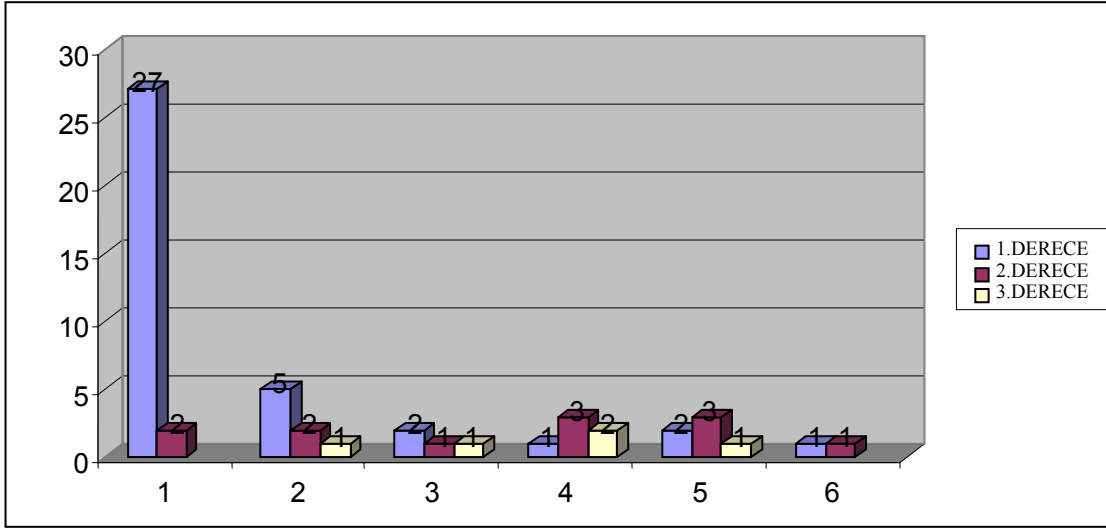
**Tablo:VI.15. İşletmelerin Pazarlama Alanındaki Çalışmaları**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE		5. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Piyasa araştırması	27	67,5	2	5						
Ürün çeşitlendirme	5	12,5	2	5	1	2,5				
Reklam	2	5	1	2,5	1	2,5	2	5		
Fuarlara katılım	1	2,5	3	7,5	2	5				
Satış sonrası hizmetler	2	5	3	7,5	1	2,5			2	5
Diğer	1	2,5	1	2,5						
Cevap vermeyen	1	2,5	28	70	35	87,5				
İhtiyaç yok	1	2,5								
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100	40	100



Tabloda işletmelerin %67,5'i piyasa araştırması, %12,5', ürün çeşitlendirme, %5'i reklâm, %5'i satış sonrası hizmetler, %2,5'i fuarlara katılım, %2,5'i diğeri işaretlemiştir. %2,5', soruyu yanıtızs bırakmıştır. %2,5'i sanayi kolundan dolayı buna ihtiyaç olmadığını belirtmiştir.

**Grafik:VI.15. İşletmelerin Pazarlama Alanındaki Çalışmaları**

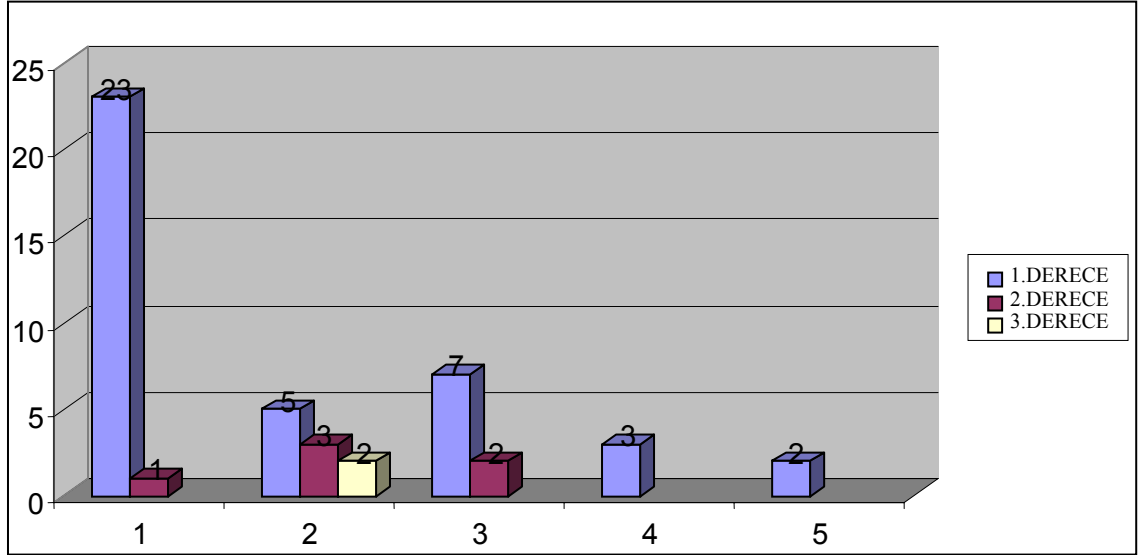


**Tablo:VI.16. İşletmelerin Kullandığı Satış Kanalları**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE		5. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Kendimiz direkt satıyoruz	23	57,5	1	2,5					1	2,5
Pazarlamacılar vasıtasıyla	5	12,5	3	7,5	2	5				
Toptancılar vasıtasıyla	7	17,5	2	5						
Satış acenteleri vasıtasıyla	3	7,5					2	5		
Diğer	2	5								
Cevap vermeyen			6	15	38	95	38	95	39	97,5
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100	40	100

Ankete katılan işletmelerin %57,5'i ürettikleri ürünleri satmak için, kendileri direkt satarak, %17,5'i toptancılar vasıtasıyla, %7,5'i pazarlamacılar vasıtasıyla, %5'i diğer satış kanallarını kullanmaktadır.

**Grafik:IV.16. İşletmelerin Kullandığı Satış Kanalları**

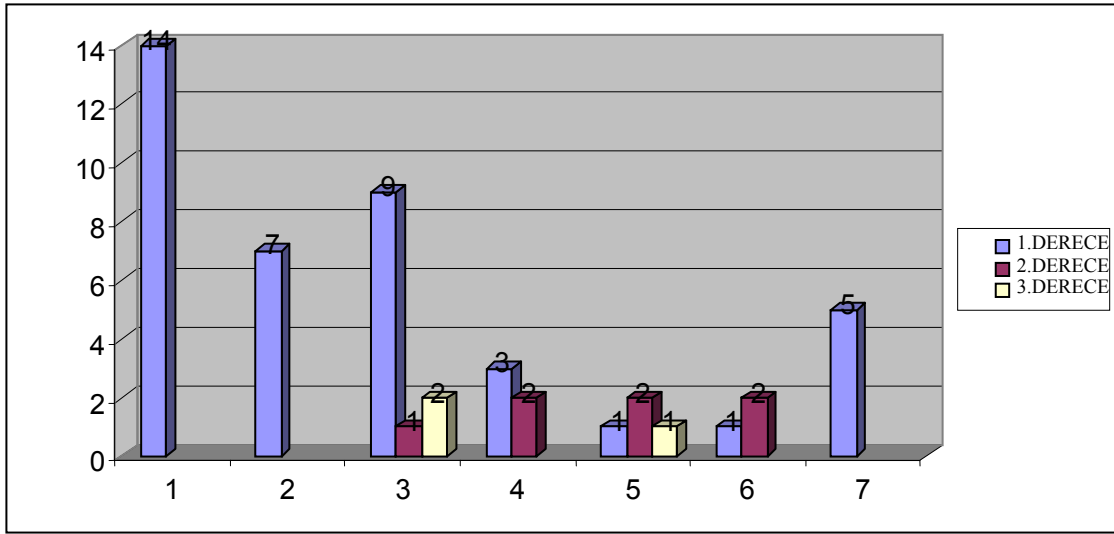


**Tablo:IV.17. İşletmelerin Pazarlama İle İlgili Sorunları**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Sorun yaşamıyoruz	14	35						
Müşteri istek ve ihtiyaçları yönünde ürün geliştirmek	7	17,5						
Fiyat ile ilgili sorunlar	9	22,5	1	2,5	2	5		
Talep yetersizliği	3	7,5	2	5				
Geleceğe yönelik sağlıklı satış tahminleri yapamamak	1	2,5	2	5	1	2,5	2	5
Dağıtım kanalında karşılaşılan sorunlar	1	2,5	2	5				
Diğer	5	12,5						
Cevap vermeyen			33	82,5	37	92,5	38	95
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100

İşletmelerin %35'i sorun yaşamadıklarını, %22,5'i fiyat ile ilgili sorunlar, %17,5'i müşteri istek ve ihtiyaçları yönünde ürün geliştiremediklerini, %12,5'i diğer sorunları olduğunu %7,5'i talep yetersizliği olduğunu, %2,5'i geleceğe yönelik sağlıklı satış tahminleri yapamadıklarını, %2,5'i dağıtım kanalında sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Pazarlamada karşılaşılan sorunlar işletmeler için çok büyük olumsuzluk arz etmesine rağmen işletmelerin önemli bir kısmı (%35) bu konuda sorun yaşamadıklarını belirtmiştir. Bu da aslında küçük ve orta ölçekli işletmelerin pazar hedeflerinin çok büyük olmadığını, büyük oranda yerel pazarlara hitap ettiklerini göstermektedir. Ulusal pazarlara bile ulaşamayan bu işletmelerin dünya pazarlarına ulaşma ve yerellikten kurtulma girişim ve isteklerinin yetersiz kaldığını söyleyebiliriz.

**Grafik:IV.17. İşletmelerin Pazarlama İle İlgili Sorunları**

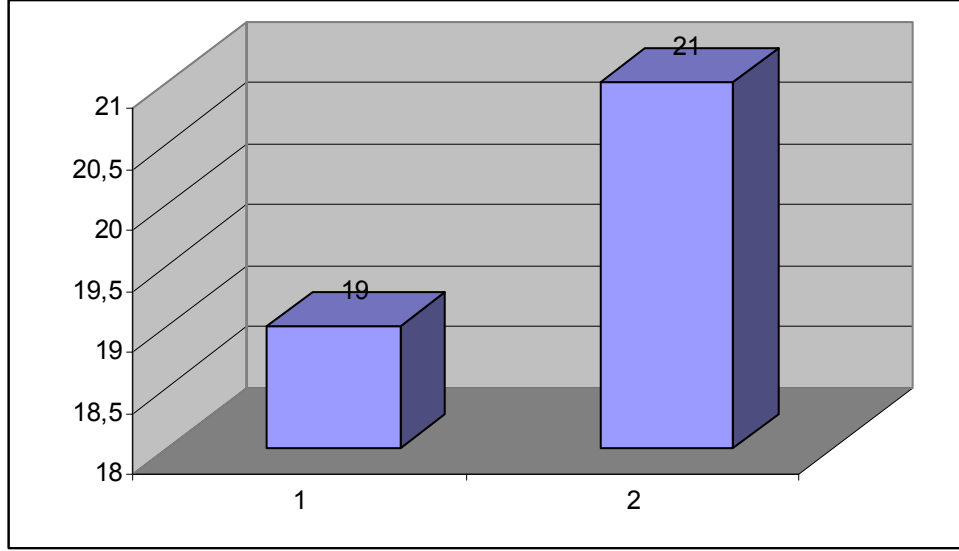


**Tablo:IV.18. İşletmelerin Çalışanları Arasındaki Akrabalık Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
Çalışanlar arasında akrabalık var	19	47,5
Çalışanlar arasında akrabalık yok	21	52,5
Toplam	40	100

İşletmelerin %52,5'i akrabalık bağı olmadığını, %47,5'i akrabalık bağının olduğunu belirtmiştir. Akrabalık bağı olanlar da birinci dereceden (kardeş vs.) akraba olduklarını belirtmiştir.

**Grafik:IV.18.İşletmelerin Çalışanları Arasındaki Akrabalık Durumu**

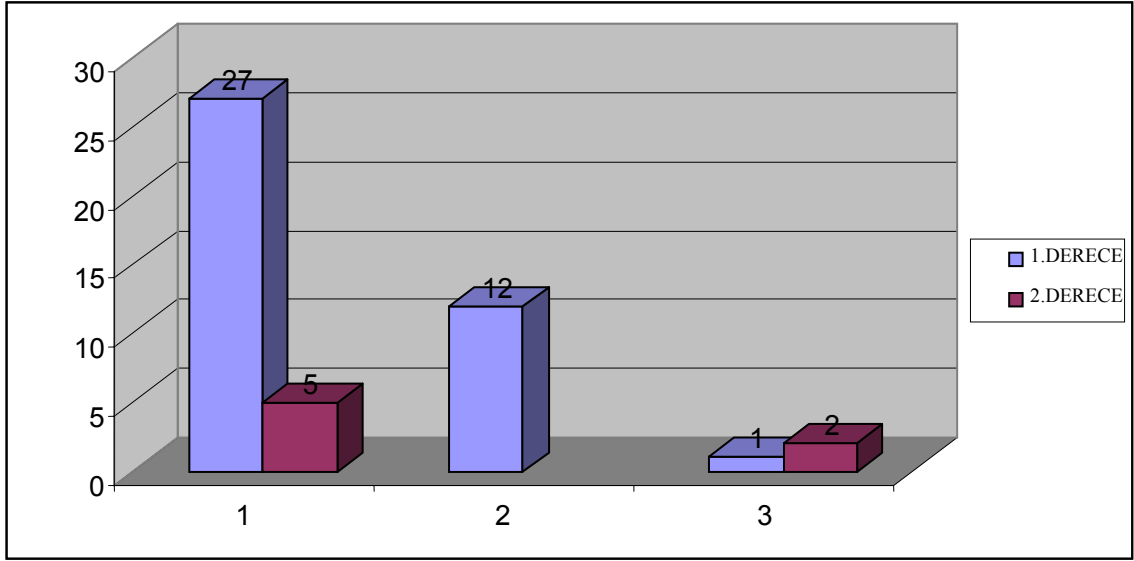


**Tablo:IV.19. İşletmeye Eleman Temini Şekilleri**

	1. DERECE		2. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Kişisel başvuruları değerlendirerek	27	67,5	5	12,5
Tavsiye üzerine	12	30		
İş kurumu	1	2,5	2	5
Cevap vermeyen			33	82,5
Toplam	40	100	40	100

Tablo, ankete katılan işletmelerin %67,5'inin kişisel başvuruları değerlendirerek, %30'unun tavsiye üzerine, %2,5'inin iş kurumundan eleman temin ettiklerini göstermektedir. Kişisel başvurular en büyük orana (67,5) sahipken, iş kurumundan temin çok düşük (2,5) düzeyde kalmaktadır.

**Grafik:VI.19. İşletmeye Eleman Temini Şekiller**



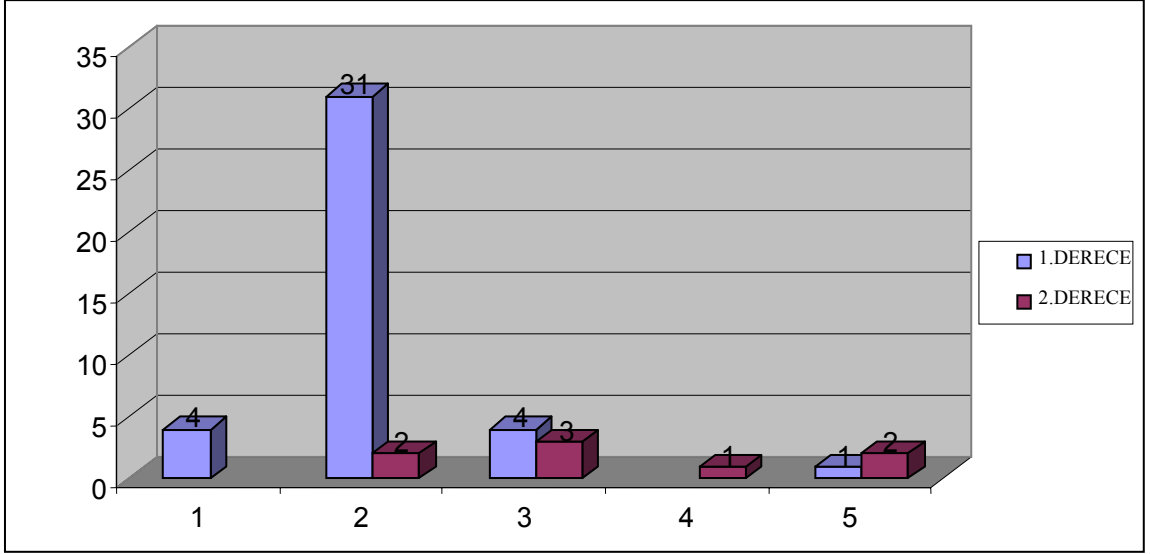
**Tablo:IV.20. İşletmelerin Eleman Temininde Karşılaştığı Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Problem yaşamıyoruz	4	10		
Nitelikli eleman bulunamaması	31	77,5	2	5
Nitelikli elemanların yüksek ücret istemesi	4	10	3	7,5
İşletmede yetişen nitelikli elemanların büyük işletmelere geçmek istemesi			1	2,5
Diğer	1	2,5	2	5
Cevap vermeyen			32	80
Toplam	40	100	40	100

Eleman temininde karşılaşılan birinci derecede öneme sahip %77,5'lik bir oran ile nitelikli eleman bulunamaması sorunudur. %10'u nitelikli elemanların yüksek ücret istediğini, %10'u bu konuda problem yaşamadıklarını ve %2,5 diğer şıkkını işaretlemiştir.

%77,5'lik kesim nitelikli eleman bulmadığını belirtirken, %10'luk kesim nitelikli elemanların yüksek ücret istediklerini neden olarak göstermiştir. Bu da esas meselenin aslında ücretle çok da ilgili olmadığını temel sorunun nitelikli eleman bulunamamasıyla ilgili olduğunu göstermektedir.

**Grafik:IV.20. İşletmelerin Eleman Temininde Karşılaştığı Sorunlar**

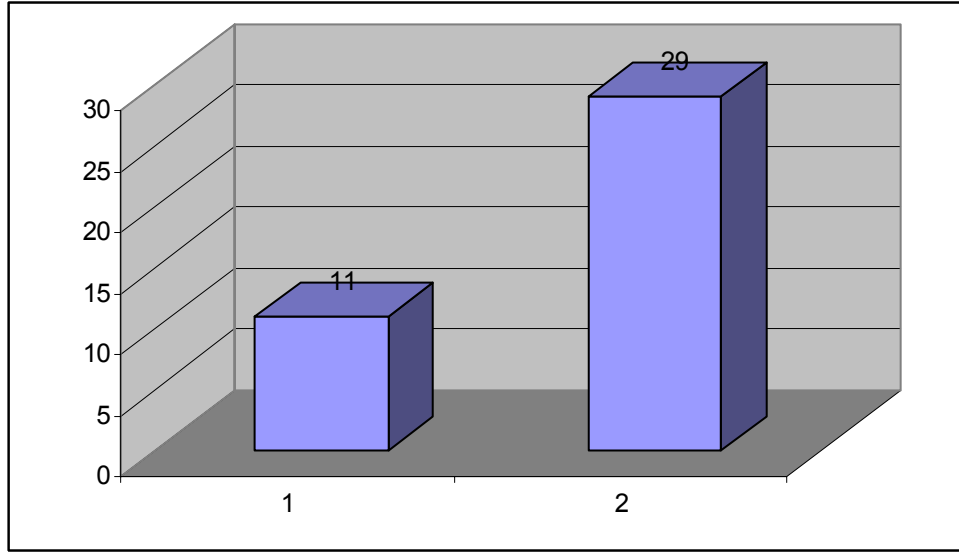


**Tablo:IV.21. İşletmeyle İlgili Danışmanlık Hizmeti Alma Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
İşletmeyle ilgili danışmanlık hizmeti alıyorum	11	27,5
İşletmeyle ilgili danışmanlık hizmeti almıyorum	29	72,5
Toplam	40	100

Bu soruya işletmelerin %72,5 gibi büyük bir kesimi danışmanlık hizmeti almadıklarını, %27,5'lik kesim danışmanlık hizmeti aldıklarını belirtmişlerdir. Danışmanlık hizmeti alan kesimin çok küçük olduğu görülmektedir.

**Grafik:IV.21. İşletmeyle İlgili Danışmanlık Hizmeti Alma Durumu**

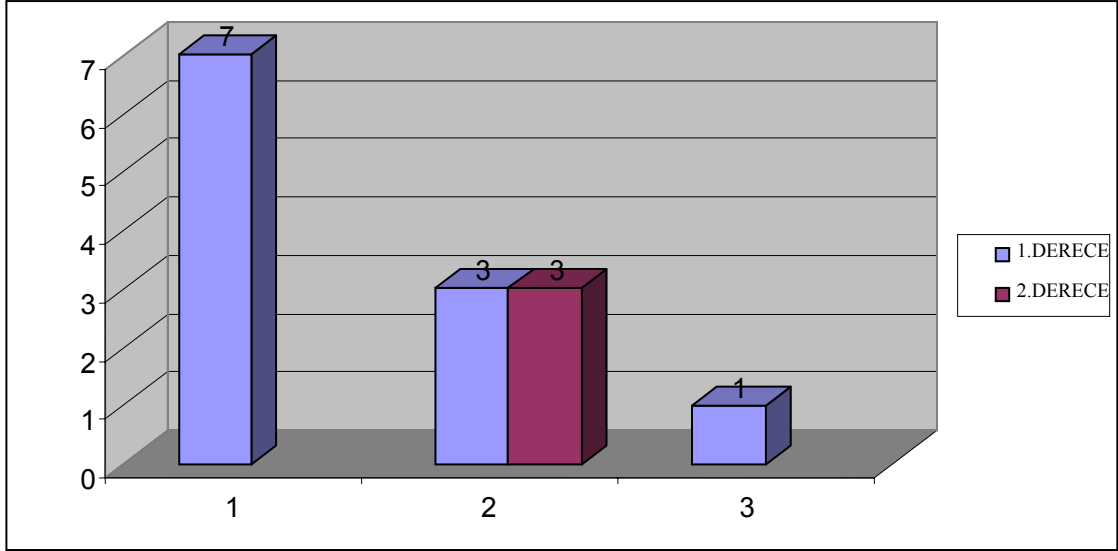


**Tablo:IV.22. Danışmanlık Hizmetinin Alındığı Kuruluşlar**

	1. DERECE		2. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı	7	17,5		
Milli Prodüktivite Merkezi	3	7,5	3	7,5
Diğer	1	2,5		
Cevap vermeyen	29	72,5	37	92,5
Toplam	40	100	40	100

İşletmelerin %17,5'i KOSGEB, %7,5'i, %2,5'i de diğer kuruluşlardan danışmanlık hizmeti aldıklarını belirtmişlerdir. "Diğer" şıkkını işaretleyenler hangi kuruluşlardan danışmanlık hizmeti aldıklarını belirtmemişlerdir.

**Grafik:IV.22. Danışmanlık Hizmetinin Alındığı Kuruluşlar**



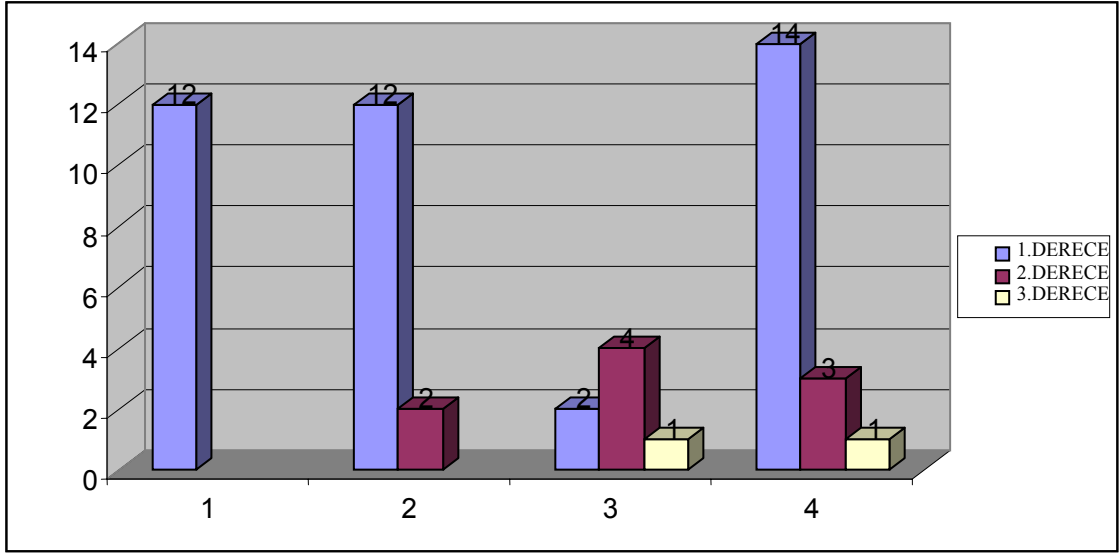
**Tablo:IV.23: İşletmelerin Yaşadığı Bürokratik Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Sorun yaşamıyoruz	12	30				
Aşırı zaman kaybı	12	30	2	5		
Kırtasiyecilik	2	5	4	10	1	2,5
Vergi, resim ve harçlarla ilgili sorunlar	14	35	3	7,5	1	2,5
Cevap Vermeyen			31	77,5	38	95
Toplam	40	100	40	100	40	100



Yaşanan yasal ve bürokratik sorunların belirlenmesine ilişkin sorulan bu soruya işletmelerin %35'i vergi, resim ve harçlarla ilgili sorunlar, %30'u aşırı zaman kaybı, %5'lik kesim ise sorunlarını kırtasiyecilik olarak belirtmişlerdir. %30'unun ise sorun yaşamadıkları görülmektedir.

**Grafik:IV.23: İşletmelerin Yaşadığı Bürokratik Sorunlar**

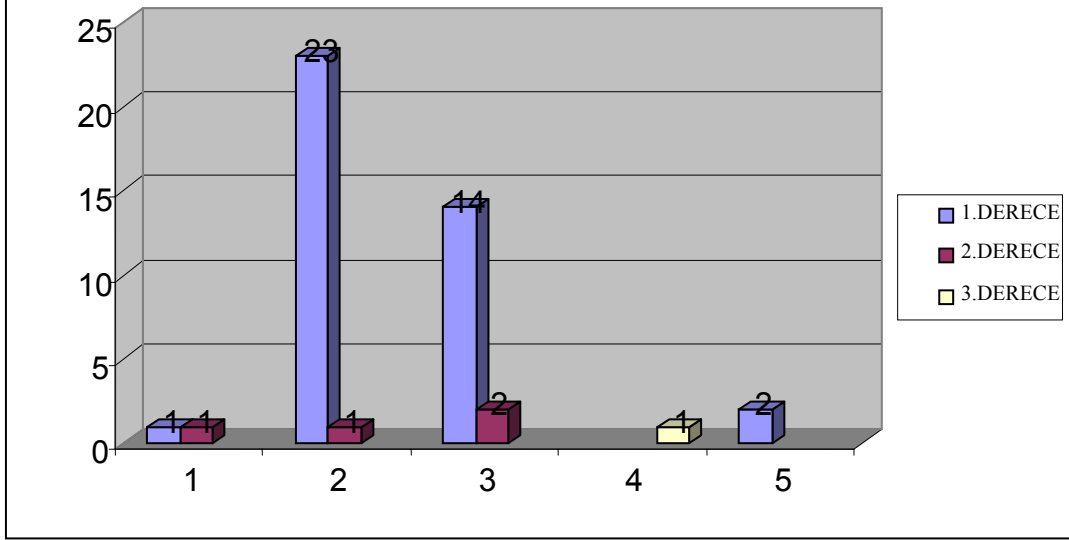


**Tablo:IV.24. İşletmelerin Faaliyette Bulunduğu Sektördeki Rakipleri**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Çok uluslu işletmeler	1	2,5	1	2,5		
Yurt içi büyük işletmeler	23	57,5	1	2,5		
Yurt içi küçük ve orta ölçekli işletmeler	14	35	2	5		
Yurt dışı büyük işletmeler					1	2,5
Diğer	2	5				
Cevap Vermeyen			36	90	39	97,5
Toplam	40	100	40	100	40	100

Ankete katılan işletmelerin, %57,5'i rakiplerinin yurt içi büyük işletmeler, %35'i yurt dışı büyük işletmeler, %5'i rakip olarak diğer şıkkını işaretlemişlerdir.

**Grafik:IV.24.İşletmelerin Faaliyette Bulunduğu Sektördeki Rakipleri**

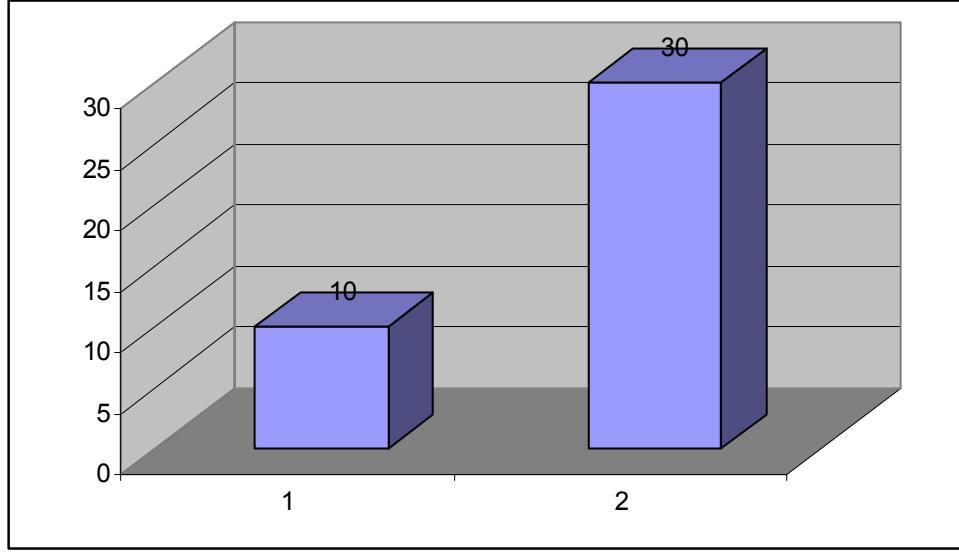


**Tablo:IV.25. İhracat Yapılma Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
İhracat yapıyorum	10	25
İhracat yapmıyorum	30	75
Toplam	40	100

İşletmelerin %75'inin ihracat yapmadığı, %25'inin ihracat yaptığı görülmektedir.

**Grafik:IV.25. İhracat Yapılma Durumu**

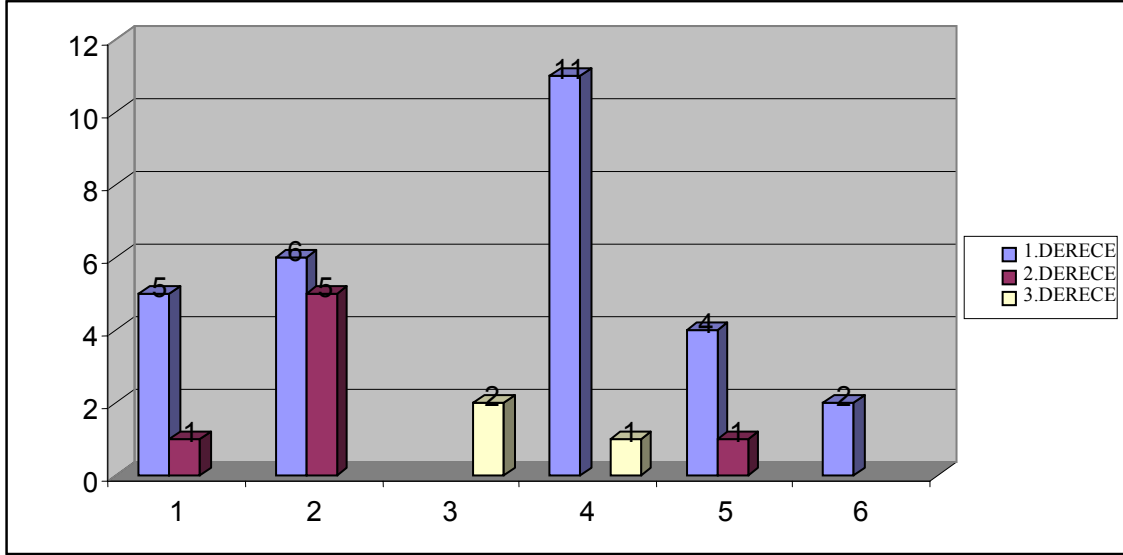


**Tablo:IV.26.İşletmelerin İhracat Yapmama Nedenleri**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE		5. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
İşletme koşullarının uygun olmaması	5	12,5	1	2,5						
Piyasadaki rekabet koşulları	6	15	5	12,5						
İstenilen kalitede üretim yapamama					2	5				
Mali ve teknik yetersizlikler	11	27,5			1	2,5				
Dış piyasa konusundaki bilgi eksikliği	4	10	1	2,5			2	5	2	5
Diğer	2	5					1	2,5		
Cevap vermeyen	12	30	33	82,5	37	92,5	37	92,5	38	95
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100	40	100

İhracat yapmayan işletmeler, ihracat yapmama nedeni olarak, %27,5'i mali ve teknik yetersizlikleri, %15'i piyasadaki rekabet koşullarını, %12,5'i işletme koşullarının uygun olmamasını, %10'u dış piyasalar hakkındaki bilgi eksikliğini ve %5'i diğer sorunları göstermiştir. İşletmelerin %5'i bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

**Grafik:IV.26.İşletmelerin İhracat Yapmama Nedenleri**

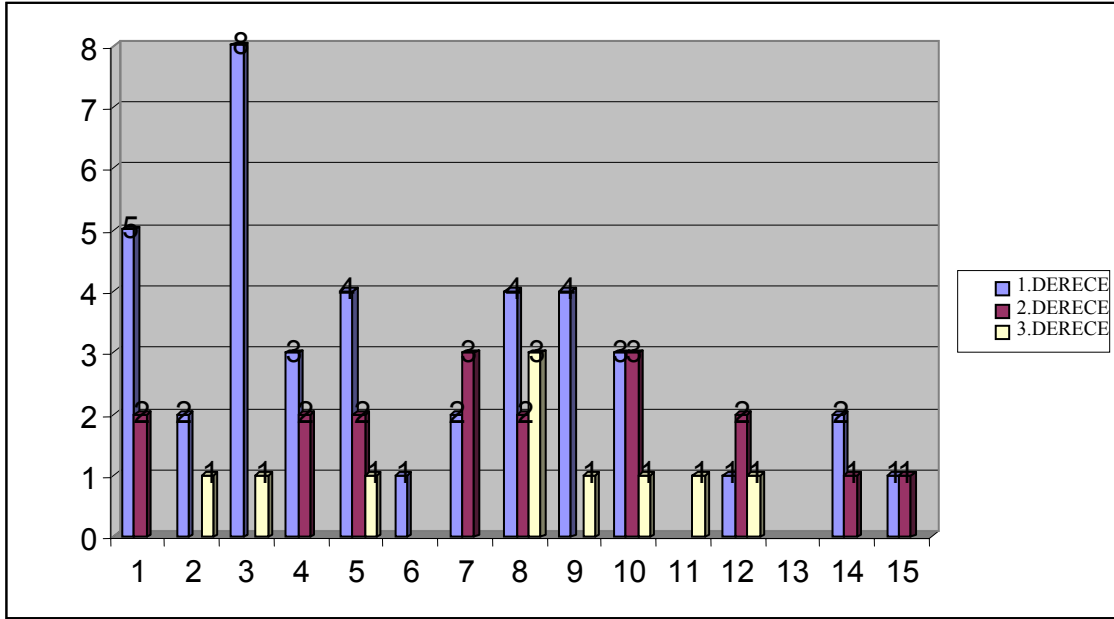


**Tablo:IV.27.Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme İçi Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE		5. DERECE	
	IKLIK	ÜZDE	IKLIK	YÜZDE	IKLIK	ÜZDE	IKLIK	ÜZDE	IKLIK	ÜZDE
Örgütün yapısal sorunları	5	12,5	2	5						
Yönetimde ihtisaslaşmanın olmaması	2	5			1	2,5				
İşletmenin yönetim ve organizasyon sorunları	8	20			1	2,5				
Yetersiz planlama	3	7,5	2	5						
Teknik bilgilerden yoksunluk	4	10	2	5	1	2,5			1	2,5
Talepte meydana gelebilecek değişiklikleri önceden tahmin edememe	1	2,5								
İletişim sorunları	2	5	3	7,5			1	2,5		
Kalifiye yönetici kadrosundan yoksunluk	4	10	2	5	3	7,5			2	5
İyi bir satış organizasyonuna sahip olamama	4	10			1	2,5	1	2,5		
Yöneticilerin yeni gelişmeleri ayak uyduramaması	3	7,5	3	7,5	1	2,5	1	2,5		
Firma içi kontrol sisteminin yetersizliği					1	2,5				
Verimli bir üretim programı ortaya koyamama	1	2,5	2	5	1	2,5	1	2,5		
Etkin bir muhasebe ve kayıt sistemine sahip olamama							1	2,5		
Standardizasyon, kalite kontrolü, teknoloji seçimindeki bilgisizlik	2	5	1	2,5						
Diğer	1	2,5	1	2,5						
Cevap vermeyen			22	55	30	75	35	87,5	37	92,5
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100	40	100

KOBİ'lerin uluslar arası pazarlarda karşılaşılabileceği işletme içi nedenlerden kaynaklanan temel sorunların önem derecesine göre sıralama yapması istenen işletmelerin, bu soruya; %20'si işletmenin yönetim ve organizasyon sorunlarını, %12,5'i örgütün yapısal sorunlarını, %10'u teknik bilgilerden yoksunluğunu, %10'u kalifiye yönetici kadrosundan yoksunluğu, %10'u iyi bir satış organizasyonuna sahip olmamayı, %7,5'i yetersiz planlamayı, %7,5'i yöneticilerin yeni gelişmelere ayak uyduramamasını, %5'i yönetimde ihtisaslaşmanın olmamasını, %5'i standardizasyon, kalite kontrolü, teknoloji seçimindeki bilgisizliği, %5'i iletişim sorunlarını, %2,5'i talepte meydana gelebilecek değişiklikleri önceden tahmin edememeyi, %2,5'i verimli bir üretim programı ortaya koyamamayı, %2,5'i de diğer sorunları yaşadıklarını belirtmiştir.

**Grafik:IV.27. Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşılabileceği İşletme İçi Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları**

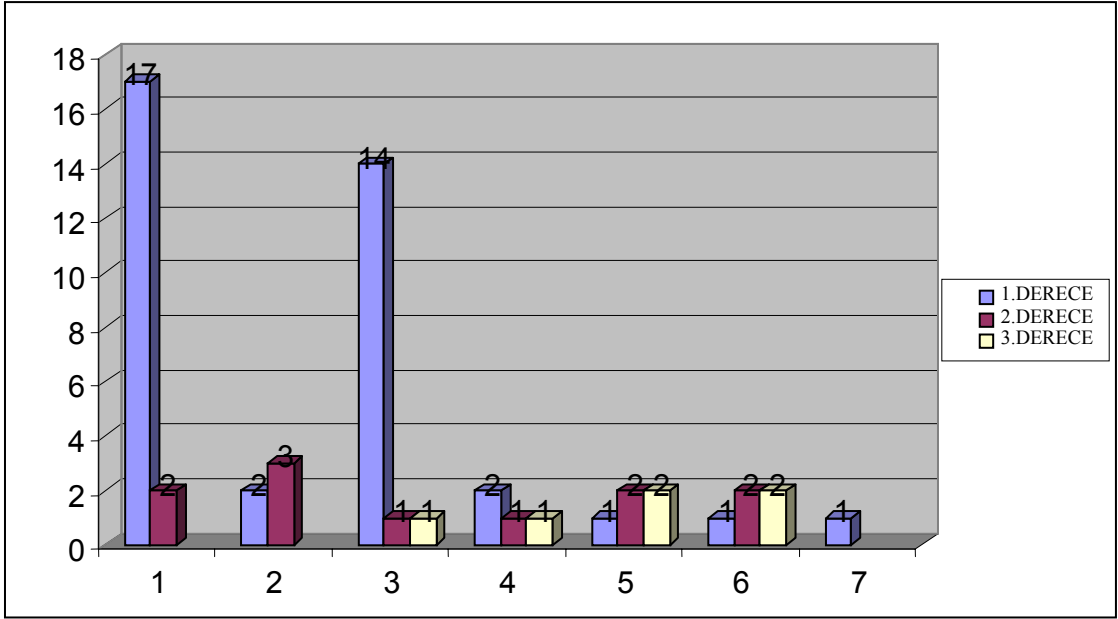


**Tablo:IV.28.Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme Dışı Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Ekonomik Çevre	17	42,5	2	5				
Toplumsal ve Kültürel Çevre	2	5	3	7,5				
Teknolojik Değişimler	14	35	1	2,5	1	2,5		
Hukuki ve Politik Çevre	2	5	1	2,5	1	2,5		
Rakiplerin Yeni Politikaları	1	2,5	2	5	2	5		
Uluslar Arası Gelişmeler	1	2,5	2	5	2	5	1	2,5
Diğer	1	2,5						
Cevap vermeyen	2	5	29		34	85	39	97,5
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100

KOBİ'lerin uluslar arası pazarlarda karşılaşılabileceği işletme dışı nedenlerden kaynaklanan temel sorunların belirlenmesine yönelik sorulan bu soruya, işletmelerin %42,5'i ekonomik çevre, %35'i teknolojik değişimler, %5'i toplumsal ve kültürel çevre, %5'i hukuki ve politik çevre, %2,5'i rakiplerin yeni politikaları, %2,5'i uluslar arası gelişmeler, %2,5'i diğer sorunları belirtmiştir. %5'i bu konuda sorun yaşamadığını belirtmiştir.

**Grafik:IV.28.Kobi'lerin Uluslar Arası Alanlarda Karşılaşabileceği İşletme İçi Nedenlerden Kaynaklanan Temel Sorunları**



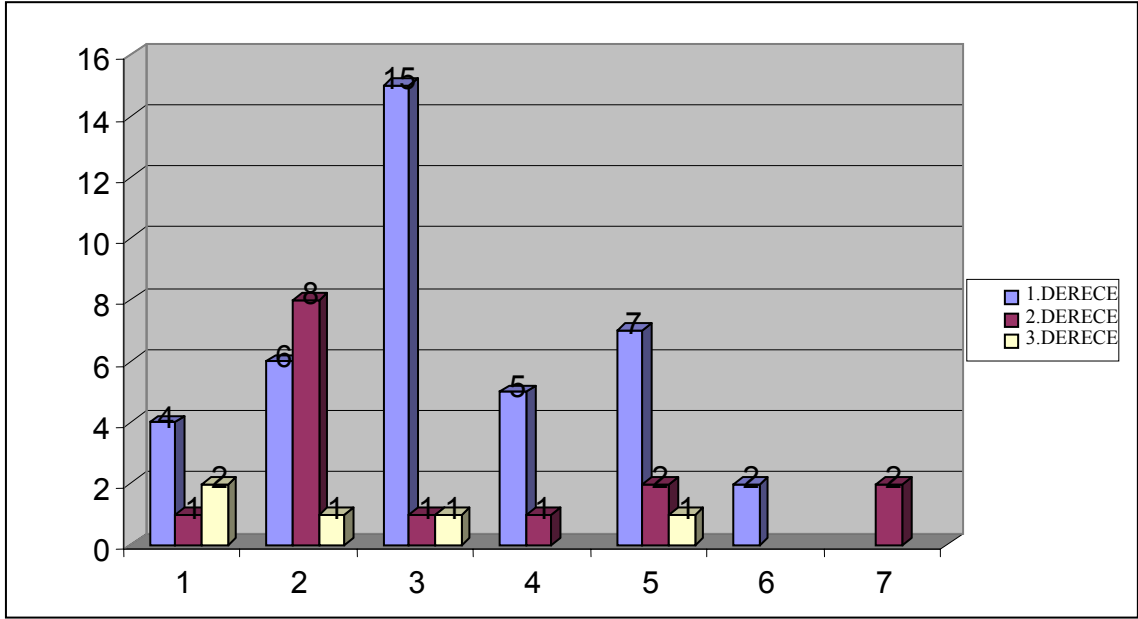
**Tablo:IV.29.İhracat Yaparken Karşılaşılan\Karşılaşılabilecek Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Sosyal yapıdan kaynaklanan farklılıklar	4	10	1	2,5	2	5
Dış piyasalar hakkındaki bilgi eksikliği	6	15	8	20	1	2,5
Bürokratik engeller ve mevzuat sorunları	15	37,5	1	2,5	1	2,5
Büyük siparişleri karşılayabilecek kapasiteye sahip olamama	5	12,5	1	2,5		
İhracat için gerekli yönetici ve kalifiye eleman kadrosuna sahip olamama	7	17,5	2	5	1	2,5
İhracat kredilerinden yararlanamama	2	5				
Diğer			2	5		
Cevap vermeyen	1	2,5	25	62,5	35	87,5
Toplam	40	100	40	100	40	100



Tabloda işletmelerin %37,5'i bürokratik engeller ve mevzuat sorunlarını, %17,5'i ihracat için gerekli yönetici ve kalifiye eleman kadrosuna sahip olamamayı, %15'i dış piyasalar hakkındaki bilgi eksikliğini, %12,5'i büyük siparişleri karşılayabilecek kapasiteye sahip olamamayı, %10'u sosyal yapıdan kaynaklanan farklılıkları, %5'i ihracat kredilerinden yararlanmamayı karşılaşılan/ karşılaşılabilecek problemlerin nedeni olarak göstermiştir. %2,5'i ihracat gerek duymadıklarını belirtmiştir.

**Grafik:IV.29.İhracat Yaparken Karşılaşılan\Karşılaşılabilecek Sorunlar**

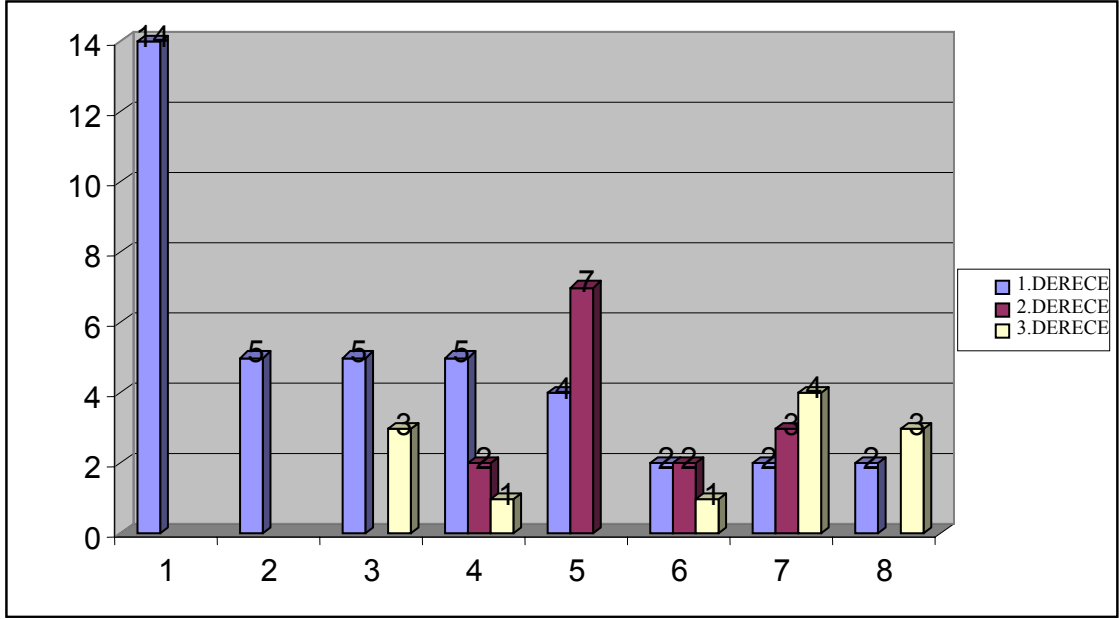


**Tablo:IV.30. İşletmelerin Gümrük Birliği Ortamında Karşılaştığı Sorunlar**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE		4. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Gümrük Birliği'nin etkisi yoktur	14	35						
Fiyat ve kalitenin artması	5	12,5						
Pazar bulmanın güçleşmesi	5	12,5			3	7,5		
Finansman sıkıntısı	5	12,5	2	5	1	2,5		
Nitelikli eleman sıkıntısı	4	10	7	17,5			1	2,5
Maliyetlerin artması	2	5	2	5	1	2,5		
GB'ne uyumda devlet desteğinin yetersizliği	2	5	3	7,5	4	10		
Döviz kuru sorunları	2	5			3	7,5		
Cevap vermeyen	1	2,5	26	65	28	70	39	97,5
Toplam	40	100	40	100	40	100	40	100

İşletmelerin %35'i GB'nin etkisinin olmadığını düşünmekte, %12,5'i fiyat ve kalitenin artmasını, %12,5'i finansman sıkıntısını, %12,5'i Pazar bulmanın güçleşmesini, %10'u nitelikli eleman sıkıntısını, %5'i maliyetlerin artmasını, %5'i GB'ne uymada devlet desteğinin yetersizliğini ve %5'i de döviz kuru sorunlarını göstermiştir.

**Grafik:IV.30.İşletmelerin Gümrük Birliği Ortamında Karşılaştığı Sorunlar**

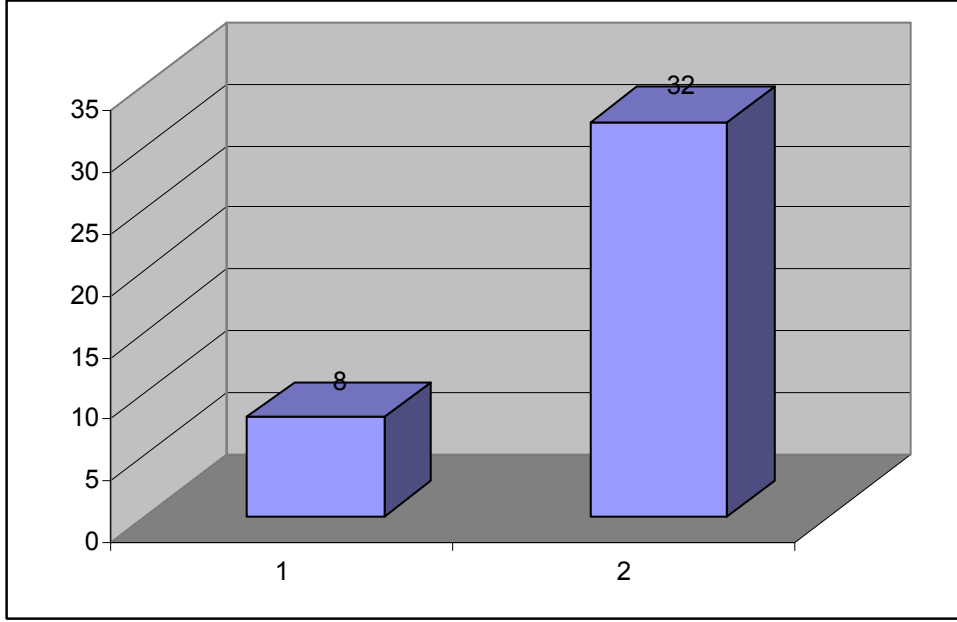


**Tablo:IV.31.İşletmelerin İhracat Teşviklerinden Faydalanma Durumu**

	SIKLIK	YÜZDE
İhracat teşviklerinden faydalaniyorum	8	20
İhracat teşviklerinden faydalanmıyorum	32	80
Toplam	40	100

İşletmelerin %80'i ihracat teşviklerinden yararlanmadıklarını, %20'si yararlandıklarını belirtmiştir.

**Grafik:IV.31.İşletmelerin İhracat Teşviklerinden Faydalanma Durumu**

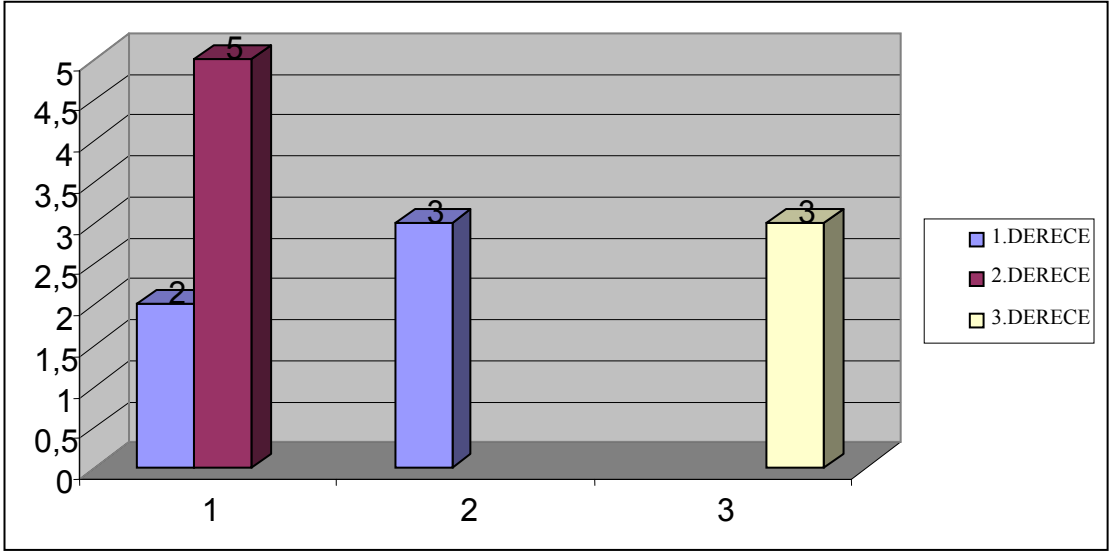


**Tablo:IV.32. İşletmelerin Faydalandığı İhracat Teşvikleri**

	1. DERECE		2. DERECE		3. DERECE	
	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE	SIKLIK	YÜZDE
Gümrük vergisi, diğer vergi (KDV, Damga Vergisi, BSMV) ve fon muafiyeti	2	5	3	7,5		
İhracat sayılan satış ve teslimlerle ilgili muafiyetli ithalat	5	12,5				
Eşdeğer eşya kullanım imkânı					3	7,5
Cevap vermeyen	33	82,5	37	92,5	37	92,5
Toplam	40	100	40	100	40	100

Tabloda işletmelerin %17,5'i ihracat sayılan satış ve teslimlerle ilgili muafiyetli ithalat, %2,5'i Gümrük Vergisi, diğer vergi (KDV, Damga Vergisi ...) ve fon muafiyetini işaretlemiştir.

**Grafik:IV.32. İşletmelerin Faydalandığı İhracat Teşvikleri**



## IV. SONUÇ

Dünyadaki küreselleşme ve bölgeselleşme eğilimi, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'ni gerçekleştirmesi gibi nedenler, Türkiye'deki işletmeleri dünya pazarlarına açılmayı dayatan koşulları hazırlamış, onları yerel pazarlara hitap eden işletme olmaktan çıkarıp dünya pazarlarına hitap etmeye zorlamıştır.

Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmelerin pek çok sorunla karşı karşıya olduğu bilinen bir gerçektir. KOBİ'lerin karşılaştığı sorunlar genelde benzerlik göstermekle beraber, sorunların derinine inildiğinde sorunlar ve sorunların kaynağında farklılıklar görülmektedir. Bu farklılık, büyük ölçüde işletmelerin faaliyette bulunduğu sosyal, ekonomik ve fiziki çevreden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden işletmeler, farklı sorunlardan farklı oranda etkilenebilmektedir. Örneğin, pazara veya hammaddeye uzak işletmelerin pazar veya üretim durumu ve bunun sonuçları başka bir coğrafyada faaliyette bulunan bir işletmeden farklı oranda etkilenecektir. Bu farklılıkların ortaya konarak çözüm geliştirilmesi, doğru yere doğru kaynakların ulaştırılmasının hem KOBİ'ler hem de Türkiye ekonomisi için çok önemli faydalar sağlayacağı bir gerçektir.

Batman ve Diyarbakır'da faaliyette bulunan küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin karşılaştığı ihracat sorunlarının belirlenmesine yönelik olarak yapılan bu çalışmadan çeşitli sonuçlar çıkarılmıştır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin bir niteliği de işletme sahiplerinin eğitim düzeylerinin yüksek olmasıdır. Bilgi toplumunun bir sonucu olarak eğitilmiş bireylerin kendi işlerini kurmak istemeleri küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısını arttıran önemli bir sebeptir. Ancak ankete konu olan KOBİ'ler için aynı şeyi söylemek pek mümkün değildir. Tablo 6'da görüldüğü üzere eğitim düzeyi büyük oranda (%20) ilköğretim, (%45) lise ve (%5) meslek lisesinden oluşmaktadır. (%17,5) Üniversite ve (%7,5) Üniversite (Yüksek lisans\Doktora) derecesinde eğitim alanlar daha düşük düzeylerde kalmaktadır.

Eğitim seviyesinin düşük düzeyde olması işletme ile ilgili doğru kararlar verebilmeyi engellemekte sorunların üstesinden gelmeyi zorlaştırmaktadır. İşletmelerin geleceği açısından bu sorunların aşılabilmesi için KOBİ'lerle ilgili kuruluşların KOBİ

yöneticilerine yöneticilik vasfı kazanma ve modern işletmecilik gibi konularda eğitim vermeleri gerekmektedir.

Ankete katılan işletmelerin %42,5'i işletmelerinde profesyonel yönetici istihdam ettiklerini belirtmektedir. Ancak tablo 5'te yöneticilerin eğitim düzeyinin büyük oranda (%70) ilköğretim ve liseden oluştuğu görülmektedir. Bu durum profesyonel yönetici istihdamının aslında çok daha düşük düzeylerde kaldığını göstermektedir. Bu da işletme sahiplerinin kendilerini profesyonel yönetici olarak görmelerinden kaynaklanmaktadır. İşletme sahibi kendini finans, pazarlama, üretim, insan kaynakları yöneticisi gibi görmekte, bütün yetkilerin tek kişide toplandığı bir yönetim tarzı oluşmakta, bu durum da değişim ve gelişimin önü tıkamaktadır.

Ankete konu olan işletmelerin finansman sorunlarının kaynağının belirlenmesine yönelik sorulan soruya büyük çoğunluk (%40) öz kaynak yetersizliğini göstermiştir. KOBİ' ler kuruluş aşamasında büyük oranda öz kaynak kullandıklarından ilerleyen dönemlerde gerek üretimin devamı için gerekli unsurların (enerji, hammadde, personele ödenen ücret vb.) zamanında ve yeteri kadar tedariki, gerekse de yeni teknoloji ve yatırım konusu işletmeler için büyük sorun teşkil etmektedir. Türkiye'de KOBİ' lere verilen desteklerin büyük çoğunluğunu finansman desteği oluşturmaktadır. Oysa finansmanın doğru kullanımı da uzmanlık gerektirdiğinden neden hala KOBİ' lerin sorunlarının çözülemediği anlaşılmaktadır. İşin kuruluş sürecinden itibaren, faaliyette bulunulacak sektör, kullanılacak teknoloji, pazarın durumu araştırılarak destek en başından ve işletmenin bütün fonksiyonlarını kapsayacak şekilde verilmelidir.

Türkiye'de büyük işletmelere verilen finansman desteği %95 iken KOBİ' lere verilen destek %5' te kalmaktadır. İşletmelerin % 98'inin KOBİ olması ve verilen mali desteğin %5 ile sınırlı kalması bu işletmelerin neden bu kadar verimsiz olduklarının bir tesadüf olmadığını gösteren çok net bir örnektir.

Çalışmaya konu olan işletmelerin eleman temininde karşılaştıkları en önemli sorun, (%77,5) nitelikli eleman bulma konusunda yaşanmaktadır. Nitelikli eleman sorunu işletmelerin bütün işlevlerinde kendini göstermektedir. Türkiye büyük bir genç nüfusa sahip olmasına rağmen, yetişmiş elemanların bulunamaması verilen eğitimin yetersizliğini ortaya koymaktadır. Bu da çalışanlara işi, direkt iş başında deneme yanılma yoluyla öğretme yoluna gitmeye zorlamakta ve büyük mali kayıplara neden olmaktadır. Yetişen elemanların yüksek ücret talep etmesi ya da işletme değiştirmesi sorunu daha da

derinleştirmektedir. İşletme sahip ve yöneticileri nitelikli eleman için yüksek ücret ödemeyi kabul etmelerine rağmen yetmişmiş elemanların bölgenin sosyal ve ekonomik koşullarından dolayı buraya gelmek istemediklerini belirttiklerini söylemektedir.

KOBİ'lerin danışmanlık hizmeti alma durumlarının belirlenmesine yönelik sorulan soruya %72,5'lik büyük kesim, danışmanlık hizmetinden yararlanmadıklarını belirtmiştir. KOBİ'lerle ilgili kuruluşların bilgilendirme ve kendilerini tanıtmada konusunda başarılı olamadıkları bir gerçektir. Bu işletmeleri, yaşanan gelişme ve yenilikler konusunda bilgilendirmede yetersiz kaldıkları için KOBİ'ler gelişmelerden haberdar olamamaktadır. Özellikle AB sürecinde ve GB'nin gerçekleşmesiyle çeşitli taslaklar, yol haritaları, plan ve programlar hazırlanmasına rağmen büyük bir kısmı uygulamaya geçilememiş ve her şey kavramsal düzeyde kalmıştır. Bu da Avrupa'daki KOBİ'lere göre geri kalmış, yardıma muhtaç, büyüyemeyen, yeniliklerden haberdar olamayan, kaliteli üretim yapamayan, yapılan üretimin de çok sembolik düzeyde kaldığı tipik Türk KOBİ'si sonucunu doğurmaktadır.

Çalışmaya konu olan işletmelerin % 75'i ihracat yapmazken % 25'i ihracat yaptığını belirtmektedir. İhracat faaliyetinde bulunmayan işletmelerin % 27,5'i ihracat yapmama nedeni olarak mali ve teknik yersizlikleri, %17'si piyasadaki rekabet koşullarını, % 10'u dış piyasalar hakkındaki bilgi eksikliğini göstermiştir.

Türkiye'deki KOBİ'lerin yaşadığı mali sıkıntılar kendini ihracat yapmama nedeni olarak da göstermiştir. Uluslar arası piyasalarda faaliyette bulunmak güçlü bir mali yapı gerektirmektedir. Ancak üretim maliyetlerinin yüksekliği, devlet desteğinin yetersizliği, kredi maliyetlerinin yüksekliği gibi nedenler, işletmelerin dış pazarlarda faaliyette bulunmalarını engellemektedir.

İşletmelerin %17'si piyasadaki rekabet koşullarını ihracat yapmama nedeni olarak göstermiştir. Türkiye'deki KOBİ'lerin üretim, finans ve pazarlama konusunda pek çok sorunla karşı karşıya olduğu bilinmektedir. Hitap ettikleri bölgede bile yeterince varlık gösteremeyen işletmelerin dış pazarların gerektirdiği standartlarda üretim yapmalarının ve bütün bunların sonucunda dünya işletmeleriyle etkin bir rekabette bulunmalarının pek mümkün olmadığı açıktır. Her bölgenin rekabet edebilecek bir potansiyelinin olabileceği göz önünde bulundurularak alternatif çözüm yollarına gidilmelidir. Bölgenin coğrafi konumu dikkate alınarak güneyinde bulunan ülkelerle ihracat faaliyetinin sağlanması veya kolaylaştırılması bölgenin ekonomik ve sosyal refahına önemli katkılar



sağlayacaktır. Bunun için söz konusu ülkelerle ikili anlaşmalara gidilerek gümrük duvarlarının ortadan kaldırılması gerekmektedir.

İhracat yapmama nedeni olarak gösterilen dış piyasalar hakkındaki bilgi eksikliği (%10) üzerinde önemle durulması gereken bir noktadır. Dış pazarlar ve dış pazarlara girme konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan işletme sahip ve yöneticileri bu pazarlarda faaliyet gösterme konusunda çekingen davranmaktadır. Dış pazara giriş, bu pazardaki tüketici istek ve tercihlerine uygun üretim, pazarın gerektirdiği kalite ve standartlar konusunda gerekli bilginin verilmesi önem arz etmektedir. Dış piyasalara girebilmek, buradaki değişiklikleri takip ederek bu pazarların gerektirdiği kalite ve standartlarda üretim yapmak bilgi ve uzmanlaşmayı gerektirir. Ancak KOBİ'lerin yukarıda sayılanları yerine getirebilmesi güçlerini aşan harcamalar gerektirdiğinden bunun ancak bu konuda verilecek bilgi ağı veya diğer işletmelerle işbirliğine gitmeleriyle mümkün olabileceği açıktır. Dış pazarlara girişi kolaylaştıran ve önemli avantajlar sağlayan sektörel dış ticaret şirketlerinin tanıtımı ve yaygınlaştırılmasının bu sorunun aşılmasında büyük rol oynayacağı unutulmamalıdır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat organizasyonudur. SDŞ, aynı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat sektörü kapsamında bir organizasyon altında bir araya getirilerek dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla; ihracat ve ilgili konularda hizmet sağlayarak, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan şirketlerdir( Gövdere, 1999).

İhracat faaliyetinde bulunacak bir işletme, dünya standartlarında üretim yapmak zorunda kalacağından oluşacak gelişim ve değişimi zamanında fark edip sürekli yenilenme ihtiyacı hissedecektir. Bu durum, işletmelerin geri kalmış teknoloji ve düşük kalitede üretim yapmalarını engelleyecek, dünya standartlarını yakalamasını sağlayacaktır.

KOBİ'lerin uluslar arası pazarlarda karşılaşılabileceği işletme içi nedenlerden kaynaklanan temel sorunların belirlenmesine yönelik sorulan soruya işletmelerin % 20'si işletmenin yönetim ve organizasyon sorunlarını göstermiştir. KOBİ'lerin sahipleri aynı zamanda yönetici konumunda olduklarından ihracat yapma durumları da yine işletme sahibinin bu konudaki istek, bilgi ve tutumuyla sınırlı kalmaktadır.

İhracatta karşılaşılan\karşılaşılabilecek en önemli sorun, bürokratik engeller ve mevzuat sorunları (%37,5) olarak gösterilmiştir. Bürokrasi ve karmaşık mevzuat KOBİ'lerin faaliyetlerini zorlaştıran veya kısıtlayan önemli bir sorundur. Bürokratik işlemlerin fazlalığı KOBİ'ler için caydırıcı nitelik taşımakta ve ihracat faaliyetini engelleyebilmektedir. KOBİ'lerin hem ihracatta hem de diğer faaliyetlerinde etkinliklerinin artırılması için bürokrasinin azaltılması gerekmektedir.

İşletmelerin % 35'i GB ortamının etkisi olmadığını düşünmektedir. Bu da değişimin motoru, yerel ve bölgesel gelişmenin itici gücü olarak görülen KOBİ'lerin söz konusu işletmeler için geçerli olmayan bir durum olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, KOBİ'ler için değil değişim yaratma, yaşanan değişimi fark etme konusunda bile başarılı olmadıklarını ve yönlerini sadece yerel pazara çevirmiş olduklarını göstermektedir.

Batman ve Diyarbakır illeri gelişmişlik açısından Türkiye ortalamalarının altında bulunmaktadır. KOBİ'lerin bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde taşıdıkları rolleri göz önünde bulundurularak bölgeye özel tedbirlerin alınması, KOBİ'leri kurulmasının desteklenmesi ve var olanların güçlenmesinin sağlanması gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akgemici, Tahir (2001) KOBİ' lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, BMS Matbaacılık, Ankara.
- Aklin, Erdoğan (2001) KOBİ' lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, KOSGEB Yayını, Nevşehir.
- BULMUŞ, İsmail, OKTAY, Ertan, TÖRÜNER, Mete(1990) Küçük Sanayi İşletmelerimizin Konumu, Önemi ve AT' a Girerken Karşılaşılabilecek Sorunlar ile Çözüm Yolları, MPM yayınları:426, Ankara.
- CIVAN, Mehmet, TEKİNKUŞ, Mehmet(2002) Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Avrupa Birliği'ne Uyum Süreci Gaziantep Örneği, VI. Uluslararası ODTÜ Ekonomi Kongresi, Ankara.
- Çolakoğlu, Mustafa, H.(2002) KOBİ Rehberi, TOBB Genel Yayın No:359- MP:2, Yorum Matbaacılık, Ankara.
- Demir, Nazmiye vd.(2003) Pazarlama Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler, MPM Yayınları No:633, Mert Matbaası, Ankara.
- DİNCER, Bülent, KAVASOĞLU, Taner, ÖZASLAN, Metin(2003) İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, Yayın No DPT 2671, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara.
- EKİNCİ, Behzat, Mehmet(2003) Türkiye'de KOBİ' lerin Gelişimi ve Finansal Sorunları, ASKON Araştırma Raporları:5, Erkam Matbaası, İstanbul.
- GÖVDERE, Bekir (1999) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma, Dış Ticaret Dergisi, Ankara.
- KILIÇ, Sabiha, KENDİRLİ, Selçuk, (2003) Kooperatifçilik Hakemli Dergisi, Türkiye'deki KOBİ' lerin İhracat Durumlarına Yeni Bir Çözüm: Elektronik Ticaret ve Çorum'da Faaliyet Gösteren KOBİ' lere Yönelik Uygulama Örneği, Sayı:140, Mars Matbaası, Ankara.

- KOÇAK, Servet, BAŞMANAV, Seçil (1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, Göstergeler Dizisi:8,AB Ofset, Ankara.
- Küçükçolak, R. Ali (1997) KOBİ' lerin Finansman Sorununun Sermaye Piyasası Yoluyla Çözümü, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Genel Bir Bakış, İMKB, Karizma Yayıncılık, İstanbul.
- Müftüoğlu, Tamer, M.(2002) Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Turhan Kitabevi, 5. Baskı, Ankara.
- Müslümov, Alövsat, (2002) 21. Yüzyılda Türkiye'de KOBİ' ler Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- OKTAY, Ertan, GÜNEY, Alptekin(2002) Türkiye' de KOBİ' lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri,' 21. Yüzyılda KOBİ' ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri'' Sempozyumu, Doğu Akdeniz Üniversitesi, KKTC.
- ÖZGEN, Hüseyin, DOĞAN, Selen (1997) Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslar Arası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri, KOSGEB Yayını, Ankara.
- Sarıaslan, Halil (1996),İmalat Sanayindeki KOBİ' lerin Durumu ve Sorunları, Dış Ticaret Dergisi, KOBİ Özel Sayısı, Ankara.
- ULUDAĞ, İlhan, SERİN, Vildan(1991) Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler, İTO Yayın No:25, İstanbul.
- Yılmaz, Figen (2003) Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, KOBİ' ler, İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü, Ankara.
- YÖRÜK, Nevin, BAN, Ünsal(2003)KOBİ' lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama, Gazi Kitabevi, Ankara.
- DOĞAN, İPEKGİL, Özlem,MARANGOZ, Mehmet.Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dış pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri.Dış Ticaret Dergisi. Sayı:24(2002) Erişim Tarihi: 22.11.2005 <http://dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan2002/kobi.htm>>

ÖZGEN, Hüseyin, DOĞAN, Selen.“Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslar arası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları. Dış Ticaret Dergisi. Sayı:9 (1998) 20.11.2005

<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan98/kobi.htm>>

Saatçioğlu, Cem. Dış Ticaretin Önündeki Engeller ve Çevresel Kriterler ile Dış Ticaret İlişkisi.DışTicaretDergisi.Sayı:23(2002)05.01.2006<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ekim2001/ek2001baslik.htm>>

Haspolat,Turgut.Türkiye’de KobiGerçeği(2002)22.01.2006[http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php)>

<http://www.dtm.gov.tr/ihr/harita/harita.htm> Erişim Tarihi: 05.02.2006

Dış Ticaret Müsteşarlığı.İhracat Genel Müdürlüğü. İhracat Stratejik Planı(2004-2006)07.02.2006[www.dtm.gov.tr/IHR/Strateji2004/kitap-plan.pdf](http://www.dtm.gov.tr/IHR/Strateji2004/kitap-plan.pdf)>

[http://haber.tobb.org.tr/uploads/564\\_kobi\\_tanimi\\_yonetmelik.doc](http://haber.tobb.org.tr/uploads/564_kobi_tanimi_yonetmelik.doc) Erişim Tarihi: 07. 02.

2006

## **EKLER**

## **EK – 1 :**

### **ANKET FORMU**

İşletme Adı

Adres

Telefon

1. Kuruluş Yılı

2. İşletmede çalışan personel sayısı

1-9

10-49

50-99

3. Faaliyet Konusu

Gıda, İçki ve Tütün Sanayi

Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi

Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi

Kağıt – Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi

Kimya – Petrol, Kömür, Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sanayi (Kimya Sanayi)

Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi

Metal Ana Sanayi

Metal Eşya – Makine ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlmî ve Meslekî Ölçme Aletleri Sanayi (Metal Eşya Sanayi)

Diğer İmalat Sanayi

4. İşletmenin hukuki yapısı

Tek Şahıs İşletmesi

Limited

Anonim

5. Anket formunu cevaplayanın görevi

İşveren

Yönetici

Şef / Ustabaşı

Diğer (Lütfen Belirtiniz) .....

.....

6. İşletme yöneticisinin eğitim durumu

İlköğretim

Lise

Meslek Lisesi

Meslek Yüksekokulu

Üniversite (Lisans)

Üniversite (Yüksek Lisans)

Diğer (Lütfen Belirtiniz) .....

.....

7. İşletme sahibi işletmede fiilen çalışıyor mu?

Evet

Hayır

8. İşletmenizde profesyonel yönetici istihdam ediyor musunuz?

Evet

Hayır

(Cevabınız Evet ise 10. soruya geçiniz.)



9. Profesyonel yönetici istihdam etmemenizin nedenleri nelerdir?

- Profesyonel yöneticilerin, mal sahibi yönetici gibi işletmeye bağlılıkla çalışmayacağı
- Pratik bilgilerinin, mal sahibi yöneticiye nazaran daha az olması
- Zarar riski olmaması nedeniyle etkin kararlar alamayacakları
- Profesyonel yöneticilerin işletmeye getirdikleri maliyetin yüksekliği
- İşletme yönetiminde söz hakkı istemeleri
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

10. Finansman ihtiyacınızı aşağıdaki yollardan hangisiyle karşılıyorsunuz?

- Yeterli sermayem var
- Banka kredisi
- Resmi ve yarı resmi kuruluşların kredi teşvikleri
- Ticari borç
- Ortaklık kurarak
- Gayri resmi piyasalardan borçlanma
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

11. Finansman sorununuzun kaynağı nedir?

- Kredi ve faiz oranlarının yüksekliği
- Öz kaynak yetersizliği
- Alacak tahsilinde gecikmeler
- Satışların düşüklüğü
- Maliyetlerdeki artış
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

12. Kredi kullanırken karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

- Teminat gösterme zorunluluğu
- Bürokratik işlemlerin fazlalığı
- Verilen kredi miktarının azlığı
- Kredi vadelerinin kısalığı
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

13. Üretim alanında yaşadığınız sorunlar nelerdir?

- Problem yaşamıyoruz
- Üretim teknolojisinin eski olması
- Üretimde istenen kalite standardını karşılayamama
- Kalifiye eleman yetersizliği
- Üretim kapasitesinin yetersiz olması
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

14. Girdi (hammadde, yarı mamul vb.) temininde yaşadığınız problemler nelerdir?

- Problem yaşamıyoruz
- Yerli ve ithal hammadde yetersizlikleri
- Hammadde tedarik süresinin uzun olması
- Stoklamada karşılaşılan güçlükler
- Teslimatta yaşanan sorunlar
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

15. Pazarlama alanında ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

- Piyasa araştırması
- Ürün çeşitlendirme

- Reklâm
  - Fuarlara katılım
  - Satış sonrası hizmetler
  - Diğer (Lütfen Belirtiniz).....
- .....

16. Hangi satış kanalını kullanıyorsunuz?

- Kendimiz direkt satıyoruz
  - Pazarlamacılar vasıtasıyla
  - Toptancılar vasıtasıyla
  - Satış acenteleri vasıtasıyla
  - Diğer (Lütfen Belirtiniz).....
- .....

17. Pazarlama ile ilgili sorunlarınız nelerdir?

- Sorun yaşamıyoruz
  - Müşteri istek ve ihtiyaçları yönünde ürün geliştirememek
  - Ürün ile ilgili sorunlar
  - Fiyat ile ilgili sorunlar
  - Talep yetersizliği
  - Geleceğe yönelik sağlıklı satış tahminleri yapamamak
  - Dağıtım kanalında karşılaşılan sorunlar
  - Satış sonrası servis ve garanti görevlerini yerine getirememek
  - Diğer (Lütfen Belirtiniz).....
- .....

18. Çalışanlarınız arasında akrabalık bağı var mı? Varsa yakınlık derecesi nedir?

- Evet
- Hayır

Yakınlık

Derecesi.....

.....

19. Eleman teminini nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

Kişisel başvuruları değerlendirerek

Tavsiye üzerine (akraba, arkadaşlık vs.)

İş kurumundan

20. Eleman temininde yaşadığınız sorunlar nelerdir?

Problem yaşamıyoruz

Nitelikli eleman bulunamaması

Nitelikli elemanların yüksek ücret istemesi

İşletmede yetişen nitelikli elemanların büyük işletmelere geçmek istemesi

Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

.....

21. İşletmenizle ilgili herhangi bir konuda danışmanlık hizmeti alıyor musunuz?

Evet

Hayır

(Cevabınız hayır ise 23. soruya geçiniz.)

22. Danışmanlık hizmetini hangi kuruluş / kuruluşlardan alıyorsunuz?

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

Halk Bankası

Milli Prodüktivite Merkezi (MPM)

Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (TOSYÖV)

Sanayi Bakanlığı

Çıracılık ve mesleki eğitim veren kuruluşlar

Diğer (Lütfen Belirtiniz).....  
.....

23. Karşılaştığınız bürokratik sorunlar nelerdir?

- Sorun yaşamıyoruz
- Aşırı zaman kaybı
- Kırtasiyecilik
- Vergi, resim ve harçlarla ilgili sorunlar
- Diğer sorunlar (Lütfen Belirtiniz).....  
.....

24. Faaliyette bulunduğunuz sektördeki rakiplerin kimlerdir?

- Çok uluslu işletmeler
- Yurt içi büyük işletmeler
- Yurt içi küçük ve orta ölçekli işletmeler
- Yurt dışı büyük işletmeler
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....  
.....

25. İhracat yapıyor musunuz?

- Evet
- Hayır

(Cevabınız evet ise 27. soruya geçiniz)

26. İhracat yapmamanızın nedenleri nelerdir?

- İşletme koşullarının uygun olmaması
- Piyasadaki rekabet koşulları
- İstenilen kalitede üretim yapamama
- Mali ve teknik yetersizlikler
- Dış piyasa konusundaki bilgi eksikliği

Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

27. KOBİ'lerin uluslar arası pazarlarda karşılaşılabileceği işletme içi nedenlerden kaynaklanan temel sorunlar hangileridir?

- Örgütün yapısal sorunları
- Yönetimde ihtisaslaşmanın olmaması
- İşletmenin yönetim ve organizasyon sorunları
- Yetersiz planlama
- Teknik bilgilerden yoksunluk
- Talepte meydana gelebilecek değişiklikleri önceden tahmin edememe
- İletişim sorunları
- Kalifiye yönetici kadrosundan yoksunluk
- İyi bir satış organizasyonuna sahip olamama
- Yöneticilerin yeni gelişmelere ayak uyduramaması
- Firma içi kontrol sisteminin yetersizliği
- Verimli bir üretim programı ortaya koyamama
- Etkin bir muhasebe ve kayıt sistemine sahip olamama
- Standardizasyon, kalite kontrolü, teknoloji seçimindeki bilgisizlik
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

28. KOBİ'lerin uluslar arası pazarlarda karşılaşılabileceği işletme dışı nedenlerden kaynaklanan temel sorunlar hangileridir?

- Ekonomik çevre
- Toplumsal ve Kültürel Çevre
- Teknolojik Değişmeler
- Hukuki ve Politik Çevre

- Rakiplerin Yeni Politikaları
- Uluslar arası Gelişmeler
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

29. İhracat yapıyorsanız / yapmayı düşünüyorsanız karşılaştığınız / karşılaşacağınız problemler hangileri olabilir?

- Sosyal yapıdan kaynaklanan farklılıklar (Lisan, kültür v.b.)
- Dış piyasalar hakkındaki bilgi eksikliği
- Bürokratik engeller ve mevzuat sorunları
- Büyük siparişleri karşılayabilecek kapasiteye sahip olamama
- İhracat için gerekli yönetici ve kalifiye eleman kadrosuna sahip olamama
- İhracat kredilerinden yararlanamama
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

30. Gümrük Birliği Ortamında karşılaşılan sorunları sıralayınız.

- GB'nin etkisi yoktur.
- Fiyat ve kalitenin artması
- Pazar bulmanın güçleşmesi
- Yatırımların durması
- Finansman sıkıntısı
- Nitelikli eleman sıkıntısı
- Maliyetlerin artması
- GB'ne uyumda devlet desteğinin yetersizliği
- Döviz kuru sorunları
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

31. İhracat teşviklerinden faydalandınız mı?

- Evet
- Hayır

(Cevabınız hayır ise 32. soruyu cevaplamayınız.)

32. Aşağıdaki ihracat teşviklerinin hangisinden faydalandınız?

- Gümrük vergisi, diğer vergi (KDV, Damga Vergisi, BSMV...) ve fon muafiyeti
- İhracat sayılan satış ve teslimlerle ilgili muafiyetli ithalat
- Eşdeğer eşya kullanım imkanı
- Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

.....



## EK- 2 BATMAN VE DİYARBAKIR İLLERİNİN GELİŞMİŞLİK PERFORMANSI (81 İL İÇİNDE)

### EK- 2.A. BATMAN İLİ GELİŞMİŞLİK PERFORMANSI

Sosyo-ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (2003) (81 il içinde) .....70						
DEĞİŞKEN	YIL	BİRİM	BATMAN	G.D. ANADOLU	TÜRKİYE	SIRA (81 il içinde)
<b>DEMOGRAFİK GÖSTERGELER</b>						
1 Toplam Nüfus	2000	Kişi	456.734	6.608.619	67.803.927	45
2 Şehirleşme Oranı	2000	Yüzde	66,60	62,69	64,90	12
3 Yıllık Ortalama Nüfus Artış Hızı	1990-2000	Binde	28,30	24,79	18,28	9
4 Nüfus Yoğunluğu	2000	Kişi/Km2	98,03	88	88	20
5 Doğurganlık Hızı	2000	Çocuk Sayısı	5,27	4,86	2,53	6
6 Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü	2000	Kişi	7,60	6,55	4,50	7
<b>İSTİHDAM GÖSTERGELERİ</b>						
7 Tarım İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	63,48	61,35	48,38	36
8 Sanayi İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	5,97	7,06	13,35	45
9 Ticaret İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	5,46	6,21	9,67	49
10 Mali Kurumlar İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	0,91	1,17	3,11	71
11 Ücretli Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	31,07	33,21	43,52	45
12 Ücretli Çalışan Kadınların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	3,03	3,72	8,81	61
13 İşverenlerin Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	1,38	1,51	2,61	43
<b>EGİTİM GÖSTERGELERİ</b>						
14 Okur Yazar Nüfus Oranı	2000	Yüzde	70,96	73,22	87,30	73
15 Okur Yazar Kadın Nüfusun Toplam Kadın Nüfusuna Oranı	2000	Yüzde	57,44	60,16	80,62	72
16 Üniversite Bitirenlerin Okul Bitirenlere Oranı	2000	Yüzde	4,67	4,99	8,42	75
17 İlköğretim Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	104,12	94,12	98,01	24
18 Liseler Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	27,60	27,32	36,92	58
19 Meslek Liseleri Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	3,35	6,60	20,49	80
<b>SAGLIK GÖSTERGELERİ</b>						
20 Bebek Ölüm Oranı	2000	Binde	50,00	48,33	43,00	17
21 Onbin Kişiye Düşen Hekim Sayısı	2000	Kişi	4	5	13	75
22 Onbin Kişiye Düşen Diş Hekimi Sayısı	2000	Kişi	0,6	0,5	2,2	55
23 Onbin Kişiye Düşen Eczane Sayısı	2000	Adet	0,5	1,9	2,9	80
24 Onbin Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı	2000	Hastane Yatağı	5	13	23	81
<b>SANAYİ GÖSTERGELERİ</b>						
25 Organize Sanayi Bölgesi Parsel Sayısı	2000	Parsel	33	1.733	28.726	69
26 Küçük Sanayi Sitesi İşyeri Sayısı	2000	Adet	250	7.044	81.302	65
27 İmalat Sanayi İşyeri Sayısı	2000	Adet	4	359	11.118	70
28 İmalat Sanayi Yıllık Çalışanlar Ortalama Sayısı	2000	Kişi	566	31.576	1.130.488	70
29 İmalat Sanayii Kurulu Güç Kapasite Miktarı	2000	Beygir Gücü	11.037	381.183	13.478.078	63
30 Fert Başına İmalat Sanayi Elektrik Tüketimi	2000	Kws	42	196	550	64
31 Fert Başına İmalat Sanayi Katma Değeri	2000	Milyon TL.	64	73	350	49
<b>TARIM GÖSTERGELERİ</b>						
32 Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Üretim Değeri	2000	Milyon TL.	727	883	1.124	68
33 Tarımsal Üretim Değerinin Türkiye İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,41	8,14	100,00	67
<b>İNŞAAT GÖSTERGELERİ</b>						
34 Daire Sayısı	2000	Adet	55.577	946.373	16.235.830	58
35 Borulu Su Tesisatı Bulunan Daire Oranı	2000	Yüzde	95	94	97	46
<b>MALİ GÖSTERGELER</b>						
36 Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,35	5,06	100,00	55
37 Fert Başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla	2000	Milyon TL.	949	954	1.837	60
38 Banka Şube Sayısı	2000	Adet	14	301	7786	74
39 Fert Başına Banka Mevduatı	2000	Milyon TL.	67	115	939	72
40 Toplam Banka Mevduatı İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,05	1,20	100,00	70
41 Toplam Banka Kredileri İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,06	1,80	100,00	71
42 Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Kredi Miktarı	2000	Milyon TL.	5	35	138	78
43 Fert Başına Sınai, Ticari Ve Turizm Kredileri Miktarı	2000	Milyon TL.	35	68	392	71
44 Fert Başına Belediye Giderleri	2000	Milyon TL.	27	44	82	73
45 Fert Başına Genel Bütçe Gelirleri	2000	Milyon TL.	44	63	464	71
46 Fert Başına Gelir Ve Kurumlar Vergisi Miktarı	2000	Milyon TL.	30	28	165	59
47 Fert Başına Kamu Yatırımları Miktarı	1995-2000	Milyon TL.	65	213	248	72
48 Fert Başına Teşvik Belgeli Yatırım Tutarı	1995-2000	Milyon TL.	269	2.030	2.668	71
49 Fert Başına İhracat Miktarı	1995-2000	ABD Doları	11	347	2.249	56
50 Fert Başına İthalat Miktarı	1995-2000	ABD Doları	47	197	3.967	51
<b>ALTYAPI GÖSTERGELERİ</b>						
51 Kırsal Yerleşmelerde Asfalt Yol Oranı	2000	Yüzde	23,21	36,24	45,23	69
52 Yeterli İçme Suyu Götürülen Nüfus Oranı	2000	Yüzde	58,06	74,44	84,98	79
53 TCK Asfalt Yol Oranı	2000	Yüzde	84,42	84,65	91,28	65
<b>DİĞER GÖSTERGELER</b>						
54 Onbin Kişiye Düşen Özel Otomobil Sayısı	2000	Adet	111	208	652	72
55 Onbin Kişiye Düşen Motorlu Kara Taşıtı Sayısı	2000	Adet	230	505	1.056	75
56 Fert Başına Elektrik Tüketim Miktarı	2000	Mws	0,7	0,9	1,4	55
57 Fert Başına Telefon Kontür Değeri	2000	Adet	755	837	1.852	71
58 Yeşil Kartlı Kişi Oranı	2000	Yüzde	22	23	15	32

**Kaynak:** Bülent, DİNÇER, Taner, KAVASOĞLU, Metin ÖZASLAN (2003) İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, Yayın No DPT 2671, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara.

## EK- 2.B. DİYARBAKIR İLİ GELİŞMİŞLİK PERFORMANSI

Sosyo-ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (2003) (81 il içinde) .....63						
DEĞİŞKEN	YIL	BİRİM	DİYARBAKIR	G.D. ANADOLU	TÜRKİYE	SIRA (81 il içinde)
<b>DEMOGRAFİK GÖSTERGELER</b>						
1 Toplam Nüfus	2000	Kişi	1.362.708	6.608.619	67.803.927	10
2 Şehirleşme Oranı	2000	Yüzde	60,00	62,69	64,90	19
3 Yıllık Ortalama Nüfus Artış Hızı	1990-2000	Binde	21,73	24,79	18,28	18
4 Nüfus Yoğunluğu	2000	Kişi/Km2	90,50	88	88	23
5 Doğurganlık Hızı	2000	Çocuk Sayısı	4,51	4,86	2,53	10
6 Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü	2000	Kişi	6,76	6,55	4,50	11
<b>İSTİHDAM GÖSTERGELERİ</b>						
7 Tarım İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	63,86	61,35	48,38	35
8 Sanayi İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	3,82	7,06	13,35	63
9 Ticaret İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	5,76	6,21	9,67	44
10 Mali Kurumlar İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	1,16	1,17	3,11	55
11 Ücretli Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	32,21	33,21	43,52	41
12 Ücretli Çalışan Kadınların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	4,45	3,72	8,81	38
13 İşverenlerin Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	1,30	1,51	2,61	50
<b>EGİTİM GÖSTERGELERİ</b>						
14 Okur Yazar Nüfus Oranı	2000	Yüzde	69,57	73,22	87,30	75
15 Okur Yazar Kadın Nüfusun Toplam Kadın Nüfusuna Oranı	2000	Yüzde	55,37	60,16	80,62	74
16 Üniversite Bitirenlerin Okul Bitirenlere Oranı	2000	Yüzde	5,60	4,99	8,42	50
17 İlköğretim Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	90,93	94,12	98,01	49
18 Liseler Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	31,55	27,32	36,92	49
19 Meslek Liseleri Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	3,30	6,60	20,49	81
<b>SAĞLIK GÖSTERGELERİ</b>						
20 Bebek Ölüm Oranı	2000	Binde	57,00	48,33	43,00	8
21 Onbin Kişiye Düşen Hekim Sayısı	2000	Kişi	7	5	13	55
22 Onbin Kişiye Düşen Diş Hekimi Sayısı	2000	Kişi	0	1	2	72
23 Onbin Kişiye Düşen Eczane Sayısı	2000	Adet	2	2	3	51
24 Onbin Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı	2000	Hastane Yatağı	21	13	23	27
<b>SANAYİ GÖSTERGELERİ</b>						
25 Organize Sanayi Bölgesi Parsel Sayısı	2000	Parsel	280	1.733	28.726	19
26 Küçük Sanayi Sitesi İşyeri Sayısı	2000	Adet	1.163	7.044	81.302	26
27 İmalat Sanayi İşyeri Sayısı	2000	Adet	33	359	11.118	41
28 İmalat Sanayi Yıllık Çalışanlar Ortalama Sayısı	2000	Kişi	1.745	31.576	1.130.488	54
29 İmalat Sanayii Kurulu Güç Kapasite Miktarı	2000	Beygir Gücü	20.987	381.183	13.478.078	57
30 Fert Başına İmalat Sanayi Elektrik Tüketimi	2000	Kws	35	196	550	65
31 Fert Başına İmalat Sanayi Katma Değeri	2000	Milyon TL.	17	73	350	66
<b>TARIM GÖSTERGELERİ</b>						
32 Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Üretim Değeri	2000	Milyon TL.	898	883	1.124	52
33 Tarımsal Üretim Değerinin Türkiye İçindeki Payı	2000	Yüzde	1,83	8,14	100,00	18
<b>İNŞAAT GÖSTERGELERİ</b>						
34 Daire Sayısı	2000	Adet	200.351	946.373	16.235.830	20
35 Borulu Su Tesisatı Bulunan Daire Oranı	2000	Yüzde	94	94	97	57
<b>MALİ GÖSTERGELER</b>						
36 Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı	2000	Yüzde	1,15	5,06	100,00	21
37 Fert Başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla	2000	Milyon TL.	1.056	954	1.837	55
38 Banka Şube Sayısı	2000	Adet	61	301	7786	25
39 Fert Başına Banka Mevduatı	2000	Milyon TL.	104	115	939	69
40 Toplam Banka Mevduatı İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,22	1,20	100,00	39
41 Toplam Banka Kredileri İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,26	1,80	100,00	36
42 Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Kredi Miktarı	2000	Milyon TL.	18	35	138	70
43 Fert Başına Sınai, Ticari Ve Turizm Kredileri Miktarı	2000	Milyon TL.	49	68	392	64
44 Fert Başına Belediye Giderleri	2000	Milyon TL.	71	44	82	22
45 Fert Başına Genel Bütçe Gelirleri	2000	Milyon TL.	52	63	464	63
46 Fert Başına Gelir Ve Kurumlar Vergisi Miktarı	2000	Milyon TL.	30	28	165	60
47 Fert Başına Kamu Yatırımları Miktarı	1995-2000	Milyon TL.	333	213	248	15
48 Fert Başına Teşvik Belgeli Yatırım Tutarı	1995-2000	Milyon TL.	1.085	2.030	2.668	43
49 Fert Başına İhracat Miktarı	1995-2000	ABD Doları	18	347	2.249	54
50 Fert Başına İthalat Miktarı	1995-2000	ABD Doları	26	197	3.967	55
<b>ALTYAPI GÖSTERGELERİ</b>						
51 Kırsal Yerleşmelerde Asfalt Yol Oranı	2000	Yüzde	21,42	36,24	45,23	73
52 Yeterli İçme Suyu Götürülen Nüfus Oranı	2000	Yüzde	51,49	74,44	84,98	81
53 TCK Asfalt Yol Oranı	2000	Yüzde	84,54	84,65	91,28	64
<b>DiĞER GÖSTERGELER</b>						
54 Onbin Kişiye Düşen Özel Otomobil Sayısı	2000	Adet	123	208	652	70
55 Onbin Kişiye Düşen Motorlu Kara Taşıtı Sayısı	2000	Adet	242	505	1.056	73
56 Fert Başına Elektrik Tüketim Miktarı	2000	Mws	1	1	1	64
57 Fert Başına Telefon Kontür Değeri	2000	Adet	781	837	1.852	68
58 Yeşil Kartlı Kişi Oranı	2000	Yüzde	23	23	15	30

**Kaynak:** Bülent, DİNÇER, Taner, KAVASOĞLU, Metin ÖZASLAN (2003) İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, Yayın No DPT 2671, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara.

**EK – 3 :**

**KISALTMALAR**

**(İMALAT SANAYİNDE SEKTÖRLER)**

**KOSGEB'İN KULLANDIĞI KODLARIN AÇILIMI**

**31- GIDA, İÇKİ VE TÜTÜN SANAYİ**

**32- DOKUMA, GİYİM EŞYASI VE DERİ SANAYİ**

**33- ORMAN ÜRÜNLERİ VE MOBİLYA SANAYİ**

**34- KÂĞIT – KÂĞIT ÜRÜNLERİ VE BASIM SANAYİ**

**35- KİMYA – PETROL, KÖMÜR, KAUCUK VE PLASTİK ÜRÜNLERİ  
SANAYİ (KİMYA SANAYİ)**

**36- TAŞ VE TOPRAĞA DAYALI SANAYİ**

**37- METAL ANA SANAYİ**

**38- METAL EŞYA – MAKİNE VE TECHİZAT, ULAŞIM ARACI, İLMİ VE  
MESLEKİ ÖLÇME ALETLERİ SANAYİ (METAL EŞYA SANAYİ)**

**39- DİĞER İMALAT SANAYİ**

**EK-4 BATMAN VE DİYARBAKIR İLE İLGİLİ SOSYAL VE  
EKONOMİK  
GÖSTERGELER**

**EK-4.1. BATMAN İLİ SOSYAL VE EKONOMİK  
GÖSTERGELERİ**

**BATMAN İL PROFİLİ**

YÜZ ÖLÇÜMÜ	4.694 km <sup>2</sup>
NÜFUSU	344.669 (1990)
NÜFUS YOĞUNLUĞU	Km <sup>2</sup> 'ye 73 kişi
KOMŞU OLDUĞU İLLER	Diyarbakır, Muş, Bitlis, Siirt, Mardin
İLÇELERİ	Merkez, Beşiri, Gercüş, Hasankeyf, Kozluk, Sason
KÖY SAYISI	254
ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ SAYISI	---
KÜÇÜK SANAYİ SİTELERİ SAYISI	1 (250 işyeri)
KOS İŞLETMELERİNİN İŞYERİ SAYISI	494
KOS İŞLETMELERİNDE İSTİHDAM	1.142
KOS İŞLETMELERİNİN YARATTIĞI	1
KATMA DEĞER (MİLYAR TL)	

**Kaynak:**Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili,KOSGEB Yayını,AB Ofset,Ankara.

1-9 ölçeğinde; 493, 10-49 ölçeğinde; 1, 50-99 ölçeğinde; 0, 100–199 ölçeğinde ;0’ dır.

Ölçek aralıkları itibariyle küçük ölçekli sanayide 1.142 istihdamın bulunduğu, orta ölçekli sanayide ise istihdamın bulunmadığı görülmektedir.

10-49 ölçeğinde işletmelerin 1 Milyar TL’lik bir katma değer yarattıkları gözlenmektedir.

İl’de KOS işletmelerinin yoğun olarak faaliyet gösterdiği sektörler aşağıda verilmiştir.

Metal Eşya Sanayi;164 (%33), Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi;126 (%26), Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi;96 (%19),Gıda, İçki ve Tütün Sanayi;83 (%17) KOS işletmesi faaliyet göstermektedir.

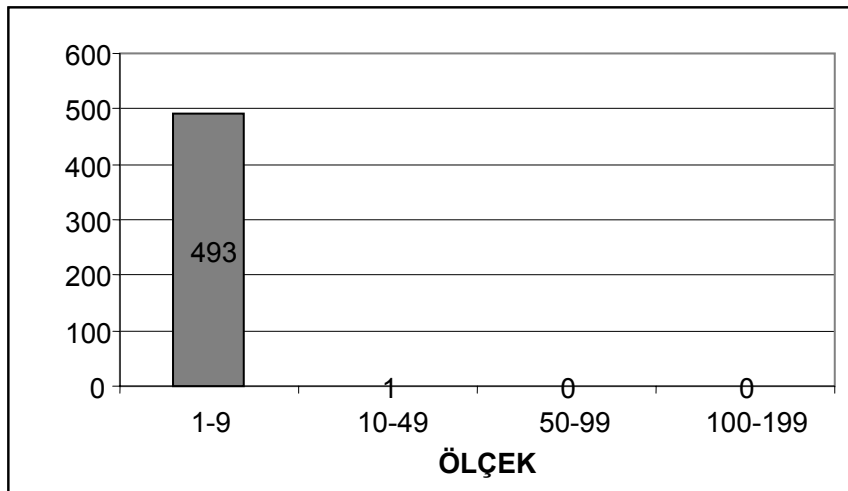
KOS işletmelerinin istihdamının ağırlıklı olduğu sektörler şunlardır:

Metal Eşya Sanayi; 340 (%30), Gıda, İçki ve Tütün Sanayi; 242 (%21),Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi;218 (%19), Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi;205 (%18)

Batman ilinde KOS işletmelerinin Taş ve Toprağa Dayalı Sanayide Milyar TL’lik bir katma değer yarattığı gözlenmektedir(Koçak, Başmanav, 1997: 24)

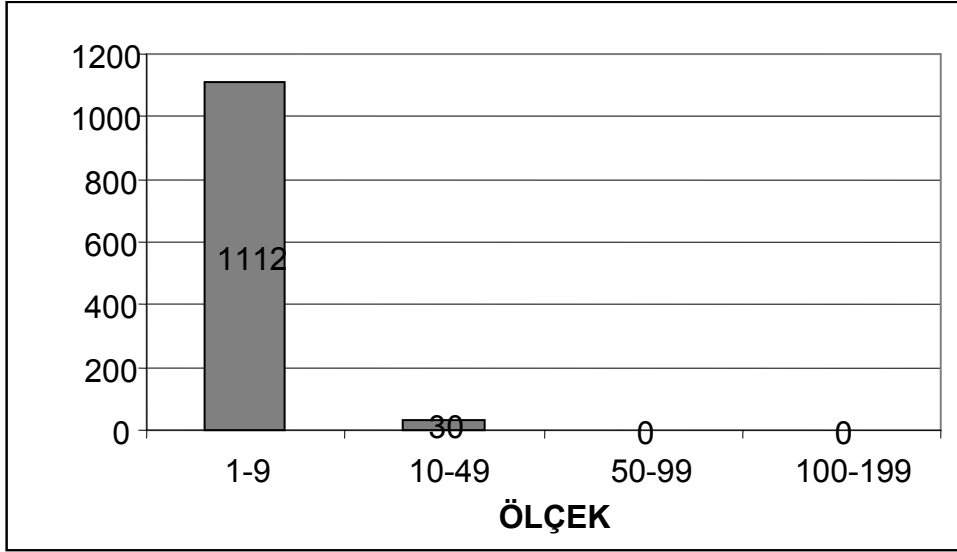
Batman’da KOS işletmelerinin profilini gösteren grafikler aşağıda verilmiştir.

### BATMAN İLİNDE ÖLÇEKSEL BAZDA İŞYERİ SAYILARI



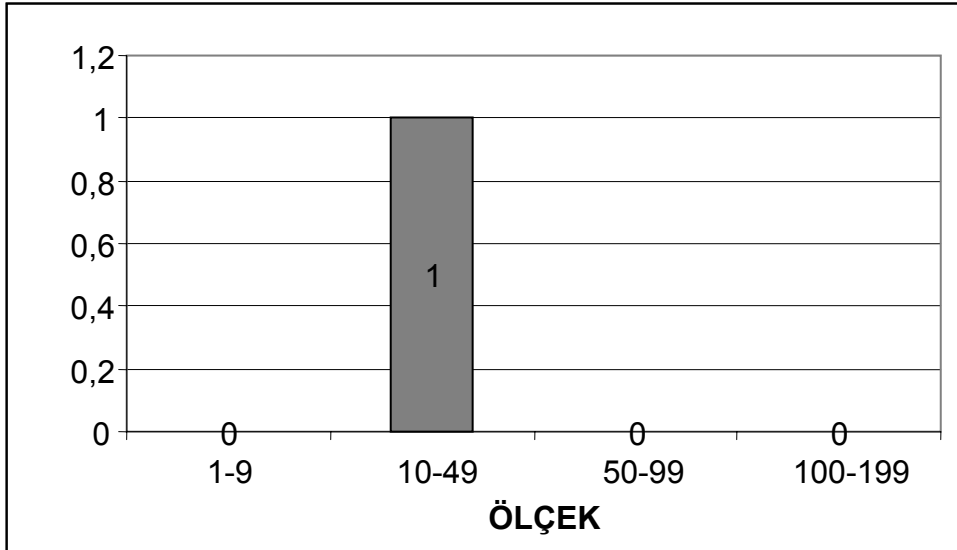
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

### BATMAN İLİNDE ÖLÇEKSEL BAZDA İŞYERİ SAYILARI



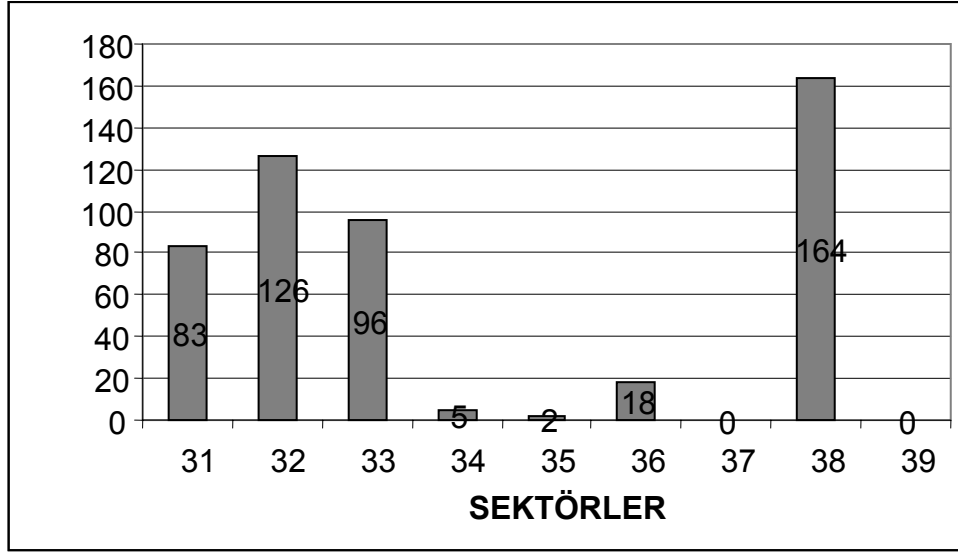
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

### BATMAN İLİNDE ÖLÇEKSEL BAZDA KATMA DEĞER(MİLYAR TL)



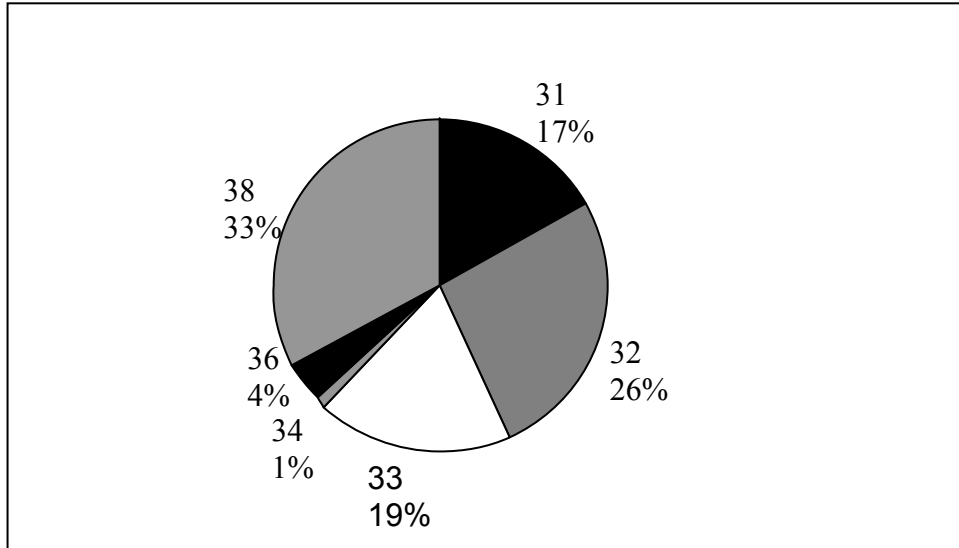
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## BATMAN İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İŞYERİ SAYILARI



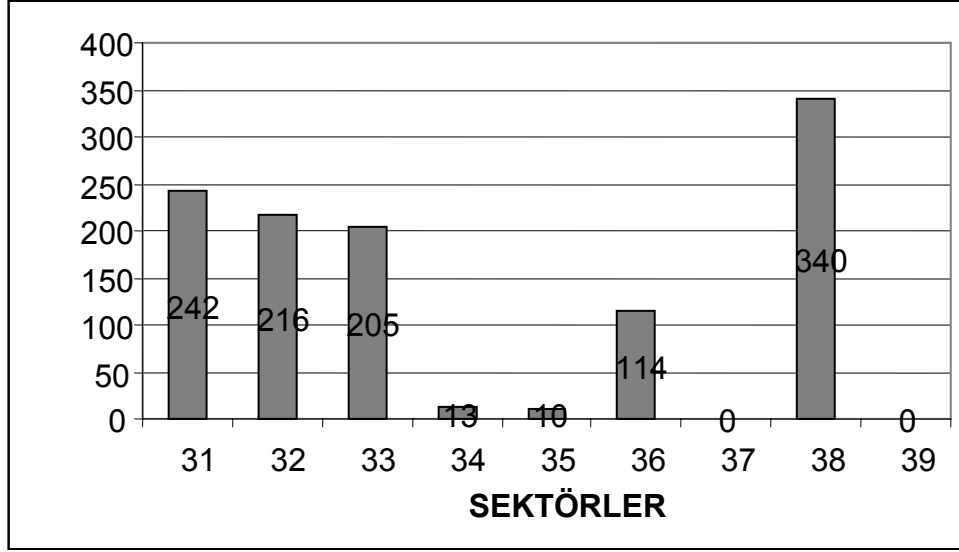
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset,Ankara.

## BATMAN İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İŞYERİ ORANLARI



**Kaynak :**Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili,KOSGEB Yayını,AB Ofset,Ankara.

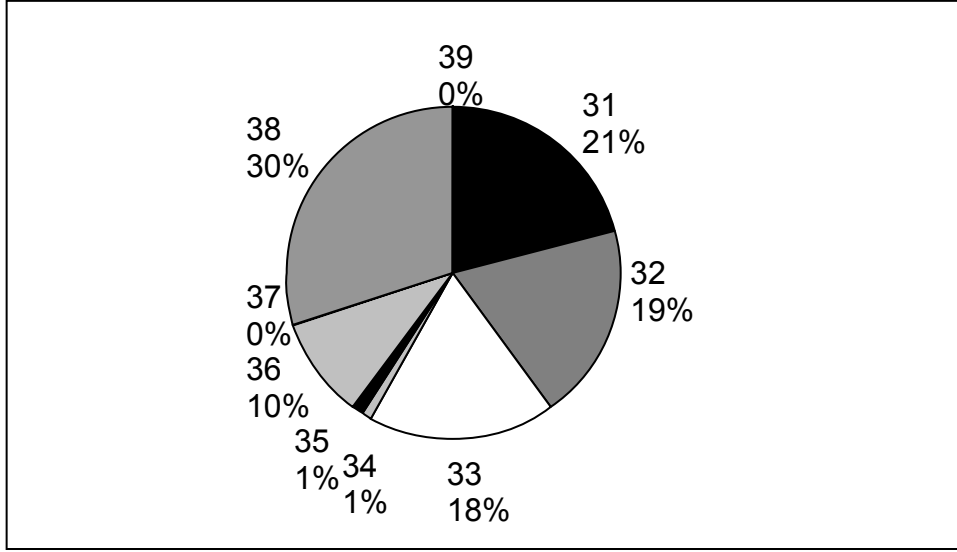
## BATMAN İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İSTİHDAM



**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset,Ankara.

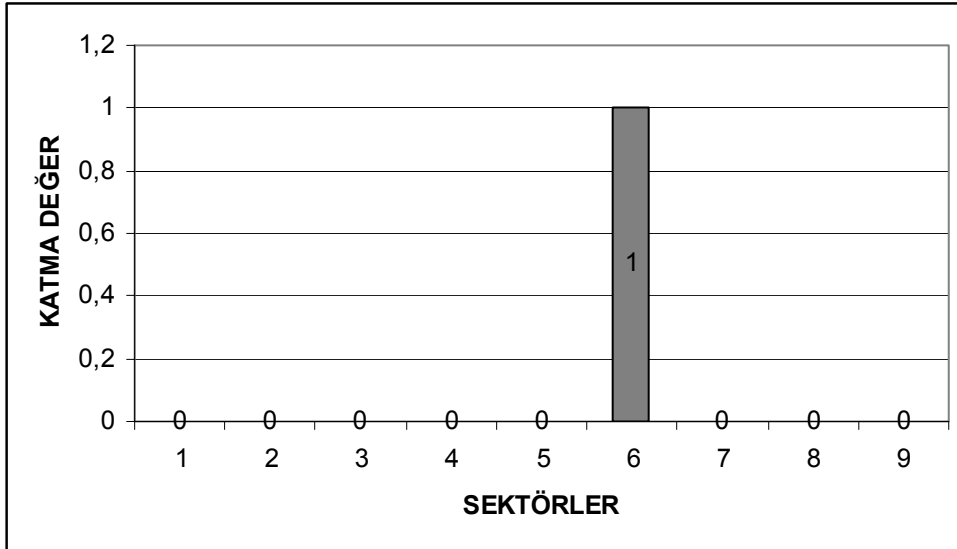


## BATMAN İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İSTİHDAM ORANLARI



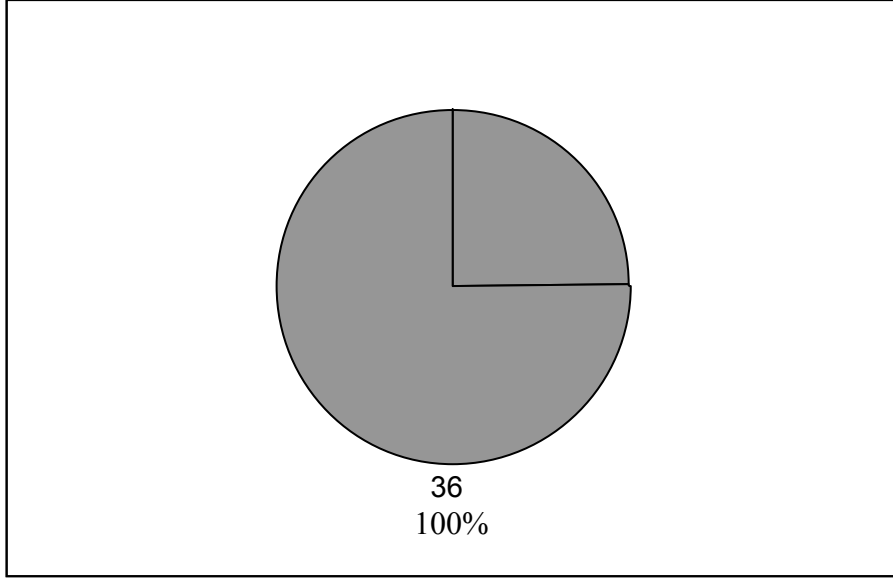
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili,KOSGEB Yayını,AB Ofset,Ankara.

## BATMAN İLİNDE SEKTÖREL BAZDA KATMA DEĞER (MİLYAR TL)



**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## BATMAN İLİNDE SEKTÖREL BAZDA KATMA DEĞER ORANLARI



**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

### Merkezi Batman İlinde Bulunan Firmaların İhracat Rakamları

	İhracatçı Firma Sayısı	İhracat Değeri (\$)
2001	5	963.585
2002	12	599.993
2003	16	3.2005.517
2004	29	15.518.435

**Kaynak:** www.dtm.gov.tr\IHR\Strateji2004\kitap-plan.pdf

## EK-4.2.DİYARBAKIR İLİ SOSYAL VE EKONOMİK GÖSTERGELERİ

### DİYARBAKIR İL PROFİLİ

YÜZ ÖLÇÜMÜ	15.355 km <sup>2</sup>
NÜFUSU	1.094.996 (1990)
NÜFUS YOĞUNLUĞU	Km <sup>2</sup> 'ye 71 kişi
KOMŞU OLDUĞU İLLER	Malatya, Elazığ, Bingöl, Muş, Batman, Mardin, Ş.Urfa,Adıyaman
İLÇELERİ	Merkez, Bismil, Çermik, Çınar, Çüngüş, Dicle, Eğil, Ergani, Hazro, Kocaköy,
KÖY SAYISI	743
ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ SAYISI	---
KÜÇÜK SANAYİ SİTELERİ SAYISI	6 (Toplam 1177 işyeri)
KOS İŞLETMELERİNİN İŞYERİ SAYISI	1.265
KOS İŞLETMELERİNDE İSTİHDAM	4.569
KOS İŞLETMELERİNİN YARATTIĞI KATMA DEĞER (MİLYAR TL)	77

**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili,KOSGEB Yayını,AB Ofset,Ankara.

Diyarbakır ilinde ölçeksel bazda işyeri sayıları;

1-9 ölçeğinde;1.237, 10-49 ölçeğinde; 26, 50-99 ölçeğinde; 1,100-199 ölçeğinde;1'dir. Ölçek aralıkları itibariyle küçük ölçekli sanayide 4.293, orta ölçekli sanayide 276 kişinin istihdam edildiği görülmektedir.

10-49 ölçeğinde işletmelerin 46 Milyar TL'lik, 50-199 ölçeğindeki işletmelerin ise 31.7 Milyar TL'lik bir katma değer yarattıkları gözlenmektedir.

İl'de KOS işletmelerinin yoğun olarak faaliyet gösterdiği sektörler aşağıda verilmiştir.

Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi; 357 (%29), Gıda, İçki ve Tütün Sanayi; 333 (%26), Metal Eşya Sanayi;307 (%24),Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi;179 (%14) KOS işletmesi faaliyet göstermektedir.

KOS işletmelerinin istihdamının ağırlıklı olduğu sektörler şunlardır.

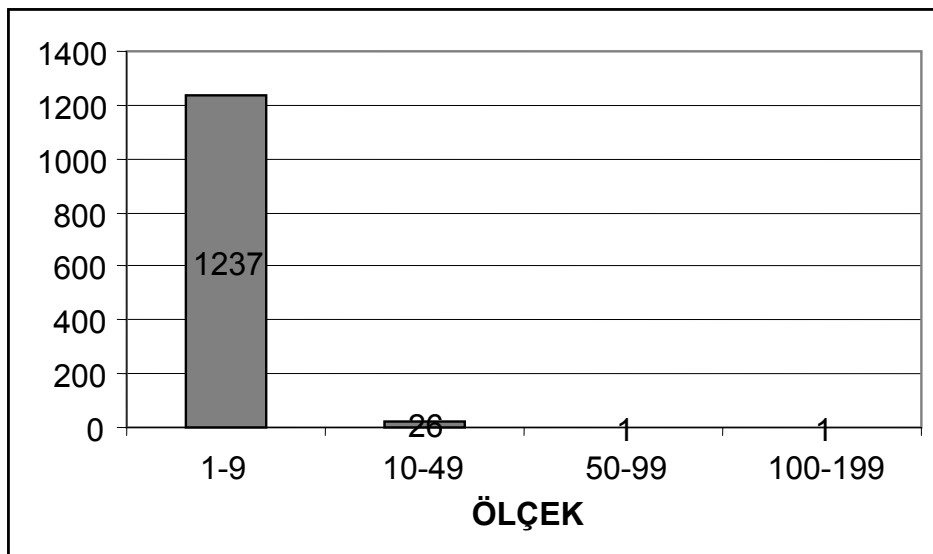
Gıda, İçki ve Tütün Sanayi;1.918 (%41),Metal Eşya Sanayi; 805 (%18),Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi ; 793 (%17),Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi;490 (%11),Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi;349 (%8)

Diyarbakır ilinde KOS işletmelerinin yarattıkları katma değerde önem arzeden sektörler şu şekilde gerçekleşmektedir:

Gıda, İçki ve Tütün Sanayi; 59 Milyar TL (%76), Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi;9 Milyar TL (%12), Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi;7 Milyar TL (%9)

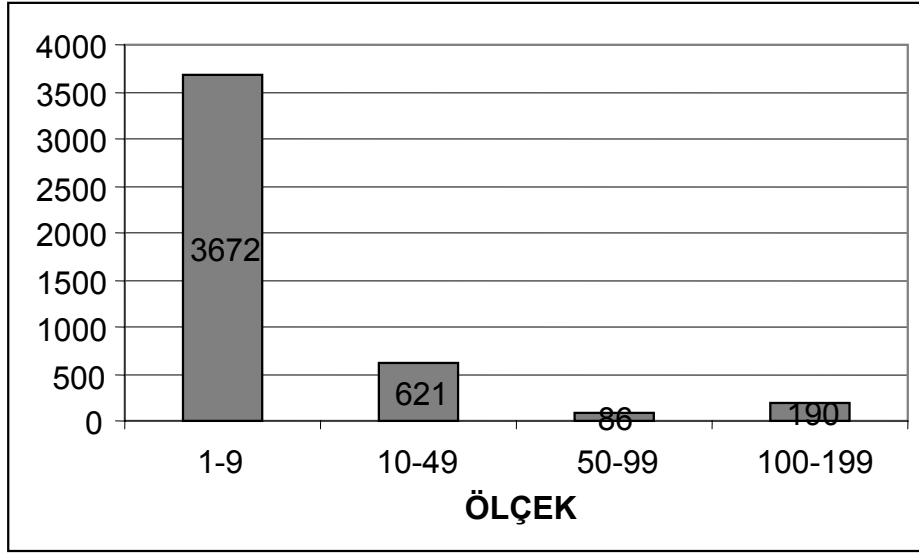
Diyarbakır'da KOS işletmelerinin profilini gösteren grafikler aşağıda verilmiştir (Koçak, Başmanav, 1997:32-33).

### DİYARBAKIR İLİNDE ÖLÇEKSEL BAZDA İŞYERİ SAYILARI



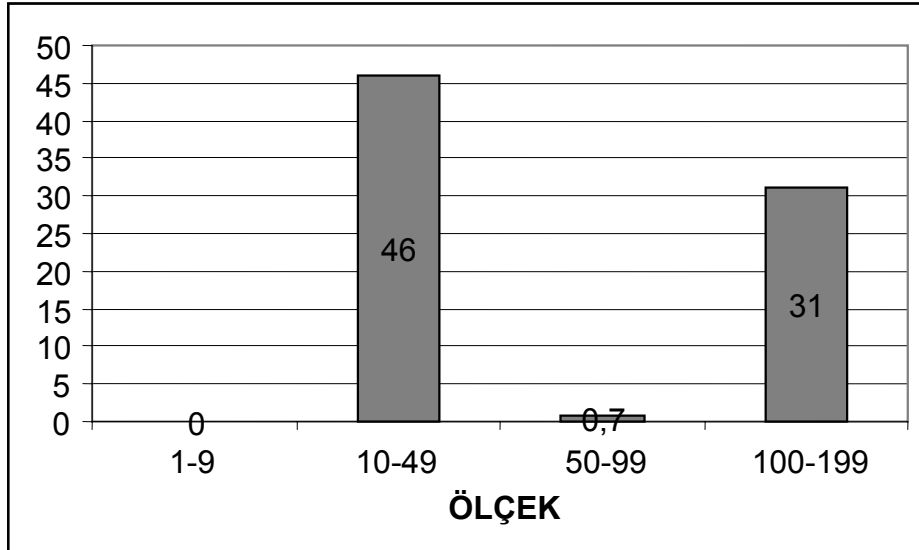
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset , Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE ÖLÇEKSEL BAZDA İSTİHDAM



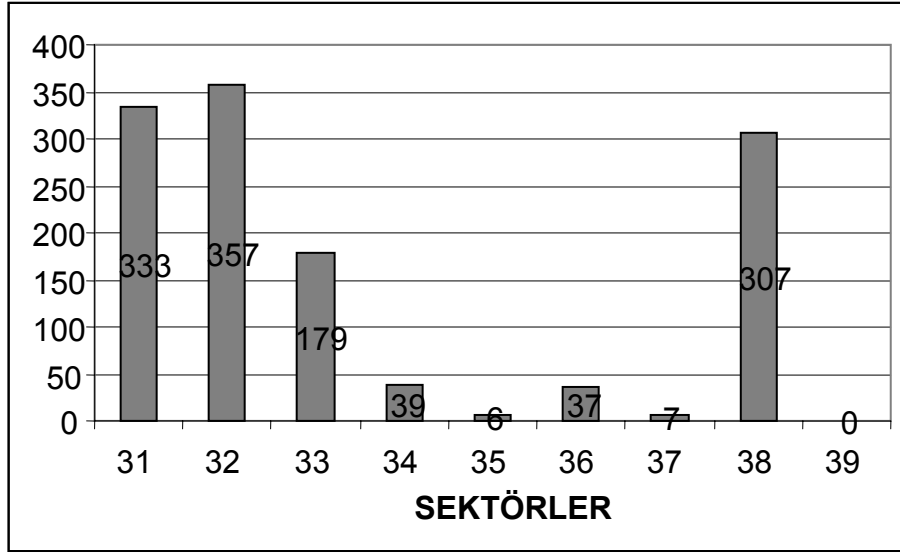
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset,Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE ÖLÇEKSEL BAZDA KATMA DEĞER(MİLYAR TL)



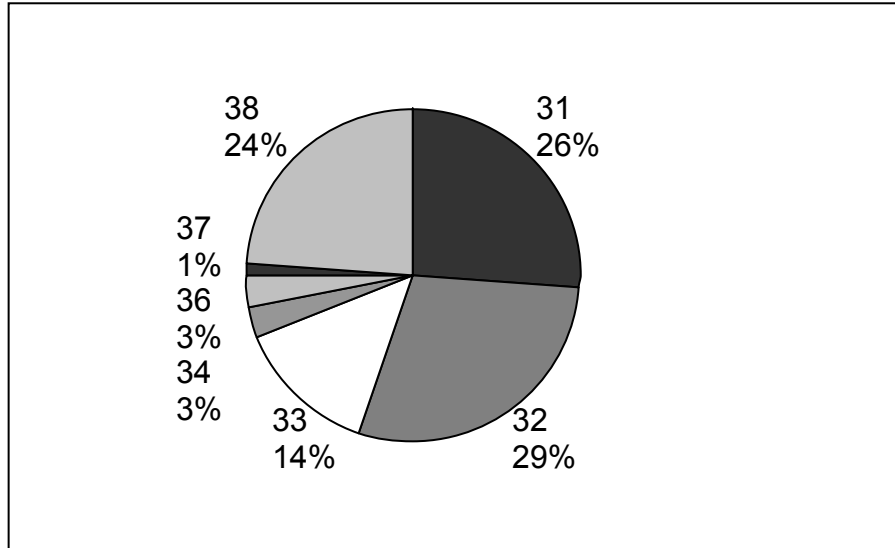
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İŞYERİ SAYILARI



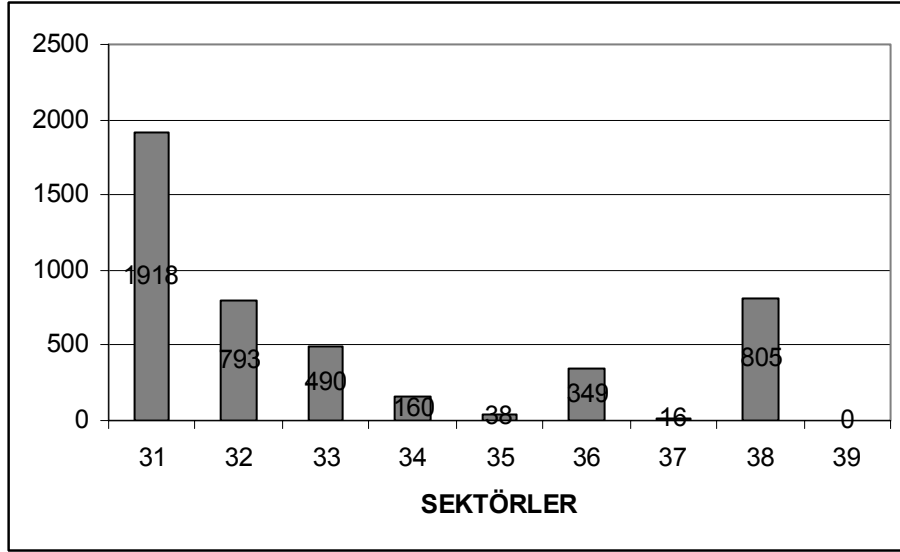
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İŞYERİ ORANLARI



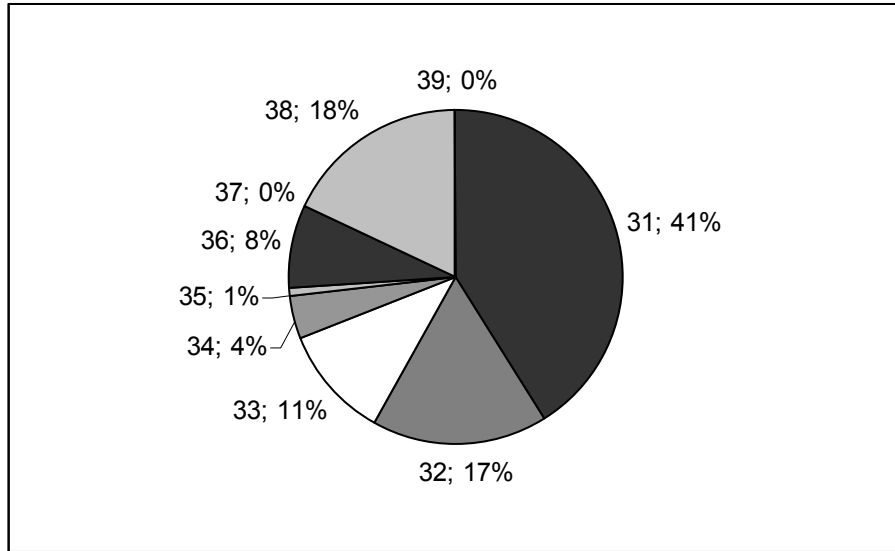
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset,Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İSTİHDAM



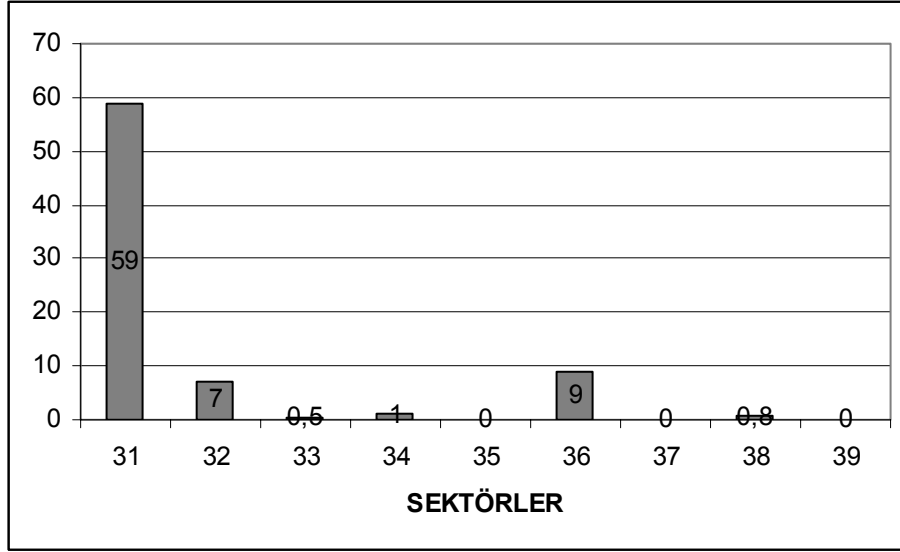
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE SEKTÖREL BAZDA İSTİHDAM ORANLARI



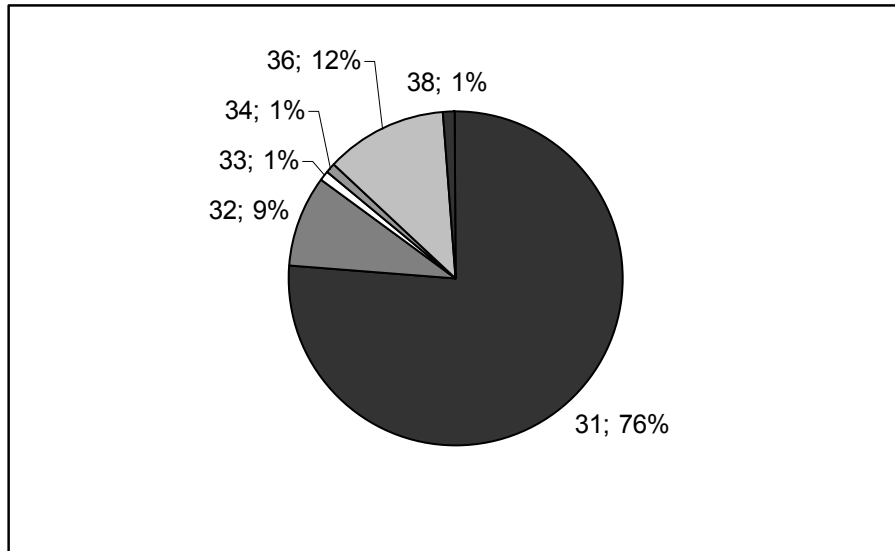
**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE SEKTÖREL BAZDA KATMA DEĞER(MİLYAR TL)



**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.

## DİYARBAKIR İLİNDE SEKTÖREL BAZDA KATMA DEĞER ORANLARI



**Kaynak:** Servet Koçak, Seçil Başmanav,(1997) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Profili, KOSGEB Yayını, AB Ofset, Ankara.



### Merkezi Diyarbakır İlinde Bulunan Firmaların İhracat Rakamları

	İhracatçı Firma Sayısı	İhracat Değeri (\$)
2001	18	7.895.001
2002	17	6.810.669
2003	31	11.824.053
2004	55	35.237.826

**Kaynak:** www.dtm.gov.tr\IHR\Strateji2004\kitap-plan.pdf