

**T.C.
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

İŞLETME ANABİLİM DALI

**KOBİ'LERİN ULUSLARARASI PAZARLARDA
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÖRGÜTLENME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Taner SUBAŞI**

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Münevver ÇETİN**

İstanbul - Mayıs, 2006

İÇİNDEKİLER

ÇİZELGELER LİSTESİ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1. KOBİ KAVRAMI VE TARİHÇESİ	4
1.1. Türkiye ‘de KOBİ ‘lerin Tanımı, Gelişimi Ve Yapısı	6
1.2. Türkiye ’de KOBİ Tanımı	8
1.3. AB Ülkelerinde KOBİ Tanımları	10
BÖLÜM 2: KOBİ ‘LERİN ÖNEMİ VE SORUNLARI.....	13
2.1. KOBİ ‘lerin Toplumsal Ve Ekonomik Rollerini	13
2.1.1. KOBİ ‘lerin Ülkemizdeki Durumu	19
2.2. KOBİ ‘lerin Genel Sorunları ve Tesbitinin Önemi	23
2.2.1. Örgütlenme Ve Yönetim Sorunları	24
2.2.2. Tedarik Sorunları	30
2.2.3. Üretim Yönetimi İle İlgili Sorunlar	30
2.2.4. Pazarlama Yönetimi İle İlgili Sorunlar	32
2.2.5. Finansal Yönetim İle İlgili Sorunlar	34
2.2.6. Muhasebe Yönetimi İle İlgili Sorunlar	39
2.2.7. İnsan Kaynakları Yönetimi İle İlgili Sorunlar	39
2.2.8. Halkla İlişkiler İle İlgili Sorunlar	41
2.2.9. Ar-Ge İle İlgili Sorunlar	42
2.2.10. Karar Alma İle İlgili Sorunlar	43
2.2.11. Dış Ticaret İle İlgili Sorunlar	44
2.2.12. KOBİ ‘lere Destek Veren Kurumlar Ve Uygulanan Destek Programları	44
2.2.13. Dünya ‘da KOBİ ‘lere Sağlanan Destekler	55
BÖLÜM 3: DIŞ TİCARET VE KOBİLER	61
3.1. Ülkemizde Dış Ticaretin Gelişimi.....	62
3.2. KOBİ ‘lerin Dış Ticarete Katkısı	75
3.3. KOBİ ‘lerde Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunlar	76
3.4. KOBİ ‘lerin Çözüm Seçenekleri.....	84
3.4.1. E-Ticaret	84
3.4.2. Stratejik İş Birlikleri:	85
3.4.3. Veri Tabanlı Pazarlaması	87
3.4.4. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri	88

3.4.5. Takas (Barter)	89
3.4.6. Fuarlar	89
3.4.7. Teşvik Ve Destekler	90
3.5. Ülkemizde KOBİ 'lere Sağlanan Dış Ticaret Destekleri	92
3.5.1. İhracata Yönelik Devlet Yardımları	92
3.5.2. AB Üyesi Ülkeler'de KOBİ 'lere Uygulanan Destek Programları	98
3.5.3. A.B.D.'de KOBİ'lere Sağlanan İhracat Destekleri	106
3.5.4. Japonya'da Kobi'lere Sağlanan İhracat Destekleri	107
BÖLÜM 4: KOBİ 'LERDE ÖRGÜTLENME.....	109
4.1. KOBİ 'lerin İhracatta Örgütlenme Nedenleri	109
4.2. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Mevzuatı	112
4.2.1. SDS'nin Kuruluşu İçin Gereken Belgeler	114
4.2.2. SDS'ni Oluşturan Ortakların Sorumlulukları	115
4.3. Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Mevcut Yapısı	116
4.4. Türkiye 'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Performansları.....	117
4.5. KOBİ 'lerin SDS 'lerden Beklentileri Ve Katılma Sebepleri	118
4.5.1. SDS'lerin Yararları	120
4.6. SDS 'lerin Ve KOBİ 'lerin Dış Ticaretimize Etkileri	121
4.7. Bir İhracatı Teşvik yöntemi olarak SDS'ler	122
4.7.1- Finansman Destekleri	122
4.7.2- Özel Destekler	122
4.7.3- SDS'lere Bürokratik İşlemlerin Azaltılmasına Yönelik uygulamalar	123
BÖLÜM 5: KOBİ'LERİN DIŞ PAZARLARA AÇILMADA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA	124
5.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Yöntemi.....	124
5.1.1. Araştırmanın Amacı	124
5.1.2. Araştırmanın Modeli.....	124
5.1.3. Veri Toplama Yöntemi.....	124
5.1.4. Örnekleme.....	125
5.2. Araştırma Bulguları Ve Değerlendirme	125
5.2.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Genel Profili	125
5.3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Dış Pazarlara İlişkin Bilgilerinin Değerlendirilmesi.....	126
5.3.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Dış Ticaret İle İlgili Bilgileri	126
5.4. Anketi Yanıtlayan Kişilere İlişkin Bilgilerin Değerlendirilmesi	129
5.4.1. Anketi Yanıtlayan Kişilere İlişkin Bilgiler	129
SONUÇ.....	131
EK 1. SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ LİSTESİ.....	135
EK 2. KOBİLERE YÖNELİK FİNANSAL DESTEKLER VE YARDIMLAR...137	

EK 3. ANKET ÖRNEĞİ.....	146
EK 4. AVRUPA BİRLİĞİ ÜYE DEVLETLER DÜZEYİNDE KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERLE İLGİLİ OLARAK ALINAN ÖNLEMLER.....	147
EK 5. SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ BAŞVURU FORMU.....	166
KAYNAKÇA	171

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1.	Türkiye 'de KOBİ Tanımı	Syf : 9
Çizelge 2.	Türkiye'de İmalat Sanayinde İşletmelerin Ölçeksel Dağılımı	Syf : 14
Çizelge 3.	Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ 'ler	Syf : 15
Çizelge 4.	İmalat Sanayi Girişimlerinin Sayısı ve Yüzdesi	Syf : 19
Çizelge 5.	İmalat Sanayinin Ortalama Çalışanlar Açısından Dağılımı	Syf : 20
Çizelge 6.	Girişimlerin Ölçeksel Dağılımı	Syf : 20
Çizelge 7.	İmalat Sanayi Girişimleri Ölçeksel Dağılımı	Syf : 20
Çizelge 8.	Türkiye 'deki imalat işletmeleri	Syf : 22
Çizelge 9.	İşletme Geliştirme Merkezleri ve Teknoloji Geliştirme Merkezleri Tarafından Desteklenen İşletmeler	Syf : 46
Çizelge 10.	Kredi Garanti Fonu kapsamında garanti/kefalet istatistikleri	Syf : 50
Çizelge 11.	KOBİ Teşvik Belgelerinin Mahiyetlerine Göre Dağılımı	Syf : 54
Çizelge 12.	ABD'de KOBİ 'lere Sağlanan Destekler	Syf : 58
Çizelge 13.	Japonya'da KOBİ 'lere Finansman Kolaylıkları Sağlayan Kurumlar	Syf : 59
Çizelge 14.	Japonya'da KOBİ 'lere Sağlanan Destekler	Syf : 60
Çizelge 15.	1830-1911 Osmanlı İmparatorluğu İhracat ve İthalatı ve Başlıca Ülkelere Göre Dağılımı	Syf : 63
Çizelge 16.	1923 ve 1924 Yıllarında Başlıca Maddeler İhracat ve İthalatı (Milyon Lira)	Syf : 65
Çizelge 17.	1990-2004 Yılları Arasında Türkiye'nin Dış Ticareti (Milyon \$)	Syf : 70
Çizelge 18.	Ülkeler ve Sektörel Olarak Türkiye'nin İhracatı	Syf : 73
Çizelge 19.	Ülkeler ve Sektörel Olarak Türkiye'nin İthalatı	Syf : 74
Çizelge 20.	Stratejik birleşmeler artış oranları	Syf : 86
Çizelge 21.	Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kuruluş Yılı	Syf : 125
Çizelge 22.	Araştırmaya Katılan İşletmelerin Personel Durumu	Syf : 125
Çizelge 23.	Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kalite Güvence Belgesi Durumları	Syf : 126
Çizelge 24.	Araştırmaya Katılan İşletmelerin İhracat Durumu İhracat Yapıp/Yapmama Durumu	Syf : 126
Çizelge 25.	Fuarlara Katılma Durumu	Syf : 126
Çizelge 26.	E-Ticaret Yapma/Yapmama	Syf : 127
Çizelge 27.	İnternette Web Sitesi	Syf : 127
Çizelge 28.	Dış Ticaret Şirketine Üyelik Durumu	Syf : 127
Çizelge 29.	Stratejik İşbirliği	Syf : 127

Çizelge 30.	Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunların Önem Derecelerine Göre Sıralanması	Syf : 128
Çizelge 31.	Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunların Çözümünde Etkili Olabilecek Faktörlerin Önem Derecelerine Göre Sıralanması	Syf : 128
Çizelge 32.	Eğitim Durumu	Syf : 129
Çizelge 33.	İşletmedeki Çalışma Süresi	Syf : 129
Çizelge 34.	Görev Dağılımları	Syf : 130

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.	KOBİ 'lerin İllere Göre Dağılımı	Syf : 22
Şekil 2.	Gayri safi milli hasıla (cari alıcı fiyatlarıyla Milyon ABD Doları)	Syf : 69
Şekil 3.	Türkiye'nin yıllara göre ithalat ve ihracat hacmi	Syf : 70
Şekil 4.	İhracatın GSMH 'ye oranı	Syf : 71
Şekil 5.	İthalatın GSMH'ya Oranı	Syf : 72
Şekil 6.	Dış Ticaretimizin GSMH İçindeki Payı	Syf : 72
Şekil 7.	Türkiye İhracat ve İthalatının Dünya Ticareti İçindeki Payı	Syf : 73

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
a.g.e	adı geçen eser
Ar-Ge	Araştırma Geliştirme
AT	Avrupa Topluluğu
OŐ	ok Ortaklı Şirket
DİE	Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müteşarlığı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
DTŐŐ	Dış Ticaret Sermaye Şirketi
GSMH	Gayr-i Safi Milli Hasıla
İGEME	İhracatı Geliştirme Şirketi
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOS	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmesi
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı
SDŞ	Sektörel Dış Ticaret Şirketi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOSYÖV	Türkiye Orta Ölçekli Sanayi Mensupları ve Yöneticileri Vakfı
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

GİRİŞ

Sanayi Devriminin başladığı 18.Yüzyıl'ın ikinci yarısından 1970'li yılların başlarına kadar devam eden süreçte sosyal, ekonomik, politik ve özellikle üretim teknolojisindeki hızlı değişimler işletmeleri başta finansman ve insan kaynağı olmak üzere çeşitli rekabet sorunlarıyla karşı karşıya bırakmıştır. Dünya genelinde yaşanan bu gelişmeler, işletme ölçeklerinin esneklik gücünün yeniden gözden geçirilmesini gündeme getirmiş, özellikle iletişim, bilgisayar gibi alanlardaki değişme ve gelişmelere büyük ölçekli işletmelerin uyumda zorlanması, ekonomik ve siyasi konjunktürdeki değişimler karşısında hareket kabiliyetlerinin sınırlı olması ile büyük işletmelerin “ekonomik gelişmenin motoru olduğu” düşüncesi yavaş yavaş önemini kaybetmiş, başarılı yenilikler yapmada üstün sayılan ve mülkiyetin tabana yayılmasına, sosyal yapıdaki istikrarın ve demokratik sürekliliğin sağlanmasına büyük katkısı olduğu vurgulanan küçük ve orta ölçekli işletmelerin önem kazanmasına neden olmuştur. Çünkü serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde, gerek ulusal pazarlarda gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin sürdürülmesine büyük katkısı olan KOBİ' ler endüstriyel yapının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır.

Türkiye'nin 90'lı yıllarda farkına vardığı KOBİ 'lerin ekonominin temel direği olduğu gerçeğinin artık her kesim tarafından kabul edilmeye başladığı günümüzde Türkiye'nin toplam sanayi işletmelerinin yüzde 98 'ini sayıları 200.000 'i aşan KOBİ 'ler oluşturmaktadır. KOBİ 'lerin ihracat içindeki payı ise bu oranların oldukça altında olup %8 seviyesinde seyretmektedir. (DTM, 2002)

Ülkemizde KOBİ 'lerin tek başlarına ihracatta kalıcı bir başarı sağlamaları; iyi bir organizasyon, bilgi, deneyim, sermaye ve kadro gerektirmektedir. Misyonunu KOBİ 'leri ölçek ekonomisinden yararlandırarak, onların mal ve hizmet tedarik maliyetlerini düşürmek, finansman sorunlarını çözmek, yurt içi ve yurt dışı satış organizasyonlarını kurmak üzere oluşturulacak olan organizasyonların KOBİ 'lerin global pazarlarda rekabet etme güçlerini artıracığı bir gerçektir

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

Bu çalışma, altı ayrı bölümde düzenlenmiştir. Birinci bölümde çalışmamızın genel hatları anlatılmıştır. KOBİ Kavramı ve Tarihçesi başlığını taşıyan birinci bölümde; “KOBİ 'lerin Dünya 'da ve Türkiye 'de gelişimi, Türkiye' de KOBİ tanımı; AB ve Avrupa ülkelerinde KOBİ tanımları; ABD' de KOBİ tanımı; Japonya ve Asya ülkelerinde KOBİ tanımları” ele alınmıştır.

KOBİ' lerin önemi ve sorunları başlığını taşıyan ikinci bölümde; “örgütlenme ve yönetim sorunları; tedarik sorunları, üretim yönetimi ile ilgili sorunlar; pazarlama yönetimi ile ilgili sorunlar; finansal yönetim ile ilgili sorunlar; muhasebe yönetimi ile ilgili sorunlar; insan kaynakları yönetimi ile ilgili sorunlar; halkla ilişkiler ile ilgili sorunlar; Ar-ge ile ilgili sorunlar; karar alma ile ilgili sorunlar ve ihracat ile ilgili sorunlar” üzerinde durulmuş ve “ekonomik ve toplumsal kalkınmada KOBİ' lerin önemi” vurgulanmıştır. Ayrıca bu bölümde; “Türkiye' de KOBİ 'lere destek veren kurum-kuruluşlar ve uygulanan destek programları; AB ve Avrupa ülkelerinde KOBİ 'lere sağlanan destekler; ABD 'de KOBİ 'lere sağlanan destekler ile Japonya' da KOBİ' lere sağlanan destekler” açıklanmıştır.

Ülkemizde Dış Ticaretin Gelişimi ve KOBİ'lerin katkısının incelendiği üçüncü bölümde; KOBİ 'lerin Dış pazarlara açılmada karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlar için ülkemizde ve dünya da sağlanan desteklerden örneklere yer verilmiştir.

Dördüncü bölümde ise; KOBİ 'ler için ihracatta örgütlenmeleri üzerinde durulmuş, neden ihracatta örgütlenmeye ihtiyaç duyulduğu ve etkilerinin ne olduğu ele alınmıştır.

Beşinci bölümde; bu araştırmaya temel teşkil eden bir alan çalışması yapılmıştır. Bu bir pilot -anket- uygulaması olup daha sonraki araştırma ve çalışmalarımız için geniş bir araştırmanın ve alan çalışmasının yapılabilmesine olanak vermesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışma, sonuç ve önerilerin sıralanması ile bitirilmiştir.

BÖLÜM 1. KOBİ KAVRAMI VE TARİHÇESİ

Günümüzde bir yandan teknolojinin hızla gelişmesi, diğer yandan rekabetin giderek küreselleşmesi ve artması ekonomik yapıda önemli değişiklikleri zorunlu hale getirmektedir. Yaşanmakta olan global yeniden yapılanma sürecinin uluslararası ekonomik yapıda ve ulusal ekonomilerde makro açıdan ortaya çıkardığı gelişmeler çerçevesinde günümüzde işletmelerin nasıl başarılı olacağı ve geleceğin işletmelerinin niteliğinin ne olacağı gibi sorular mikro ekonomik düzeyde ilgilerin odak noktasını oluşturmaktadır. Geleneksel örgütler için başarının genel şartları olarak kabul edilen unsurlar artık günümüzün kurum ve kuruluşları için yeterli olamamaktadır. İş dünyasının hemen hemen tüm kurallarını ters yüz eden ekonomik yapıdaki global ve makro değişimler işin ve işyerinin yeniden örgütlenmesini zorunlu kılmaktadır.

Teknolojik gelişimin en önemli etkilerinden birisi, sanayi ötesi ekonomilerde işin ve buna bağlı olarak işyerinin, yeni teknolojik gelişmelere adapte olabilecek şekilde yeniden örgütlenmesini zorunlu kılmasıdır. Bir başka ifade ile teknolojik alandaki hızlı değişimler işin ve işyerinin niteliklerini değiştirerek mikro açıdan işletmeler düzeyinde çok önemli değişimleri gündeme getirmektedir. Bu alandaki gelişmeler literatürde “işin ve işyerinin yeniden örgütlenmesi” süreci olarak adlandırılmaktadır (Kurtulmuş, 1996: 127). İşletme düzeyinde mikro değişimler bir taraftan dünya ekonomisindeki yapısal değişimlerle, diğer taraftan gelişen teknoloji ve uluslararası pazar şartlarına uygun olarak (rekabet edilebilirliğe kavuşmak için) işin yeniden organizasyonu şeklinde gelişmektedir.

Tarıma dayalı geleneksel toplumda, üretim evlerde el tezgahlarında küçük ölçekli atölye tipindeki işletmelerde yapılırken (Balci, 1996: 78), buharlı makinelerin devreye girmesiyle önce makineli üretim yapan büyük atölyelerde, sonra giderek artan ölçüde kitle üretimi yapan fabrikalarda yapılmaya başlanmıştır. Sanayi devrimi olarak adlandırılan bu değişim-dönüşüm dalgasıyla “büyüklük” bir tutku haline gelmiştir. (Toffler, 1996: 319; Müffüoğlu, 1993: 29-30). Sanayi devrimi ile ortaya çıkan üretim tarzı, makine ağırlıklı sermaye-yoğun tekniklere dayanmaktadır. “Gerçekleşen teknolojik gelişmeler sonucunda, üretim otomatik makinelerle yapılmaya başlanmış ve böylece daha verimli olan büyük ölçekli üretim mümkün hale gelmiştir. Yani, seri ve kütleli bir

üretim tarzına geçilmiştir. Sanayi devrimi ile ortaya çıkan üretim tarzı, makinelere ve teknolojiye bağımlı, esnek olmayan, katı bir üretim tarzı, katı bir iş yeri ve katı bir endüstri ilişkileri söz konusudur” (Balci, 1996: 80).

Büyük çapta üretim (kütlevi üretim), büyük ölçekli işletme kurmayı ve kitlesel çalışmayı getirmiştir. Diğer taraftan büyüklüğün sağladığı maliyet tasarrufları da düşünüldüğünde işletmelerin çapını genişletme ve büyük ölçekli işletmeler kurmak zorunlu bir hale dönmüştür. Ayrıca bu yaklaşım “ölçek ekonomilerini” kavramıyla teorik bir tabana da oturtularak bilimsel bir dayanağa kavuşturulmuştur (Müftüoğlu, 1993: 30). Böylece çok sayıda standart ürünlerin üretildiği seri üretim sisteminde, firmalar, maliyetlerini azaltmak ve ölçek ekonomilerinden yararlanabilmek için, ölçeklerini büyütme eğilimi içine girmişlerdir.

Ölçek ekonomileriyle oluşan içsel ekonomiler, birim başına ortalama maliyeti azaltarak “ölçeğe göre artan getiri” sonucunu doğurmuştur. Bu sonuç, firmaları sürekli büyümeye teşvik etmiştir. Ne kadar büyükse o kadar iyidir anlayışı, dev firmaların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dolayısıyla bu yıllarda, kısaca KOBİ olarak adlandırılan, “küçük ve orta boy işletmelerin” gerek ekonomik ve gerekse sosyal yapı içindeki önemi ikinci plana itilmiştir. Tüm bu gelişmeler sonucunda, büyük ölçekli işletmelere yönelik destek ve teşvikleri öngören politikalara ağırlık verilmiş ve her bakımdan desteklenmişlerdir. Bu eğilim 1970 'lere kadar sürmüştür. Ancak 1970 'lerde ardı ardına gelen petrol krizinin neden olduğu durgunluktan (krizden), büyük ölçekli işletmelerin hızla etkilenerek üretim ve finansman dar boğazına girdiklerine tanık olunmuştur. Bu işletmelerin (büyük işletmelerin), kriz ortamından daha çabuk etkilenmeleri ve dünya konjonktürüne adapte olmakta güçlük çekmeleri, bunlara olan güvenin sarsılmasına yol açmıştır. Nitekim, yaşanan ekonomik kriz neticesinde büyük ölçekli sanayi kuruluşları üretimlerini kısmak, istihdamı düşürmek ve krizden “küçülerek kurtulmak” zorunda kaldığı görülmüştür. Buna karşılık söz konusu yıllara kadar, üretim sürecinde geri plana atılan küçük ve orta boy işletmelerin ise, yaşanan ekonomik krize rağmen, kendilerini daha çabuk toparlamaları, piyasa koşullarına, büyük işletmelere nazaran daha kolay uyum sağlamamaları ve ekonomik yapıdaki boşlukları doldurma da gösterdikleri başarı, bu işletmelerin desteklenmesi yönündeki görüşlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ayrıca, küçük ve orta boy işletmelerin, bu dönemde daha fazla beden gücü (el emeği),

daha az nitelikli eleman ve otomasyon gerektirmeyen konularda üretim programlarını devam ettirebilmeleri, dikkat çekici bir özellik olmuştur. Bu gelişmeler sonucunda, sanayi devriminden bu döneme (1970'lere) kadar kabul görmüş olan, klasik ölçek ekonomisi yaklaşımının, her alanda geçerli olduğu düşüncesinden uzaklaşma başlamış ve yerini, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ön planda olduğu “esnek üretim” sistemlerine bırakmıştır. (İzSiAD, 1993: 15).

Nitekim, dünya ekonomisinde yaşanan son gelişmeler, pek çok büyük firmanın üretimde ölçek ekonomilerine ulaşmaktan vazgeçerek, büyüklük içinde küçük firmalar yaratarak; verimliliğin artırılması, tüketici tercihlerindeki değişmelerin daha hızlı ve gerçekçi yakalayabilme yönündedir (Uludağ vd, 1991: 25).

1.1. Türkiye ‘de KOBİ ‘lerin Tanımı, Gelişimi Ve Yapısı

1930’lu yılların başından itibaren devletçi bir ekonomik politikaya geçilmiş ve iktisadi devlet teşekkülleri kurularak devlet tarafından yürütülmesini öngören sanayi ve kalkınma planları yürürlüğe konulmuştur. Büyük ölçeklerde işletme kurulması ve büyüklüğün sağladığı maliyet tasarrufundan yararlanılması, o yıllarda tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de tartışmasız kabul gören bir genel yaklaşım olmuştur. Bu anlayış ve uygulamaların neticesinde, küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından yerine getirilmesi mümkün olan mal ve hizmet üretimlerin büyük bir bölümü devlet tarafından üstlenilmiştir. Bu durum, KOBİ ‘lerin geliştirilmesini ve yurt düzeyine yaygınlaştırılmasını adeta engellemiştir.

Ülkemizde, küçük ve orta ölçekli işletmelerle ilgili tartışmalar daha ziyade 1980’li yıllardan itibaren yoğunluk kazanmış ve gerek bilim adamlarının gerekse politikacıların dikkatlerini üzerlerine çekmişlerdir. Bunda, ülkemizde politikacılar üzerinde her dönemde oldukça etkili olan Anadolu sanayii ve ticaret çevrelerinin siyasetçiler tarafından tatmin edilmeye çalışılması, 1983 yılının AB’nde KOBİ yılı ilan edilmesi ile başlayan KOBİ programları geliştirme sürecinin ülkemiz üzerine etkisi, 1980 yılından sonra başlatılan ihracata dayalı büyüme stratejisindeki tıkanıklıkları açma yolunda yeni politikalara ve araçlara duyulan ihtiyaç, başlıca etkenler olmuştur (Ertaş,

1999: 35). Başta KOSGEB olmak üzere, çeşitli kamu kuruluşlarında KOBİ 'lere destek çalışmaları başlatılmıştır.

KOBİ 'ler özellikle yerel faaliyet gösteren girişimler olarak ekonominin temel dinamiğini oluşturmaktadırlar. Buna bağlı olarak sahip olduğu özellikleri şöyle sıralayabiliriz; (<http://www.denizli2000.com>, 30 Kasım 2004)

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaktadır,
- Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkanı yaratmaktadır,
- Esnek yapıları sayesinde ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir,
- Talep değişikliklerine daha kolay uyum gösterebilmektedir,
- Teknolojik yeniliklere daha yatkındır,
- Bölgelerarası dengeli kalkınmayı sağlar,
- Gelir dağılımındaki çarpıklıkları asgariye indirir,
- Ferdi tasarrufları teşvik eder, yönlendirir ve hareketlendirir,
- Büyük sanayi işletmelerinin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısıdır,
- Politik ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsurudur,
- Demokratik toplumun ve liberal ekonominin ana sigortalarından biridir.

KOBİ 'lerin yapısı ve ekonomideki rolü ülkeden ülkeye sosyo-ekonomik yapıya bağlı olarak değişebilmektedir. Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkeler KOBİ 'lerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunabilmesi için gerekli şartları hazırlayacak politikaları geliştirmekte ve yürürlüğe koymaktadır.

Uygulamaya konulacak politikaların hedef kitlesinin belirlenmesi amacıyla, kendi ekonomisinin gereklerine göre bir veya Türkiye'de de olduğu gibi birden fazla KOBİ tanımı ortaya konulmaktadır.

KOBİ tanımı, genel olarak iki ana kriter çerçevesinde yapılmaktadır. Nitel kriterler ve nicel kriterler. (Müftüoğlu, 1993: 75)

Nitel Kriterler :

- İşletmenin içinde yer aldığı sektörde küçük bir yere sahip bulunması
- Çoğu kez işletme yöneticisinin aynı zamanda işletmenin sahibi olması
- İşletme sermayesinin tümünün veya büyük bir bölümünün işletme sahibine ait olması
- Sermayesinin genelde sınırlı veya yetersiz oluşu
- Genelde hiç veya yeterli sayıda uzman eleman (mühendis, işletmeci v.b.) istihdam edememesi
- Yönetim tekniklerinin uygulamaması veya yetersizliği

Nicel Kriterler :

- İşletmede istihdam edilen personel sayısı
- Sabit varlıkların miktarı
- Sabit varlıkların değeri
- Makina parkı değeri
- Toplam sermaye
- Kullanılan enerji miktarı
- Çalışma sermayesi
- Sabit sermaye
- Satış tutarı
- Kâr hacmi
- Piyasa payı v.d.

KOBİ kavramı her ne kadar sektörel ayırım yapılmadan tüm işletmeleri kapsayan bir kavramsa da, Türkiye’de de bugüne kadar yapılmış tanımlarda imalat sanayi KOBİ’leri baz alınmış ve destekler bu işletmelere yönelik olduğu için tanımlar bu işletmelerin özelliklerine göre yapılmıştır.

1.2. Türkiye ’de KOBİ Tanımı

Bütün ekonomilerin temel dinamiğini oluşturmalarına rağmen, bugün Dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Sanaslan,1994: 12). Zaten doğaları gereği bu işletmeler için kesin bir tanımlama yapmak

olanaksızdır. Sanayileşme düzeyine, işletmelerin bağlı oldukları işkollarına ve üretim tekniklerine bağlı olarak ülkeler arasında, hatta aynı ülkenin farklı bölgeleri ve işkolları arasında KOBİ tanımlamaları değişebilmektedir (Karataş, 1991: 25). KOBİ 'lere yönelik çalışan kurumların her biri kendine göre bazı tanımlar yapabilmektedirler. Tanımlardaki sınırlar, genellikle ülkelerin ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değişmektedir. Bu nedenle, KOBİ deyimi, hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşıyabilmektedir. Diğer ülkelerde olduğu gibi tüm bu tanımlamalarda kullanılan ölçüt, bir iktisadi teşebbüste istihdam edilen kişi sayısıdır.

Ülkemizde, TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı) 'ün yaptığı bir araştırmada 30'un üzerinde KOBİ tanımı olduğu ortaya çıkmıştır (Dilik, 1998: s:71) ancak genel olarak 3 kurumun yapmış olduğu KOBİ tanımları ön plana çıkmaktadır. Bunlar KOBİ 'lere vermiş olduğu çok sayıda destek ile Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), yatırım destekleri kapsamında Hazine Müsteşarlığı ile ihracat destekleri kapsamında Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) 'nın tanımlarıdır. Bunlara ek olarak verdikleri destekler kapsamında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve TOSYÖV'ün de tanımları aşağıda verilmiştir.

Çizelge 1. Türkiye 'de KOBİ Tanımı

KURUM ADI	İŞÇİ SAYISI	SABİT YATIRIM TUTARI
KOSGEB		
Küçük	1-50	--
Orta	51-150	--
HAZİNE MÜŞTEŞARLIĞI		
Küçük	10-50	€ 350.000
Orta	51-250	€ 350.000
DTM (Dış Ticaret Müsteşarlığı)		
KOBİ	1-200	€ 1.830.000
Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Tanımı		
Küçük	10-100	--
Orta	101-200	--
TOSYÖV		
Küçük	5-100	--
Orta	101-200	--

(Kaynak: <http://www.kosgeb.gov.tr>; Dünya'da ve Türkiye'de KOBİ Tanımları, 2000)

KOBİ 'lere yönelik politikaların geliştirilmesi, politikalar çerçevesinde uygulanacak programların planlanması ve bu konudaki araştırmaların yürütülmesinde bir standardın oluşturulması amacıyla ortak bir KOBİ tanımı belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Tanımlardaki ayrılık, işletmelerin farklı kuruluşlardan hizmet talep etmeleri halinde farklı değerlendirmelere tabi tutulmaları sonucunu doğurmakta, bu durum hizmet sunucularla hizmet talep edenler arasında anlayış farklılığına yol açmakta, uygulamaların etkinliğini azaltmakta ve hizmetlerde şeffaflığın sağlanmasının önünde önemli bir engel teşkil etmektedir. AB 'nin KOBİ tanımına uyumun sağlanması hususu, Türkiye 'nin, AB 'ye adaylık sürecinde Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanarak ülkemize sunulan İlerleme Raporlarında ve 2003 yılında Türkiye için hazırlanan Katılım Ortaklığı Belgesinin kısa vadeli tedbirleri arasında da vurgulanmaktadır. (DPT, 2004: 26)

Ülkemizde, KOBİ tanımlamasına ilişkin en son, 18 Ocak 2001 tarih ve 2429 sayılı KOBİ Teşvik Kararnamesi'nde yer alan tanımlama ise aşağıdaki gibidir:

“İmalat ve tarımsal sanayi sektöründe faaliyette bulunan işletmelerden; kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis taşıt araç ve gereçleri, döşeme ve demirbaşları toplamının net tutarı 400 milyar TL'yi geçmeyen işletmelerden; “1 ile 9 arası işğören çalıştıranlar mikro ölçekli, 10 ile 49 arası işğören çalıştıranlar küçük ölçekli, 50 ile 250 arası işğören çalıştıranlar ise orta ölçekli işletme sınıfına girmektedir.”

1.3. AB Ülkelerinde KOBİ Tanımları

Burada, Avrupa Birliği (AB)' nin KOBİ tanımı ile birlikte, Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya'daki KOBİ tanımlamalarına yer verilmiştir (Çetin, 1996: 35-45; Müftüoğlu, 1991: 42-113).

1.3.1. Avrupa Birliği (AB)

Avrupa Komisyonu 3 Nisan 1996 tarihinde aldığı (ve 1999 yılı sonu itibariyle de geçerli olan) kararla üye ülkeler için topluluk düzeyinde bir tanım tavsiye etmiştir. (EURO-Info, 88/EN)

Buna göre;

<u>Grup</u>	<u>İşçi Sayısı</u>	<u>Ciro</u>	<u>Bilanço</u>
Çok Küçük	x<10	--	--
Küçük	x<50	x<7 Milyon Avro	x<5 Milyon Avro
Orta	50-250	x<40 Milyon Avro	x<27 Milyon Avro

1.3.2. Dünya da KOBİ Tanımı

Dünya’da KOBİ tanımı yapılırken baz alınan ana kriterlerden biri işletmede çalışan işçi sayısıdır. Bazı ülkeler KOBİ’leri Çok Küçük (mikro), Küçük ve Orta diye ayırırken bazı ülkelerde bu ayrım görülmemektedir. Brezilya’da 1-100 arası işçi istihdam eden işletmeler KOBİ kapsamına alınırken, ABD ve Almanya’da üst sınır 500’e çıkmaktadır. ABD’de KOBİ tanımında işletmelerin yer aldığı sektördeki ağırlığı göz önüne alınarak, çok güçlü rakipler karşısında işletmenin ezilmesini engellemek için 500 işçinin de üzerine çıkabilmektedir. İşçi sayısının yanısıra yatırılan sermaye ve yıllık satış miktarı da baz alınan kriterlerdendir.

Ülkelere ve Temel Alınan Ölçütlere Göre Küçük ve Orta Boy İşletme Tanımı

Tanım İçin Temel Alınan Ölçüt

<u>Ülkeler</u>	<u>İşçi Sayısı</u>	<u>Yatırılan Sermaye</u>	<u>Yıllık Satış Miktarı</u>
----------------	--------------------	--------------------------	-----------------------------

A.B.D. (Sarıslan, 1996: 6)

Küçük	x<100		x<1 Milyon USD
Orta	100<x<500		

Almanya (Çetin, 1996: 35-45)

Küçük	x<50		x<2 Milyon DM
Orta	50<x<500		x<25 Milyon DM

İtalya (Çetin, 1996: 35-45)

Küçük	x<100		
Orta	x<250		

İngiltere (Sarıslan, 1996: 6)

Küçük ve Orta x<250

Kolombiya (Sarıslan, 1996: 6)

Küçük x<50

Büyük x<100

Japonya (Motoshige, 1994: 2)

Küçük x<20 x<100 Milyon Yen

Orta 20<300 x<1 Milyar Yen

Güney Kore (Linsu Kim, 1994: 1)

Çok Küçük 1-4

Küçük 5-19

Orta 20-300

Meksika (OECD, 1997: 89)

Küçük 16-100 ~ 2.900.000 USD

Orta 101-250

Brezilya (Müffüoğlu, 1991: 115)

Çok Küçük 1-10

Küçük 11-49

Orta 50-99

BÖLÜM 2: KOBİ 'LERİN ÖNEMİ VE SORUNLARI

2.1. KOBİ 'lerin Toplumsal Ve Ekonomik Rollerini

Dünyamız yeni bin yüzyıla küreselleşme yani globalleşme olgusu ile hızlı bir şekilde girmiştir. Ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yenilikler getiren bu olgu, mevcut olan kurum ve kuralları değişime zorlayan bir gelişme göstermektedir. KOBİ 'ler bu değişime ve gelişmeye ne kadar hızlı adapte olurlarsa, o kadar fazla ülkenin kalkınmasına, dünya ticaretinden pay almasına kısaca; ülke halkının refah ve mutluluğunun artmasına katkı sağlayacakları bilinen bir gerçektir. Günümüzde hakim olan yüksek rekabet ortamında işletmelerin, piyasanın ihtiyaç ve beklentilerine daha iyi cevap verebilmeleri için, yenilikleri uygulayarak, teknolojik gelişmelere anında uyum sağlamak mecburiyetindedirler. Yeniliklerin uygulanması ve devreye sokulması en uygun işletmeler KOBİ 'lerdir. Çünkü bu işletmeler; esnek yapıları, değişikliklere daha hızlı uyum göstererek, yaratıcı iş ortamları sağlamada oldukça başarılıdır (Savaşır, 1997: 355).

Teknoloji, ekonomik potansiyeli genişletmede en önemli motordur. Bu sebeple de bütün ülkeler az ya da çok teknolojik yeniliğin içindedir. Teknolojideki en önemli eğitim; yaygın teknolojilerin ortaya çıkması, teknolojik ilerlemenin hızlanması, üretim safhalarının kısalması ile araştırma ve geliştirme işbirliğinin artan önemidir. Bu bakımdan KOBİ 'ler için bir taraftan yeni fırsatlar çıkarken, bir taraftan da çeşitli güçlükler ortaya çıkmaktadır. Karşılaşılan güçlüklerin başında, araştırma ve geliştirme ile yeni gelişmelerin ortaya çıkmasında yaşanan zorluklar gelir (European Commission, 1993: 9).

Türkiye'de planlı dönemle başlayan hızlı sanayileşme sürecinden bu güne kadar KOBİ 'lerin oynadıkları rol, zor görevler ve KOBİ 'lerin Türkiye ekonomisindeki yeri göz önüne alındığında, yapılan destekleme politikalarının KOBİ 'lerin taşıdığı öneme paralel olmadığı görülmektedir. KOBİ 'ler, bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de istihdam ve iş olanakları yaratma ve yeniliklere açık olmaları açısından ekonominin temel taşları durumundadır. KOBİ 'lerin yeni istihdam imkanlarını yaratması, sanayiye vasıflı eleman yetiştirmeleri, rekabetçi bir ortamın oluşması için çaba sarf etmeleri,

bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde önemli rol oynamaları ve özellikle gelir dağılımı sorununa çözüm getirmeye çalışan kurumlar olmasından dolayı Türkiye ekonomisine önemli yararları varken, bunun yanında bazı sorunları da vardır. Bunlar teknoloji yetersizliğinden kaynaklanan üretim azlığı, düşük kapasite ve yüksek maliyet unsurlarından kaynaklanan pazarlama noksanlığı, öz kaynak yetersizliği ve risklerin yüksekliği, yeterli bilgi donanımına sahip bulunmaması nedeniyle karşılaşılan finansman sorunları ve profesyonel yetişmiş insan gücü temininde karşılaşılan sorunların ötesinde, bir de geçirdiğimiz 30 yılda yüksek enflasyonla yaşayan bir Türkiye'nin istikrarlı olmayan bir makro ekonomik ortamında yaşamak KOBİ 'ler için en önemli yapısal sorunları beraberinde getirmektedir (Erçel, 2000: 42). Tabii böyle bir ortamda yani istikrarı olmayan, istikrarsız bir makro ekonomik ortamda iş görmek, belirsizliğin çok fazla olduğu, maliyet unsurların hesap edilemediği, geleceğin görülemediği, döviz kurunun ne olduğu tahmin edilemediği, finansman maliyetlerinin üç ay sonra ne olacağı belirlenemediği, ayrıca finansman piyasası derinleşmemiş olması kuşkusuz ki en fazla yükü KOBİ 'lere yüklemektedir.

Gelişmiş ülkelerdeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin ekonomi içindeki paylarına baktığımızda, küçük farklılıklarla ülkemizdekine benzer özellikler görebiliriz. Çizelge 10'da "Türkiye'de İmalat Sanayinde İşletmelerin Ölçeksel Dağılımı", Çizelge 11'de ise "Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ 'lerin Önemi" ele alınmıştır.

Çizelge 2. Türkiye'de İmalat Sanayinde İşletmelerin Ölçeksel Dağılımı

YIL	SEKTÖR	BÜYÜKLÜK GRUBU	İŞYERİ SAYISI	ORTALAMA ÇALIŞAN SAYISI	KATMA DEĞER (Euro)	İŞYERİ SAYISI İÇİNDEKİ ORAN (%)	ORTALAMA ÇALIŞAN SAYISI İÇİNDEKİ ORAN (%)	KATMA DEĞER İÇİNDEKİ ORAN (%)
2000	TOPLAM		209.817	1.658.098	44.506.303.249	100,00	100,00	100,00
		1-9	198.700	527.624	3.138.145.989	94,70	31,82	7,05
		10-49	6.970	179.152	3.292.615.489	3,32	10,80	7,40
		50-99	1.743	121.697	2.517.268.601	0,83	7,34	5,66
		100-150	770	94.242	2.608.668.892	0,37	5,68	5,86
		151-250	704	135.424	4.481.906.611	0,34	8,17	10,07
	251+	930	599.959	28.467.697.667	0,44	36,18	63,96	
2000	DEVLET		262	124.104	7.665.474.917	100,00	100,00	100,00
		10-49	32	854	18.468.580	12,21	0,69	0,24
		50-99	17	1.288	25.885.488	6,49	1,04	0,34
		100-150	22	2.780	90.748.946	8,40	2,24	1,18
		151-250	59	11.982	252.718.410	22,52	9,65	3,30
		251+	132	107.200	7.277.653.493	50,38	86,38	94,94
2000	ÖZEL		209.555	1.533.994	36.840.828.332	100,00	100,00	100,00
		1-9	198.700	527.624	3.138.145.989	94,82	34,40	8,52
		10-49	6.938	178.298	3.274.146.909	3,31	11,62	8,89
		50-99	1.726	120.409	2.491.383.113	0,82	7,85	6,76
		100-150	748	91.462	2.517.919.947	0,36	5,96	6,83
		151-250	645	123.442	4.229.188.200	0,31	8,05	11,48
	251+	798	492.759	21.190.044.174	0,38	32,12	57,52	

(Kaynak: DIE, 2000, (€ 1 = 574,345 TL))

Çizelge 3. Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ 'ler

Ülke Adı	KOBİ 'lerin Tüm İşlet. İçin.Yeri%	Toplam İstihdam İçin.Yeri %	Toplam Yatırım İçin. Yeri %	Katma Değer İçin. Yeri %	Toplam İhracat İçin. Payı %	Top. Kredi. Aldıkları Pay %
A.B.D.	97.2	50.4	38.0	36.2	32.0	42.7
Almanya	99.8	64.0	44.0	49.0	31.1	35
Japonya	99.4	81.4	40.0	52.0	38.0	50.0
Fransa	99.9	49.4	45.0	54.0	23.0	48.0
İngiltere	96.0	36.0	29.5	25.1	22.2	27.2
Hindistan	98.6	63.2	27.8	50.0	40.0	15.3
İtalya	97.0	56.0	36.9	53.0	--*	--*
G.Kore	97.8	61.9	35.7	34.5	20.2	46.8
Türkiye	99.5	61.1	56.5	37.7	8.0	4.0

(Kaynak: <http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/KOSIsletmeler.asp> 05.08.2004)

* Bilgi yok ya da güvenilir değil.

Bütün ülkelerde, işletmelerin yaklaşık % 99'u KOBİ 'lerden oluştuğu görülmektedir. Ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, istihdamın % 40-80'i ve GSMH 'nin % 30-70'ini KOBİ 'ler yaratmaktadır. Buna göre büyük işletmelere göre açık bir üstünlükleri ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda KOBİ 'lerin küçük, fakat önemli bir grubu, yeni sanayilerin ve teknolojilerin gelişmesinin öncüsü durumundadır. Yenilikçi çalışmalar yapanlar içinde KOBİ 'ler yoğun durumdadır. İletişim ve otomasyon maliyetlerinin azalması, KOBİ 'lerin teknik imkanlarının artmasına paralel olarak global piyasa içindeki başarılarının büyümesini sağlamaktadır. KOBİ 'lerin istihdama katkısı da önemlidir. KOBİ 'ler yeni kurulmuş şirketlerden daha fazla istihdam yaratmaktadırlar. (Küçükçolak, 1998: 8).

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

Kimileri yapılan işin özelliklerinden dolayı KOBİ kalmak durumundadır. Kimileri için de KOBİ kalmak arzu edilen bir durumdur. Bu çerçevede konuya

yaklaşırsa; “piyasa ekonomisinin dinamik yapısı ve gücü, büyük ölçüde sistemdeki KOBİ ’lerin varlıklarıyla ve güçleriyle yakından ilişkilidir” denilebilir (Gültekin, 1999: 7).

Gerek ülkemizde, gerekse dünya ekonomilerinde KOBİ ’ler yaşanan önemli krizlerden fazlaca etkilenmemiş ve hatta bu krizlerin atlatılmasında önemli roller üstlenmişlerdir. KOBİ ’ler sadece geri kalmış ülkelerde yaygın değildir. Bizim gibi gelişmekte olan ülkelerle, sanayisini tamamlamış gelişmiş ülkelerdeki KOBİ ’ler, sayı, istihdam ve katma değer olarak karşılaştırılırsa, gelişmiş ekonomilerde de KOBİ ’lerin önemli bir yeri olduğu görülür (Gülseren, 1996: 52).

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

KOBİ ’lerin birer mesleki okul niteliği taşımaları ve üretebilme yetenekleri, bölgesel gelişmede ve göçleri önlemede önemli bir rol oynar. Gelip-geçici, dönemsel veya mevsimlik krizlerden en az etkilenme özellikleri, toplumsal barışın korunmasına ve bunalımların aşılmasına da katkıda bulunabilir (İslamoğlu, 1992: 4-10).

Tüketicilerin günlük, sürekli ihtiyaçlarını karşılamaları, toplumun tüm kesimleri ile direkt ilişki kurabilmeleri, tüketici isteklerine ve yeniliklere hızla uyum sağlayabilmeleri KOBİ ’lerin ekonomik ve sosyal hayatta istikrar unsuru olmalarının göstergeleridir. Gelişmiş ülke ekonomilerinde büyük bir pay sahibi olan KOBİ ’ler, yerine getirdikleri işlevler nedeniyle ekonomik sistemin önemli ve vazgeçilmez bölümünü meydana getirmektedirler.

KOBİ ’lerin belli başlı yararları aşağıdaki biçimde sıralanabilir (Alpugan, 1988:10):

- Gelir yelpazesinin içindeki denge unsurunun kuvvetini sağlarlar. Bu denge yalnızca sosyal yönden değil, ekonomik açıdan da önem taşır.
- Bu işletmeler yeni fikirlerin ve buluşların kaynağı olup, endüstride gereken esnekliğin sağlanmasına katkıda bulunurlar.
- Daha çabuk karar verme olanaklarına sahip oldukları gibi, daha az yönetim ve genel işletme gideriyle çalıştıklarından bu konuda çabuk ve ucuz üretim işlevinde bulunurlar.
- Kişisel inisiyatiflerin ortaya çıkmasında önemli rol oynadıkları gibi, istihdam ve eğitimdeki payları da büyüktür. Bu işletmeler bir çok kalifiye elemanın teknik eğitimlerini aldıkları ilk kuruluşlar durumundadırlar.
- Üretim ve sanayileşmeyi bütün yurda yaymada da etkin bir araç olarak yararlanılabilmektedir.
- Uzun dönemde büyük endüstri işletmelerinin girdilerinin ve ara mallarının üreticisi olma durumundadırlar.
- Sosyal ve politik bakımından kullanılmayan işgücü, hammadde ve finansman kaynaklarının daha küçük yatırımlarla işletilmesi olanaklarını sağlayarak yaşam düzeyinin yükselmesinde de etkili olabilmektedirler.
- Küçük birikimler ve aile birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılabilmesinde de önemli işlevleri yerine getirirler.
- İşçi-işveren ilişkilerinin daha yakın ve olumlu bir ortam içinde geliştiği gözlemlenmektedir. Bu durum sosyal politikaların bu kesimde ortaya çıkmasını önleyici niteliktedir.
- Savaş ekonomisinde büyük endüstrilerin zedelenmesi durumunda, küçük işletmeler önemli işlevleri yerine getirmektedirler. Bu durumlarda KOBİ 'ler üretime devam edip, küçük ölçüde de olsa, gereksinimleri karşılamaya devam etmektedirler.

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

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

Avrupa Topluluğu'nun KOBİ 'lere ilişkin bir raporunda sözkonusu işletmelerin ekonomik sisteme olan katkıları şu biçimde özetlenmektedir; "sayıları ve değişik konulardaki çalışmaları, üretim, ticaret ve hizmet alanlarında yer alan tüm sektörlerde var olan etkileri, istihdama ve belli yörelerin refah düzeylerine katkıları nedeniyle bu işletmeler ticari ve endüstriyel yapının gerekli bir bölümüdürler. Bunun yanısıra, ekonominin dinamikliğinin ve canlılığının da kaynağıdır".

Yapılan açıklamalardan sonra KOBİ 'lerin ülkemiz açısından taşıdıkları önem şu şekilde sıralanabilir (Gücelioğlu, 1994: 1; Alpugan, 1988: 14; Saraslan, 1994: 22; Algan, 1994: 19):

1. Emek yoğun teknoloji ile çalışma ve kaynak kullanımında etkili olma özelliğine bağlı olarak ülke çapında istihdam yaratmaya ve işsizliğin azaltılmasına katkıda bulunmak.
2. Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kısa bir sürede, daha kolay bir şekilde uyum sağlamak.
3. Büyük ölçekli işletmelerin kullandıkları hammadde, yardımcı malzeme, işletme malzemesi veya yarı mamul gibi girdileri üreterek onların gelişimini tamamlama ve böylece ekonomide "yan sanayi" oluşturmak.
4. Büyük ölçekli işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretilip, onları rekabetçi ortama çekerek ekonomiye canlılık kazandırmak.
5. Esneklik ve yenilikleri teşvik etmek.

6. Emek yoğun olmaları nedeniyle bölgesel istihdam olanaklarının artırılmasına önemli katkıda bulunarak küçük şehirlerden büyük şehir merkezlerine insan göçünün engellenmesine ve bölgenin kendi potansiyeli içinde kalkınmasına temel oluşturmak.
7. Gelir dağılımını olumlu yönde etkileyerek, sermayenin büyük sanayi işletmelerinde ve az kişinin elinde toplanmasını önleyerek toplumda gelirin gerek fonksiyonel gerekse bölgesel düzeyde dağılımını olumlu yönde etkilemek.

2.1.1. KOBİ 'lerin Ülkemizdeki Durumu

Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı tarafından, Nisan-Temmuz 2003 tarihleri arasında 2002 yılına yönelik gerçekleştirilen Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı'nda ülkemizdeki tüm işyerlerinin sayımı yapılmıştır.

Sayımın sonuçlarına göre Türkiye'de toplam 1.720.598 adet girişim vardır. Bunların 116.598'i çok birimli, 1.604.000'i ise tek ve bağımsız girişimdir. Toplam girişimlerin % 46,19'u ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Bunu % 14,35 ile imalat, % 14,21 ile ulaştırma, depolama, haberleşme sektörü takip etmektedir. Bu üç sektör toplam girişim sayısının % 74,75'ini oluşturmaktadır. (KOSGEB, 2005)

Çizelge 4. İmalat Sanayi Girişimlerinin Sayısı ve Yüzdesi

	Girişimlerin Sayısı	İlamat Sanayinde Girişim Sayısı	İmalat Sanayinde Girişim Yüzdesi
Tek Birimli Girişimlerin	1.604.000	227.872	%14,21
Çok Birimli Girişimlerin	116.598	19.027	%16,32
Genel Toplam	1.720.598	246.899	%14,35

(Kaynak: KOSGEB, 2002 YILI GENEL SANAYİ İŞYERLERİ SAYIMI İMALAT SANAYİ DEĞERLENDİRMESİ, Şubat 2005)

İstihdam açısından bir değerlendirme yapmak gerekirse toplam olarak 6.325.036 kişinin çalıştığı tespit edilmiştir. Bunların 4.330.743 'ü tek birimli girişimlerde, 1.994.293'ü de çok birimli bir girişime bağlı olarak istihdam edilmiştir. Bu rakamlara göre ücretle çalışanlar açısından istihdamın % 40,09'u İmalat Sanayi'ndedir. Toplam

istihdam açısından değerlendirildiğinde, çok birimli girişimlerde istihdamın % 40,4'ü İmalat Sanayi'nde yer almaktadır. Tek birimli girişimlerde ise bu oran % 39,8'dir.

Çizelge 5. İmalat Sanayinin Ortalama Çalışanlar Açısından Dağılımı

Ortalama Çalışan Sayısı	Tek Birimli Girişim	Çok Birimli Girişim	Genel Toplam
İmalat Sanayii	1.287.022	756.793	2.043.815
Sektörler Toplamı	4.330.743	1.994.293	6.325.036

(Kaynak: KOSGEB, 2002 YILI GENEL SANAYİ İŞYERLERİ SAYIMI İMALAT SANAYİ DEĞERLENDİRMESİ, Şubat 2005)

Çizelge 6. Girişimlerin Ölçeksel Dağılımı

Ölçek (kişi)	Girişim Sayısı	Yüzdesi
Sadece İşletme Sahibi	23.762	1,38
1-9 Kişi	1.633.509	94,94
10-49 Kişi	53.246	4,09
50-99 Kişi	5.080	0,30
100-150 Kişi	1.804	0,10
151-250 Kişi	1.387	0,08
251+	1.810	0,11
TOPLAM	1.720.598	100,00

(Kaynak: KOSGEB, 2002 YILI GENEL SANAYİ İŞYERLERİ SAYIMI İMALAT SANAYİ DEĞERLENDİRMESİ, Şubat 2005)

Çizelge 7. İmalat Sanayi Girişimleri Ölçeksel Dağılımı

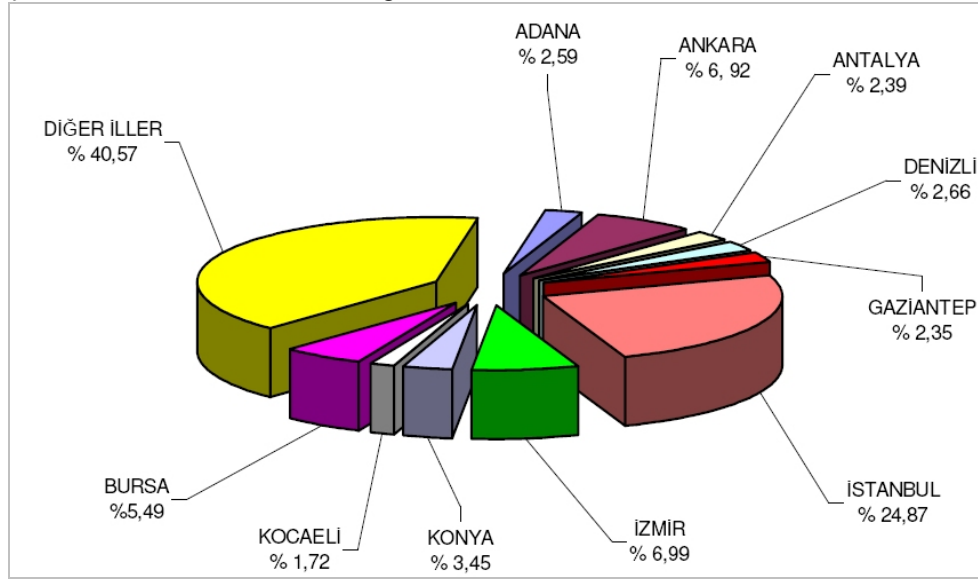
Ölçek (kişi)	Girişim Sayısı	Yüzdesi
Sadece İşletme Sahibi	1.509	0,61
1-9 Kişi	220.030	89,12
10-49 Kişi	20.325	8,23
50-99 Kişi	2.453	0,99
100-150 Kişi	946	0,38
151-250 Kişi	719	0,29
251+	917	0,37
TOPLAM	246.899	100,00

(Kaynak: KOSGEB, 2002 YILI GENEL SANAYİ İŞYERLERİ SAYIMI İMALAT SANAYİ DEĞERLENDİRMESİ, Şubat 2005)

“Çok Küçük Ölçekli” olarak tanımlanan 1 - 9 kişi çalıştıran girişim sayısı 1.633.509’dur. Bu sayı girişimlerin % 94,94’ünü oluşturmaktadır. Girişimlerin % 3,09’u (53.246) 10 - 49 kişi çalıştırmaktadır. KOSGEB Kuruluş Kanunu ’nda belirtilen “Küçük Ölçekli İmalat Sanayi İşletmeleri ve Orta Ölçekli İmalat Sanayi İşletmeleri” tanımı göz önüne alındığında 245.263 işletmenin % 99,32’lik payla bu tanım kapsamında yer aldığı görülmektedir. İmalat Sanayi’nde 1 – 9 çalışanı olan girişim sayısı toplam 220.030 olup toplam içinde % 89,12’lik bir oran oluşturmaktadır. Küçük Ölçekli İmalat Sanayi İşletmelerinde, KOSGEB tanımına göre 1 – 49 arası çalışanı olan girişimleri incelediğimizde ise, girişim sayısının % 97,35’lik payla 240.355 olduğu görülmektedir. Yine bu tanım kapsamında 50 – 150 arası girişimler incelendiğinde ise, girişim sayısının 3.399 olduğu ve % 1,37’lik payı aldığı görülmektedir.

Sayım sonuçlarında; işyerlerinin illere göre dağılımına bakıldığında; en çok girişimin 66.495 işyeri (%24,87) ile İstanbul’da olduğu görülmektedir. İstanbul’u 48.674 işyeri (% 6,99) ile İzmir, 18.509 işyeri (% 6,92) ile Ankara ve 14.664 işyeri (%5,49) ile Bursa ili takip etmektedir. Bu dört il, toplam işyerlerinin %44,27’sini oluşturmaktadır.

Şekil 1. KOBİ 'lerin İllere Göre Dağılımı



(Kaynak: KOSGEB, 2002 YILI GENEL SANAYİ İŞYERLERİ SAYIMI İMALAT SANAYİ DEĞERLENDİRMESİ, Şubat 2005)

Çizelge 8: Türkiye 'deki imalat işletmeleri

Çalışan sayısına göre ölçek kategorisi	İşletme sayısı		Çalışan sayısı (000)		Katma değer ABD Doları ⁽¹⁾	
	1992	2001	1992	2001	1992	2001
1 ile 9	186 900	199 737	523 117	500 738	2 874	1 632
10 ile 49	7 970	7 260	175 646	183 694	2 506	1 947
50 ile 249	2 434	3 127	225 650	343 023	6 678	6 187
250 ve üzeri	795	912	553 626	570 083	26 952	18 988
Toplam	198 097	211 046	1 478 039	1 597 538	39 011	28 754

1.1992 ve 2001 senelerinde 1 ABD Doları döviz kuru sırasıyla 6 841TL ve 1 228 268 TL olarak gerçekleşmiştir.
Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü.

2.2. KOBİ 'lerin Genel Sorunları ve Tesbitinin Önemi

Geçmişten bugüne kadar, bütün ülkelerde sanayinin gelişmesine önemli katkılarda buluna 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.

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. Sınırlı bir sermaye ve güce sahip olan bu işletmeler, çoğu zaman sahip oldukları sermaye ve güçle sorunlarını çözemez durumda kalmaktadırlar.

KOBİ 'lerin sorunlarının ortaya konulması ile, şu üç konuda yol gösterme şansına sahip olunabilir (Özalp,1971: 107-108):

- İş hayatına yeni atılacakları uyarmak,
- Geleceğin işadamlarına pratik çözüm yolları gösterebilmek ve
- Kamunun alacağı tedbirlerin neler olabileceğini ortaya çıkarmaktır.

Bu çerçevede, geleceğin büyük sanayinin beşiği olan, ekonomiyi ve işsizliği önlemede azımsanmayacak katkıları olan KOBİ 'lerin, günümüz ve geleceğin koşulları dikkate alınarak, yeniden teşkilatlanmaları ve çalışmalarında işbirliği ve koordinasyonu sağlayıcı bir organizasyona ve yönetime kavuşturulmaları kesin bir zorunluluktur.

Yukarıda da belirtildiği üzere, KOBİ 'lerin pek çok sorunları vardır. Ancak, burada hemen dikkat edilmesi gereken bir husus daha vardır. O da, KOBİ 'lerin dış pazarlara açılma sorunlarını büyük işletmelerin sorunlarından çok farklı düşünmemek

gerektiğidir. Buna rağmen, yapıları itibarı ile sorunların boyutları ve çözümü değişmektedir.

2.2.1. Örgütlenme Ve Yönetim Sorunları

2.2.1.1. KOBİ 'lerin Planlama Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Planlama, işletmede ne yapılacağıının önceden kararlaştırılması veya neyin ne zaman, nerede ve kim tarafından yapılacağıının önceden belirlenmesi süreci şeklinde ifade edilebilir. KOBİ 'lerde planlama da önemli bir alt işlemdir. İşletmeler belirlemiş oldukları alt amaçlar doğrultusunda faaliyet gösterirler. Bu amaçlara en etkin ve verimli şekilde ulaşmak içinse, planlara ihtiyaç duyarlar.

KOBİ 'lerde diğer işletmeler gibi, aşağıda yer alan türden planlar yapmak durumundadırlar.

- Bir seferlik veya sürekli planlar,
- Stratejik ve yönetsel planlar,
- Kısa, orta ve uzun süreli planlar,
- Değişmez ve değişken planlar,
- Genel veya işletmenin tüm departmanları ile ilgili planlar.

KOBİ 'lerde yapıları itibarıyla uzun vadeli planlama yapılamamakta ve genelde bir planlama uzmanında istihdam edilemeyebilmektedir. Planlamayı genelde işletme sahibi ve ortaklar yapmaktadır. Burada, işletme sahibi veya ortakların örgütsel planları hazırlarken temel istatistikî metodlara değil de, sezgiye dayanarak planlama yoluna gitmeleri önemli bir dezavantajdır. İşletme sahibi ve ortakları yeterli eğitim almamış olmaları ve yalnızca tahmin ve sezgi yoluyla planlamaya gitmeye çalışmalarıyla, hata payı gittikçe artan bir karar alma işleminde bulunabilmektedirler. Bu nedenle KOBİ 'lerde planlama yapılırken, çok dikkatli olunmalı ve gelişen ortamlara göre planlar gözden geçirilip, gerekli düzeltmeler yapılabilir. (Alpugan, 1988: 160).

KOBİ sahip, ortak ve/veya yöneticileri planlama aşamasında, aşağıda sıralanan türden çeşitli sorunlar ile karşı karşıya kalabilmektedirler.

- Amaç veya amaçlar dizisinin belirlenmemesi,
- Amaçlara ulaştırmayı kolaylaştırıcı veya sınırlayıcı faktörlerin yeterince analiz edilmemesi,
- Alternatif planlar geliştirilmemesi
- Alternatif planların karşılaştırılmasında yetersiz kalınması,
- En uygun seçeneğin belirlenmesinde bilimsel ilkelerden çok şahsi yetenek veya deneyimlere güvenilmesi,
- Planların uygulanmasında astların gözardı edilmesi veya tam katılımlarının sağlanamaması.

2.2.1.2. KOBİ 'lerin Örgütlenme (Organizasyon) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Örgütlenme insanlar, araç, gereç, makine, bina, işyeri ve benzeri faktörler arasındaki ilişkilerin kurulmasında gündeme gelen bir kavramdır. Bu anlamda, örgütlenme; “üretim faktörlerini sistemli, uyumlu ve etkili biçimde kullanarak mal ve hizmet üretmek için insanların, görevlerini en iyi biçimde yapmak üzere düzene konmalarına ve her türlü araç, gereç ve malzeme ile donatılmaları” şeklinde tanımlanabilir. KOBİ 'ler de, diğer işletmeler gibi bir takım örgütlenme ilkeleri ile karşı karşıya kalabilmektedir. Örgütlenme ilkeleri, örgütsel yapının oluşturulmasında KOBİ sahip, ortak ve/veya yöneticilerinin rehber olarak kullanabilecekleri kurallar bütünüdür. Yeni kurulacak bir işletme yapısı veya mevcut bir örgütsel yapının değerlendirilmesinde göz önüne alınması gereken bu ilkeler aşağıdaki gibi sıralanabilir. (Akgemici, 2001: 23)

- Amaç ve Yönetim Birliği,
- Yetki ve Sorumluluk Denkliği,
- Görevlerin Açıkça Belirlenmesi ve İşe göre adam,
- Hiyerarşik Basamakların Belirtilmesi,
- Fonksiyonel Görev Benzerliği,
- Sınırlı Yönetimsel Alan,
- Örgüt İçi Açık İlişkiler,

- Yetki Devrine Gidilmesi,
- Esnek Bir Yapı Kurulabilmesi,
- Merkezi ve Yerinden Yönetim Dengesinin Sağlanması,
- Örgütsel Yaşamda Sürekliliğin Amaçlanması.

KOBİ 'lerin genelde, büyük işletmelere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmalarından dolayı, işbölümü uygulaması daha kolay olabilir. Bu işletmelerde çalışan insanların hemen hemen hepsinin birbirini tanması işbölümünde kolaylık sağlamaktadır. Bundan dolayıdır ki, KOBİ 'lerde kimin ne yapacağı, kimden emir alıp-kime emir vereceği açık bir şekilde belirlenmiş durumdadır. Bu da,olumlu bir etken olarak göze çarpmaktadır. Nevar ki,küçük işletmelerde formel yapılanmaya yeterince önem verilmemektedir. Çünkü yönetici kimin ne yapacağını kendisi saptamaktadır. Bu da yöneticinin olmadığı zamanlarda işlerin aksamasına neden olabilmektedir (Müffüoğlu, 1993: 120).

Uzmanlaşmaya gelince KOBİ 'lerde örgüt amaçlarını gerçekleştirecek işler, rasyonel bir takım kriterlere göre parçalara ayrılmalı ve herkes kabiliyetli olduğu işte derinlemesine uzmanlaşmaya çalışmalıdır. Ne var ki, kimi zaman yapılacak örgüt içi yer değiştirmeler veya etkin rotasyonlarla, olumsuz koşullarda karşılaşılabilecek bir çok sorun giderebileceği gibi, motivasyonel bir yapı da kurulabilecektir. Burada, yönetim biçimi ve liderlik tarzı önemlidir. Herhangi bir örgütün koordineli bir biçimde faaliyetini sürdürebilmesi için iyi bir biçimde yönetilmesi gerekir. Bu yönetim fonksiyonunu da yönetici yerine getirir. Ancak, burada herhangi bir kimsenin bu pozisyonu doldurabilmesi ve yönetici rolünü oynamasını anlamamak gerekir. Bizim konumuz açısından anladığımız yönetici "Lider" yöneticidir. Yönetici lider, başında bulunduğu organizasyonu yöneten, ileriye götüren ona öncü olan kişidir (Üçok, 1998: 162).

Araştırmalar iyi bir örgüt yöneticisinin aynı zamanda etkin bir önder ve iyi bir lider olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Girişimci tarafından seçilen liderlik biçimi ve yönetimi, onun yönetici olarak etkinliğini de geniş ölçüde etkileyecektir. KOBİ

'lerde uygun bir liderlik biçiminin seçilmesi, aynı zamanda işletme sahiplerinin amaçlarının gerçekleşmesine de yardımcı olacaktır (Alpugan, 1988: 167).

2.2.1.3. KOBİ 'lerin Yönelme (Yönverme) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Yönelme, "astların uzun ve kısa dönemde etkili ve evrimli bir şekilde çalışmalarını sağlamaya ilişkin yönetim fonksiyonlarının tümünü içine almaktadır". Gerek büyük ölçekli işletmeler, gerekse KOBİ 'lerde, şu hususları analiz edilmelidir. (Akgemici, 2001)

- Örgütsel ve çevresel güç kaynakları,
- Otorite sergileme,
- Yetki kaynağı ve kullanım tarzı,
- Emir verme ve emir türleri,
- İç ve dış beşeri kaynakları etkileme yeteneği,
- Liderlik tarzı,
- Haberleşme biçimi ve uygulanma şekli,
- Motivasyon kaynakları ve bunların uygulanabilme gücü.

Haberleşme sisteminin herhangi bir organizasyon yapısı için taşıdığı rol çok önemlidir. Hatta organizasyonları bir haberleşme sistemi olarak ele alıp, haber akışını böyle bir sistem içinde incelemek de mümkündür (Koçel,1993: 221). Etkin bir haberleşme politikası takip etmek isteyen her yönetici, işgörenlere ileteceği haberlerin kapsamlarını iyi saptayıp, geniş ölçüde bir liste hazırlayabilmelidir. Bir yönetici, "işgören bunlardan anlamaz, henüz o kapasiteye ulaşmadı" gibi düşüncelerle bir çok haberi işgörenlerden saklamaya kalkarsa, pek de isabetli hareket etmiş sayılmaz (Gürgen, 1972: 45).

KOBİ 'lerin örgütlenme ve yönetim sorunları kapsamında haberleşme işlevi ile iş bölümü ve uzmanlaşma uygulamaları da ayrı bir yer tutabilmektedir. Haberleşme, işletmede çalışanlar arasındaki bilgi alış-verişidir. İşletme büyüdükçe ve örgüt yapısı karmaşıklaştıkça haberleşmenin önemi gittikçe artar. Çoğunlukla formel bir yapıya

sahip olmayan küçük işletmeler açısından haberleşmenin önemi gözardı edilmemelidir (Alpugan, 1988: 170).

Pek çok Küçük ve Orta İşletme sahibi veya yöneticisinin piyasa verilerinin temini ve değerlendirilmesinde, mesleki v eteknik bilgilerinin yetersiz kalması, sorunların giderilebilmesi için uzman eleman istihdamından da kaçınmaları, çoğu kez alternatif yönetici istememeleri, yetki devretmemeleri vb. gibi durumlarda bu firmalar; yanlış kararlarla esnekliklerini ve zamanla başarılarını da kaybedebilmektedirler. Yine bu firmaların işletme fonksiyonlarına göre profesyonel eleman bulundurmadıkları ve daha çok ucuz işgücüne yöneldikleri; bazen de kalifiye elemanları daha yüksek ücret verebilen büyük firmalara kaptırdıkları, isteselerde kendi personellerinin eğitim harcamalarını finanse edemedikleri gibi sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir.

KOBİ 'lerin yapısal özellikleri değerlendirilirken işletme sahip veya yöneticilerinin; eğitim, rehberlik, iç ve dış pazarlama, teknoloji transferi ile ilgili kuruluşlar ve hükümetin KOBİ 'lere yönelik politikaları hakkında yok denecek kadar az bilgilerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır.

2.2.1.4. KOBİ 'lerin Eşgüdümleme (Koordinasyon) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Eşgüdümleme, KOBİ yönetimleri açısından da gözardı edilemeyecek derecede önemlidir. Bu fonksiyon, “bir işletmenin yönetsel faaliyetlerini kolaylaştırmak ve başarı şansını artırmak için, departmanlar ve eylemler arasında uyum sağlanmasına yönelik çalışmaları kapsar”. KOBİ 'lerde, gündeme gelen belli başlı eşgüdümleme sorunları arasında; “kabul görebilecek yalın bir örgüt yapısı kurulamaması; KOBİ amaç, plan ve programlarının uyumlaştırılmaması; örgüt içi iletişim biçiminin patron veya ortakların kişisel uygulamalarına bağlı gelişip, şekillenmesi; işbirliği ve ekip çalışması ruhunun patron, ortak veya yakınlarının tutumlarına bırakılıp, kararlara katılımında astların yeterince özendirilmemeleri” sıralanabilir.

2.2.1.5. KOBİ 'lerin Kontrol (Denetim) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Kontrol (denetim), yönetim fonksiyonlarının sonuncusu olarak, KOBİ 'ler açısından da önemtaşır. Kontrol, “işletme örgütünde gerçekleşen eylemler ile

planlananların karşılaştırılması ve varsa sapmaların nedenlerinin saptanıp giderilmesi süreci” dir. KOBİ sahip, ortak ve/veya yöneticileri genel anlamda şütür kontrol alanları içinde iş görmekte-dirler: (Gemici, 2001)

- Personel yönetimi ile ilgili kontrol,
- İşletme dışı, çevresel ilişkilerin kontrolü,
- Tedarik aşamasından üretim sonrasına kadar kontrol,
- Pazarlama kanallarının etkinliğine yönelik kontrol,
- Yönetmel faaliyetlerin kontrolü,
- Finansal kontrol.

İşletme ölçeğine göre farklılık taşısa da, genel anlamda bir çok işletme, kontrol fonksiyonu ile ilgili olarak aşağıda sıralanan sorunlar ile karşı karşıya kalmaktadır:

- Mal ve hizmetler ile beşeri kaynaklarda kabul gören bir standard olmaması,
- Örgütsel uygulamalarda zamanı etkin kullanacak yöntemler geliştirememek,
- Mal ve hizmet üretiminde plan ve program yoksunluğundan kaynaklanan kargaşa ortamı,
- Başarı değerlendirme ölçülerinde istikrarlı bir sistem geliştirmemek,
- Bilgi işlem sistemlerinden yeterince yararlanamamak,
- Düzeltici eylemlerin patron, ortak veya yakınlarının inisiyatifine bırakılması.

KOBİ sahip, ortak ve/veya yöneticilerinin kullanabilecekleri belli başlı kontrol teknikleri aşağıda sıralanmıştır:

- Finansal kontrol teknikleri
 - Finansal tablolar,
 - Rasyo analizi,

- Kar'a geçiş analizi,
- Raporlar
 - Özel denetim şirketlerine ait raporlar,
 - İşletme görevlilerine ait raporlar,
- Bütçeler.

2.2.2. Tedarik Sorunları

KOBİ'lerin tedarik işlevine ilişkin başlıca özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Müffüoğlu, 1991: 67-68):

- KOBİ'lerin çeşitli malzemelere ilişkin sipariş hacmi büyük işletmelere göre daha düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu işletmeler, büyük işletmelere göre finansman ve çalışma sermayesi bakımından daha kısıtlı imkanlara sahip olduklarından malzeme alırken sipariş miktarlarında, kısıtlamalarında göz önüne alarak sipariş vermek zorunda kalmaktadırlar. Bu güçlüklerin aşılması ancak malzemeye yüksek fiyat ödemekle veya malzeme standartlarına ilişkin toleransları geniş tutmakla mümkün olabilmektedir. Bu ise, hem maliyet ve hem de kalite yönünden fedakarlık gerektirebilmektedir.
- Bunun sonucunda daha az fiyat indirimi (iskonto) sağlanabilmekte bu da birim mamül maliyetini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu işletmelerin büyük hacimli sipariş verip iskontolardan faydalanma yoluna gitmeleri halinde ise stok maliyetleri artmaktadır. Dolayısıyla bir maliyet kıskacı içinde kalmaktadırlar. Esasen bu işletmelerin finansal imkanlarında genellikle büyük siparişleri karşılamaktan uzaktır.

2.2.3. Üretim Yönetimi İle İlgili Sorunlar

Tedarikleme, teknoloji, ürün tasarımı, ürün geliştirme, standardizasyon ve nitelikli personel; üretimde kalite unsurunun evrensel boyutlarda elde edilmesinde rol oynayan çok önemli faktörlerdendir. Tedarikleme üretimde kullanılan malzeme, hammadde veya ayırımamüllerle ilgili olup, üretimle iç içedir. Hammadde ve

anamalların tedarikinde nitelik, miktar, ihtiyaç duyulduğunda bulunabilme ve fiyattan kaynaklanan bazı sorunlar yaşanabilmektedir.

Tedariklemede ortaya çıkan bir diğer dar boğaz da sipariş edilen hammaddenin istenilen zamanda sağlanamamasıdır. Bazı hammaddelerin zamanında sağlanamaması nedeniyle işletmeler, siparişlerini karşılayabilmek için hammadde stoğuna yönelmektedirler. Bu ise, kaynak israfına yol açmaktadır. Stoklamaya gidilmemesi halinde ise, sürekli fiyat artışlarından yoğun biçimde etkilenmek her zaman mümkün olmaktadır (Oktav, 1990: 24-25).

Hammadde yetersizliği yüzünden işletmeler düşük kapasiteyle çalışmaktadırlar. Küçük Boy İşletmeler girdilerini büyük ölçüde yerli üreticilerden sağlarken Orta Boy İşletmeler arasında dışkaynaklı girdilere bağımlı olan işletme sayısı Küçük Boy İşletmelere göre daha fazladır (Çetin, 1996: 162).

Üretimde karşılaşılan bir diğer sorun da teknolojidten kaynaklanmaktadır. Bilgi işlem teknolojisinin yönetim, üretim ve dağıtım alanlarındaki etkinliğinin artması, işletme bazında yeni örgütsel düzenlemelere gidilmesi ve değişen tüketici talebi karşısında üretim sistemlerinin daha esnek bir yapıya kavuşturulması, bu dönüşümün en temel özelliklerindedir. Tüketici talebi artık daha kaliteli ve üstün tasarımlı farklılaşmış ürünlere yönelmektedir (Turan ve Gökalp, 1993: 8).

KOBİ 'leri büyük işletmelerden ayıran üretim işlevine ilişkin başlıca özellikler şu şekilde sıralanabilir (Müftüoğlu, 1991: 70):

- KOBİ 'lerde emek yoğun üretim teknikleri daha yaygındır. Bu özellik küçük işletmeler için daha geçerlidir. KOBİ 'lerin bu özelliği, ücret seviyesinin nispeten düşük olduğu ülkeler açısından çok önemlidir. Genellikle bu özelliğe sahip gelişmekte olan ve geçiş devresinde bulunan ülkelerdeki KOBİ'ler, bu sayede uluslararası piyasada önemli bir rekabet üstünlüğü sağlayabilmektedirler.
- Büyük işletmeler genellikle piyasaya üretim yaparlar. KOBİ'lerde ise sipariş üzerine üretim daha yaygın olup, işletme ölçeği küçüldükçe bu üretim biçimi daha büyük önem kazanır. Bu özelliğin bir sonucu olarak küçük işletmelerde ürün stoku sorunu önemini kaybedebilir.

- KOBİ'lerde işbölümü çok ileri seviyelere götürülmemiştir. Ayrıca, aralıklı veya küçük seri büyüklüklerinde üretimin yapıldığı bu işletmelerde yapılan iş sürekli değişmektedir. Dolayısıyla işgören yaptığı işin hangi sipariş için yapıldığını bilir. İşgören sadece kendi yaptığı işle değil, siparişin kendisi ile de ilgilidir. Bu nedenlerle KOBİ'lerde işgörenin yaptığı işe karşı yabancılaşması önlenmiş olabilmektedir.
- Büyük işletmelerin üstünlüğü daha çok fiyat ve kalite konusundadır. KOBİ'lerin rekabet gücü ise daha ziyade teslim tarihinin çabuklaştırılması, sipariş verenin özel koşullarının dikkate alınabilmesi ve isteklerine uyum sağlanabilmesi gibi nitel konulardadır.
- KOBİ 'lerde, aynı zamanda işletme yöneticisi durumunda olan işletme sahibi, genellikle üretim tekniği konusunda tecrübeli, işin içinde yetişmiş, bu konularda bilgili bir kimsedir. Bu özellik, KOBİ'lerde ürün, teknik yenilikler ve esneklik konusunda önemli bir potansiyel oluşturabilmektedir.

2.2.4. Pazarlama Yönetimi İle İlgili Sorunlar

Modern pazarlama kavramı, herşeyin pazar ile başladığını kabul etmektedir. Bu nedenle, KOBİ 'lerin başarılarında pazar üzerinde yoğunlaşmak önem kazanmaktadır. (Pazarlık ve Gülmez,1989: 163). KOBİ 'ler hedef pazarlarını tanımlamada ve pazarlama stratejisi belirlemede yetersizdirler .Çünkü Pazar araştırması yapmadan kişisel gözlemlerini kullanmaktadırlar. Ayrıca KOBİ 'ler özellikle sosyo - ekonomik koşullardaki değişmeler sonucu oluşan tüketici tercihlerindeki hızlı değişiklikleri izlemede ve bunlara ayak uydurmada da yeteri kadar başarılı olamayabilmektedirler (Çetin, 1996: 158).

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

- KOBİ 'lerde pazarlama konusunda uzman kişilerin istihdam edildiği ayrı bir pazarlama bölümü yoktur. Bu açıdan KOBİ 'lerde "az gelişmiş bir pazarlama" anlayışından söz etmek mümkündür.

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

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

- Doğrudan (direkt) pazarlama,
- Kişisel müşteri ilişkileri,
- Pahalı ve karmaşık satış örgütünün olmaması,
- Esnekliğin yüksek olması,
- Satış giderlerinin azlığı,
- Yalın ve küçük pazarlarda faaliyet gösterme,
- Esneklik, yani müşterilerin özel arzu ve isteklerine cevap verebilme.

KOBİ'lerin pazarlamadaki temel sakıncaları ise şunlardır (Müftüoğlu, 1991: 63):

- Yetersiz pazarlama anlayışı,

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

KOBİ yönetimleri, ölçekleri oranında büyük işletmelerde olduğu gibi pazarlama departmanları oluşturup, burada amaca yönelik planlar hazırlayarak, etkinlik hedefleyebilmelidirler. Pazarlama örgütünde yer alan işgörelere kararları doğrudan alıp, uygulama serbestisi tanınması bu etkinliği olumlu yönde etkileyebilecektir (Şimşek,1996: 237).

Finans ve pazarlama faaliyetlerini gereği gibi yerine getiremeyen KOBİ 'ler bu anlamda büyük işletmelere karşı diğer alanlarda oluşan üstünlüklerinden istenilen biçimde yararlanamamaktadırlar. Özellikle finansman sıkıntıları nedeni ile pazarlama fonksiyonuna yeterince önem verememektedirler. Bu konuda dezavantajlı konuma düşen bu tür işletmeler pazarlama faaliyetlerinin yerine getirilmesinde yetersiz kalmaktadırlar. Pazarlama için gerekli olan harcamalar KOBİ 'lerin bünyesinde yeterli düzeyde oluşturulamamaktadır. Yeterli organizasyon ve yönetim eksikliği KOBİ 'lerin yurtdışı pazarları bir yana yeni yurt içi pazarlara girmesini engellemektedir. (Akyüz ve Çındık, 2001)

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

2.2.5. Finansal Yönetim İle İlgili Sorunlar

Türkiye'de KOBİ'lerin sorunları ile ilgili olarak yapılan uygulamalı çalışmalarda, finansal sorunlar listenin en başında yer almaktadır. KOBİ 'lerin ekonomideki esnekliklerine rağmen varlıklarını devam ettirebilmeleri ve büyümeleri için gerekli en önemli unsurlardan biri finansmandır.

KOBİ 'lerin önünde bu sorunlarının çözümü için 2 seçenek bulunmaktadır. Bunlar iç kaynaklar ve dış kaynaklardır. İç kaynaklar, kaynağın ortaklarca sağlanması yani sermaye arttırımı, dış kaynaklar da borçlanmak olarak ortaya çıkar. Ülkemizdeki KOBİ 'ler, diğer ülkelerdekilere göre kredi hacminden daha az yararlanmaktadırlar. KOBİ 'lerin bankacılık sisteminden kullandıkları kredilerin, toplam kredi içindeki payı çok fazla değildir.

Uzun vadeli kredi kullandıran finans kuruluşları genellikle dış kaynakların (Dünya Bankası, Eximbank, Avrupa Yatırım Bankası vb. kaynaklı) kullandırımında aracılık etmektedir. Muhtelif Bankaların KOBİ 'lere yönelik kısa süreli işletme kredisi çalışmaları olmaktadır. Bu kredilerde de KOBİ 'ler vade, limit, faiz oranı sorunu yaşamaktadır. Finans kuruluşları riskli gördükleri KOBİ 'lerle kredi ilişkisine girmek için yüksek teminatlar istemektedir. Bu da KOBİ 'leri kısır döngüye sokmaktadır. Eğer bir işletme kazandıklarını sermayesine ekleyip, taşınmaz edinmemişse kredi alma şansı azalmakta, belki de hiç kalmamaktadır. Ayrıca yaşanan krizlerde finans kuruluşlarının yaptıkları ilk iş, kredi kullandırımını durdurmak ve mevcut kredilerin geri çağırılması olmaktadır. Bu durumda da KOBİ 'ler nakit akış planlarında olmayan bir durumla karşı karşıya kalmaktadırlar. (Çetin, 1996: 165).

Kar marjları düşük olan KOBİ 'lerin gerek yatırım, gerekse işletme sermayesi oluşturmada uzmanlaşmış bankaların, hem yetersiz hem de kaynaklarının ihtiyaca cevap verememelerinden dolayı bu kaynaktan yararlanamayan sanayici, genel banka sistemine ve kredilerine başvurduğu anda da birtakım bürokratik uygulamalar, ödeyemeyeceği kadar yüksek faiz oranları ve ödeme koşulları ile karşılaşabilmektedir (Erez, 1994: 6).

KOBİ 'lerin sorunlarını ele alırken ilk belirtilmesi gereken husus enflasyonun öz sermayeyi eritmesidir. Aşırı artan girdi fiyatlarının maliyetleri yükseltmesine karşın bunu fiyatlarına yansıtamayan KOBİ 'lerin, zaten yetersiz olan özsermayeleri zaman içinde erimektedir. KOBİ 'lerin ortak özelliklerinden biri olan özkaynak yetersizliği özellikle konjüktürel dalgalanmanın olduğu dönemlerde kendini hissettirmektedir. KOBİ 'lerin sermaye yapılarının zayıflığı ilk olarak işletmelerin kuruluşunda ortaya çıkmakta ve pek çok KOBİ için süreklilik kazandığından işletmenin daha sonraki faaliyetlerinin tümünü etkilemektedir. Dış kaynakların bulunmasında karşılaşılan

güçlükler ile birleştğinde yeni yatırımların yapılmasını, yüksek teknoloji sağlanmasını engellemektedir.(B.T.Sarkaya 1995)

KOBİ 'lerin sermaye piyasalarından yararlanamamaları yalnızca menkul kıymet ihracı hususuyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda risk sermayesi ve finansal kiralama gibi mali enstrümanların da fazla yaygınlaşmamasını doğurabilmektedir. Ülkemiz açısından bir diğer sorun da risk sermayesinde yaşanmaktadır. Risk sermayesinin gelişmemesinin en önemli iki nedeni vardır. Bunlardan biri ekonomik yapıdır. Büyük oranlarda risk içeren bu modelin yaşama geçirilmesi için devlet desteği beklenmektedir. Yüksek faiz oranları, yüksek enflasyon, para piyasalarındaki ani değişiklikler, risk sermayesiyle ilgili çalışmaların ertelenmesine neden olmaktadır. Bir diğer nedense risk sermayesi projesinin yönetimini üstlenecek olan şirketin kurulmasında ortaya çıkan sorunlardır (Çetin, 1996: 166).

Risk sermayesi esas olarak; finansman modeli yoluyla dinamik, üretken ancak fikirlerini yatırım şeklinde hayata geçirecek finansal güce sahip olmayan girişimcilerin desteklenmesi arzulanmaktadır. Bu anlamda risk sermayesi finansman modeli, iyi bir iş kurma fikrine ve gerekli girişimcilik yeteneğine ve bilgisine sahip olan ancak yeterli finansman imkanı olmayan girişimcilere fikirlerini hayata geçirmeye imkan verecek finansman sağlayan bir modeldir (İşeri, 1993: 10). Risk sermayesi işletmede bir pay elde etmek üzere, feshedilemez haklara sahip olarak yapılan öz kaynak veya öz kaynak benzeri yatırımlar şeklinde tanımlanmaktadır (Altıntaş, 1985 :32) .

Risk sermayesi SPK mevzuatında da şu şekilde tanımlanmaktadır; 'Kurulmuş veya kurulacak olan ve gelişme potansiyeli taşıyan girişim şirketlerine yatırım yapılarak gerçekleştirilen uzun vadeli kaynak aktarım biçimine risk sermayesi yatırımı denir'(SPK Mevzuatı, Seri VIII. No:21). Bu tanıma göre risk sermayesi uzun vadeli ve riskli yatırımların finansmanı için kullanılmaktadır.

Bu tanımlardan hareketle risk sermayesi, teknolojiye dayalı işletmelerin sahip oldukları yeni ürün ve/veya süreçlerin ticarileştirilmesi esnasında karşılaştıkları finansman ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla geliştirilmiş uzun vadeli ve riskli yatırımların finansmanında kullanılan özkaynak benzeri yatırımlardır.

Risk sermayesi kavramının ortaya çıkmasına ve gelişmesine yol açan ana neden, KOBİ 'lere finansal kaynak sağlayan bankalar ve diğer mali aracı kuruluşların bu tür girişimlere yeterli ve uygun koşullarda fon aktarmamasıdır. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri için kaynak ayırmak, genellikle büyük işletmeler tarafından başarılacak bir iş olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak yeni üretim teknikleri de genellikle büyük işletmelerce ortaya konulabilmektedir. Fakat bu tekniklerin uygulanmaya konularak hayata geçirilmesinde KOBİ 'ler önemli bir yere sahiptirler.

KOBİ'lerin finansal özellikleri şu şekilde belirtilebilir (Müftüoğlu, 1991: 57):

- KOBİ'lerde işletme sahibinin işletmesiyle özdeşleşmesi ve bir kader birliğine girmiş olması, bu işletmelerin kredilendirilmesi şartlarında da etkisini göstermektedir. Nitekim KOBİ 'ler kredilendirilirken, kredi verilen işletmenin performansı ve ödeme gücünden ziyade işletme sahibinin kişi olarak gösterebileceği teminatlara bakılmaktadır. İşletmenin iflası durumunda küçük işletme sahibi işletmesindeki varlıklara ilave olarak tüm kişisel varlığını da kaybetmek durumunda kalmaktadır. Böylesi bir risk dolayısıyla işletme sahipleri, kredi almaktan çekinebilmektedirler.
- Otofinsanman bakımından KOBİ 'ler büyük işletmelere göre daha olumsuz şartlar taşımaktadır. Otofinsanman tutarı bu işletmelerde düşük düzeylerde kalmaktadır.
- KOBİ 'lerde sermaye yoğunluğunun nisbeten düşük olmasının bir başka sakıncası da gizli ihtiyatların teşkilinde yatmaktadır.

KOBİ 'lerin finansal avantajları:

- Bağımsızlık,
- Sübvansiyonlar.

KOBİ 'lerin finansal dezavantajları ise şunlardır :

- Yetersiz finansman bilgisi,
- Modern finansman tekniklerini yeterince izleyememe,

- Sermaye piyasasına girememe,
- Yeni ortak alımında her iki tarafta da tereddütler,
- Otofinsman olanaklarının kısıtlı olması,
- Genelde kredi almada teminat sorunu (Halkbank kolaylık getirmektedir),
- İşletme sahibinin kişisel varlıklarıyla sorumlu tutulması,
- Kredi hacminin düşük, kredi maliyetinin yüksek olması.

Girişimciler ellerindeki küçük sermayeler ile işletmeler oluşturmakta, bu özsermayeleri de hem yatırım hem de pazarda yer almak için yapılacak pazarlama çalışmaları için yeterli olmamaktadır. KOBİ 'ler piyasa koşulları nedeni ile vadeli satışlarını da özsermayeleri ile finanse etmek zorunda kalmaktadırlar. Daha kuruluş aşamasında başlayan bu özsermaye sorunu KOBİ 'leri yaşamları boyunca olumsuz etkilemektedir. KOBİ 'lerin 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 bulunmaktadır. Bu durum işletme faaliyetlerini olumsuz yönde etkilediği gibi yeni projeleri finanse etmekte güçlükler yaratmaktadır (I.Bulmuş 1990). KOBİ 'ler bundan dolayı büyümekte, faaliyetlerini genellikle bölgesel sürdürmektedirler.

Özellikle konjüktürel dalgalanmaların olduğu dönemlerde KOBİ 'lerin kaynakları son derece azalmaktadır. Tahsilatta karşılaşılan güçlükler sonucu nakit sıkıntısı çekilmekte, özsermaye erimekte ve pahalı banka kredilerine yönelinmektedir. Sonuçta, yüksek maliyetli banka fonu kullanmak zorunda kalan küçük sanayiciler mevcut yatırımlarındaki dönüş hızını ayarlayamadıklarından iflas etmektedirler. Bu durumda KOBİ 'lerin çok sınırlı özkaynak sermayeye sahip olmaları birçok sorunuda beraberinde getirmektedir (M.Oktav ve Diğerleri 1990). Yaşanan sermaye sorunlarıyla birlikte KOBİ 'lerin yöneticilerinin finansman bilgileri yeterli olmaması ve bu konuda yetişmiş elemanlar istihdam etmemeleri de sorunu derinleştirmektedir.

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 imkanları da sınırlıdır (H.Özgen,Selen Dağ 1997).

Büyük işletmelerle karşılaştırıldığında, ülkemizdeki küçük sanayi işletmelerin daha az sermayeli fakat emek yoğun ve küçüldükçe riski azalan yapıda oldukları da bilinen bir gerçektir (B.Mutlu Gökçesu 1993). Buna rağmen özellikle finansman sorunlarını da en çok onlar yaşamaktadır.

2.2.6. Muhasebe Yönetimi İle İlgili Sorunlar

Özellikle küçük işletmelerde, muhasebe kayıtları sadece yasal bir yükümlülük olarak algılanabilmektedir. Buradaki muhasebe kayıtlarının, işletmenin gelecekteki özellikle finansal yapılanması için gerekli kaynakları oluşturduğu düşünülmeyebilmektedir.

Muhasebe işlevlerinde bilgi işlem teknolojilerinin kullanımı Orta Büyüklükteki İşletmelerin bir kısmında kabul görmüşken; bir kısım Küçük ve Orta Ölçekli İşletme yönetimi, bu sistemleri uygulayabilecek teknik eleman eksikliği ile beraber parasal kaynak yetersizliği üzerinde durmaktadır.

2.2.7. İnsan Kaynakları Yönetimi İle İlgili Sorunlar

KOBİ 'lerin tanımlanıp, sınıflandırılmasında güçlük çekilmesi ve özellikle ortak bir tanım yapılamaması sonucunda, çeşitli kuruluş ve kurumlar genel olarak işgören sayısını baz almışlardır. Bu nedendir ki, KOBİ 'ler için İnsan Kaynakları Yönetimi büyük önem taşımaktadır. KOBİ 'lerin, işletmede çalışan personele ilişkin başlıca özellikleri şu şekilde belirlenebilir (Müffüoğlu, 1991: 73):

- KOBİ 'lerde insan faktörü büyük işletmelere göre daha büyük önem taşır. Bu olgu, KOBİ 'lerde emek yoğun teknolojilerin önemli olmasının doğal bir sonucudur.
- KOBİ 'lerde alt düzeylerde çalışan personel genellikle nitelikli işgücünden oluşur. Büyük işletmelerde ise genellikle düz işgören istihdam edilir.
- İşletmenin üst ve orta yönetim kademelerinde çalışan personel içinse, genellikle tam tersi durum geçerlidir. Bu durum özellikle üst yönetim kademelerine ilerledikçe daha çok geçerlilik kazanır. Zira, KOBİ 'ler finansman, pazarlama, muhasebe, Ar-Ge gibi çeşitli işletmecilik işlevlerinde uzman kişileri istihdam edilebilecek maddi güce sahip değildirler.

- KOBİ 'lerde yönetim ve personel arasında doğrudan bir ilişki vardır ve bu ilişki bireyselleşmiş durumdadır.
- Personelin ücret düzeyi, büyük işletmelerde KOBİ 'lere göre genellikle daha yüksektir.
- Personel ile işletme arasındaki bireysel ilişki konjonktürel dalgalanmalarda kendini özellikle hissettirir. Ekonomik konjonktürün kötüye gittiği durumlarda KOBİ 'ler büyük fedakarlıkları göze alarak işgücünü korumak gayretindedirler. Bu tutum, burada çalışan personelin kaliteli olması ile beraber yerel çevreden gelebilecek olası tepkilerden de kaynaklanabilir.

İnsan Kaynakları Yönetimi ile ilgili sorunların başında kalifiye eleman bulma zorluğu gelmektedir. Gerçekten de KOBİ sahip veya yöneticilerinin işletmelerine kalifiye eleman tedarik edebilmeleri, oldukça fazla ücret ve yan ödemeleri gerektirebilmektedir. KOBİ 'leri ilgilendiren bir başka sorun, alınan siparişlere göre farklı işler yapma zorunluluğu gibi nedenlerden dolayı, çok yönlü kalifiye elemana daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır ve uzmanlığın çok büyük önem taşıdığı günümüzde çok yönlü eleman istihdamı zorunluluğu olmaktadır.

Türk sanayisinde kalifiye eleman açığı çırak-kalfa-usta üçlüsünden yüksek okul mezununa kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Kalifiye eleman ihtiyacının karşılanmasına yönelik eğitim programları; çırak-kalfa-usta üçlüsü ile çeşitli konulardaki teknik ve idari elemanlar ve yöneticiler yanında, bizzat girişimleri de kapsamaktadır (Müftüoğlu, 1991: 254). Bu kapsamda, eğitim düzeyi ve personelin eğitimi de önemlidir. Eğitim, işletme örgütlerine genel anlamda, iş verimliliği artışı, örgütte moral yükselmesi, kontrol faaliyetlerinin azalması, iş kazalarının azalması, işletme örgütünde süreklilik ve uyumluluk sağlanması gibi yararlar sağlayabilmektedir.

Personel eğitimi, işgörenin belirli bir işi yapmak amacıyla bilgi ve becerisinin artırılmasına ve dolayısıyla geliştirilmesine yönelik sistemli uygulamalar bütünüdür. İyi hazırlanmış bir eğitim programının uygulanmasında gerek işletme ve gerekse çalışanların karşılıklı yararları vardır. Bir eğitim programı hazırlanırken belirli görevlerdeki işgörenlerin işbirliğini sağlamak yararlı olacaktır. Eğitim, işgörelere

yapmakta oldukları işleri daha iyi yapma olanağı sağladığı gibi, onlara daha üst görevlere yükselme fırsatını da hazırlayabilmektedir. Bu olanakları tanıyan her eğitim-öğretim programı işgörenlerce de arzu edilmektedir (Şimşek, 1996: 27).

2.2.8. Halkla İlişkiler İle İlgili Sorunlar

Halkla ilişkiler, özel ya da tüzel kişilerin belirlenen hedef kitleler ya da halkla dürüst ve sağlam ilişkiler kurmaları, onları olumlu yönde etkileyen ve karşılıklı yarar sağlayan planlı çabalara girişmeleri şeklinde ifade edilebilir (Şimşek, 1996: 308).

Bir başka tanıma göre halkla ilişkiler, stratejik iletişim aracılığıyla, kamuoyunun tutumunu bir şirket, bir organizasyon veya bir enstitü karşısında, etkileme veya değiştirme yolu olarak izah edilebilir. Bu tanımda yer alan iletişim, strateji ve tutum değişmesi kavramları, halkla ilişkilerin ürün pazarlamasından ayrıldığı noktaları net olarak sergilemektedir. Stratejinin burada büyük önemi vardır. Stratejisi olmayan iletişim, pusulasız deniz yolculuğuna benzemektedir. Şirket stratejisi ile halkla ilişkiler birbiriyle örtüşmek zorundadır. Çünkü halkla ilişkiler, işgöreninden müşterisine, pazarlayıcısından gazetecisine, sendikacısından politikacısına kadar farklı görünen gruplar da olsa, işletmenin çıkarları doğrultusunda bilinçli bir biçimde örgütsel amaçlara yönelmelidir. Halkla ilişkiler sadece şirket reklamı değildir; reklamlardan tutun yazılı ve sözlü basında yer alan işletme ile ilgili tüm haberler, hatta ilişkiler, yani şirket iletişimi devreye girmektedir. Halkla ilişkilerin başlıca amacı sadece şirketi tanıtmak değil, şirketin insanlarda bıraktığı tutumu değiştirmek veya etkilemektir (Demuth, s.11).

KOBİ yönetimleri toplumsal ve kültürel yapı ile beraber, inanç ve tutumlara gereken özeni gösterebilmelidirler. İşletmenin faaliyette bulunduğu toplumun nüfus yapısı, bileşimi, bilimsel ve kültürel düzeyi, görenek ve gelenekleri ve bütün bunlardaki değişme eğilimlerinin kurumların yönetimi üzerinde derin etkiler yapacağı kuşkusuzdur. Ekonomik yaşam ve faaliyetlerin hem amacı, hem üretici etmeni olan insan unsuru, böylece hem talebi, hem de arzı belirleme durumundadır. Bu nedenle KOBİ yöneticileri, toplumu oluşturan bireylerin psiko-sosyal niteliklerini yakından tanımak zorunluluğundadır.

Toplumun fiziksel ve psiko-sosyal yapısı, üretim etmenlerinin satıcıları ve üretilen malın alıcıları bakımından da önem taşır. KOBİ yöneticileri, ilişkide bulunduğu

bütün toplumsal sınıf ve grupları yakından tanıdıklarında işletmelerini daha güvenli ve tehlikesiz bir şekilde yönetebileceklerdir. Yönetici işletmesinde bir çok değişik insanın çalıştığını ve bunların farklı inanç veya tutumlara sahip olabileceğini unutmamalıdır.

Büyük işletmelerdeki profesyonel bir yönetici, çalışanların inanç ve tutumlarını dikkate alarak bir olaya karşı nasıl tutum sergileyeceğini bilmek zorundadır. Bazen etnik köken, bazen mezhep farklılıkları ya da bölgesel farklılıklar buradaki işgörenler arasında informel yapılanmaya, hatta çatışmaya neden olabilmektedir. Ne var ki, KOBİ 'lerde bu durum daha azdır.

KOBİ 'lerde, işgörenlerin bazı olay ve gelişmeleri farklı şekilde değerlendirmeleri veya algılamaları sonucunda azda olsa örgütsel çatışma gündeme gelebilir. Çeşitli kaynaklardan doğan algı farklılıkları kişi veya grupları birbiriyle zıt duruma düşürüp, sorun doğurmakla beraber, KOBİ sahip veya yöneticileri genelde bire-bir ilişkilerle bu sorunları giderebilmektedirler.

Büyük Ölçekli İşletmelerde planlı çabalar şeklinde örgütlenebilen halkla ilişkiler işlevi, küçük işletmelerde beklenen doğrultuda uygulama göremeyebilmektedir. Bu işler, genelde büyüme tutkusu içinde olan Orta Ölçekli İşletmelerde kabul görebilmektedir.

Küçük işletmeler, çevre desteğini sağlamak için halkla ilişkiler etkinliğini düşünseler bile, bu işlev ayrı bir bütçe, program ve ekip çalışmasını gerektirdiği için hayata geçirilemeyebilmektedir. Orta Büyüklükteki İşletmeler ise, her ne kadar çevreleriyle iyi ilişkiler kurmayı planlamış olsalar da, buna yönelik ayrı bir program, bütçe ve uzman ekip oluşturmaktan çok, işletme sahip veya yöneticilerinin bireysel girişim veya karizmalarına güvenebilmektedirler. (Gemici, 2001: 35).

2.2.9. Ar-Ge İle İlgili Sorunlar

Büyük İşletmeler, yeni mal ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve bilinçli çalışmalar yapabilmektedirler. Ne var ki, bu olgular KOBİ 'ler açısından oldukça kısıtlıdır. Gelişen endüstriyel yapılanmalar, küresel rekabet, değişen tüketici zevk ve alışkanlıkları ve benzeri gelişmelerin KOBİ 'ler açısından izlenebilmesi bir çok zorluk doğurmaktadır.

Orta Büyüklükteki İşletmelerden ancak bir kısmının Ar-Ge eylemlerine yönelip; ilgili verilere ulaşabilmeleri, bilgileri anlamlı hale getirebilmeleri, teknolojik yenilikleri izleyebilmeleri, temel araştırma ve uygulamalı araştırma yapabilmeleri ve nihayet geliştirme eylemlerinde bulunabilmeleri olasıdır. Özellikle küçük işletmeler pazara ilişkin nedenler, toplumsal nedenler ve örgütsel nedenlerle Ar-Ge departmanı kurmayı düşünseler bile, buna ilişkin program ve bütçe oluşturamayabilmektedirler. Ar-Ge ile ilgili sorunlar kapsamında teknolojik gelişmelerin yadsınamaz bir yeri vardır.

Yeniliklerin taşıdığı önem, Türk işletmelerinin uluslararası piyasalarda boy göstermeye başladığı son yıllarda açık bir şekilde anlaşılmıştır. Zira yeniliklere açık olmayan ve bu konuda başarılı olamayan bir işletme, uzun bir süre piyasada kalamamakta ve önünde duran büyüme imkanlarını değerlendiremeyerek faaliyetlerini nispeten küçük ölçeklerde devam ettirmeye mahkum olmaktadır. (Müffüoğlu, 1991: 199).

2.2.10. Karar Alma İle İlgili Sorunlar

Karar alma, modern işletmecilik fonksiyonlarından biri olup, istenilen sonuca ulaşmak için mevcut seçenekler arasından bilinçli olarak seçim yapma sürecini ifade eder. Günümüz işletmeleri açısından karar almanın önemi hızla artmaktadır.

Küreselleşme, Gümrük Birliği ve AB kapsamında gelişen ekonomik koşullarla beraber gündeme gelen teknolojiye yeniden yapılanmalar ve yeni üretim sistemlerinin uygulamaya geçirilmesi gibi rekabet ortamları, günümüzde karar alma işlemini yöneticilik kavramıyla eşdeğer bir anlama ulaştırmıştır. Herhangi bir işletme yönetiminin alacağı karar çok çeşitli olabilir. İşletme yöneticisi, işletmeyle ilgili olarak bir çok karar almak zorunda kalabilir. Genel anlamda bu kararlar işletmenin finansmanı, üretimi, pazarlaması vb. konularda olabilir.

İyi bir kararın taşınması gereken özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tosun, 1990: 308):

- İnceleyici, yaratıcı, yetenek geliştirici ve değerlendirici faaliyetleri içermelidir.
- İşletmenin iç ve dış koşullarına ilişkin yeterli bilgileri ve değerlendirmeleri kapsamalıdır.

- Sayısal verilere dayanarak hazırlanan analizlerle beraber subjektif faktörlere ilişkin değerlendirmeler de ek olarak yer almalıdır.
- Amaca uygun şekilde hazırlanmalıdır.
- En uygun süreç ve süreyi içerebilmelidir.

Küçük Ölçekli İşletmelerde karar alma işlemi, işletme sahibince veya ortaklarca yerine getirilebilir. Orta Boy İşletmelerde ise yetki, kısmen de olsa yönetici veya astlara devredildiğinden kararlar birlikte alınmaktadır. Ne var ki, son söz üst yönetimindir. Bu nedenle KOBİ 'lerde karar alınırken, Büyük Ölçekli İşletmelerinkine oranla bilimsel teknikler daha az kullanılabilenmekte, buna karşın hızlı ve esnek kararlar alınabilmektedir.

2.2.11. Dış Ticaret İle İlgili Sorunlar

KOBİ 'lerin Dış Ticaret ile karşılaştıkları sorunlarına, “Dış Ticaret ve KOBİ 'ler” başlığı altında yer verilmiştir

2.2.12. KOBİ 'lere Destek Veren Kurumlar Ve Uygulanan Destek Programları

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

Burada, Türk KOBİ 'lerine finansal ve teknik yardım sağlayan ve çeşitli konularda danışmanlık hizmeti veren belli başlı kurum ve kuruluşlar tanıtılmıştır. Kesin bir ayırım yapılmamasına karşın, “Türk KOBİ 'lerine destek veren ulusal ve uluslararası kurum- kuruluşlar ve uygulanan destek programları” başlığı adı altında aşağıdaki beşli grupta hedeflenmiştir (*KOSGEB Tanıtım Broşürü, KOSGEB 1999 Yılı Faaliyet Raporu*)

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

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

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

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

2.2.12.1. KOSGEB (Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)

KOSGEB'in Amacı

KOSGEB; küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini yükseltmek ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini artırmak amacıyla 3624 sayılı Kanunla 20 Nisan 1990 tarihinde kurulmuştur. KOSGEB, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile ilgili bir Kamu Kuruluşu olup, tüzel kişiliğe haiz ve bütün işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabidir.

KOSGEB'in Temel Hizmetleri

KOSGEB, ülkemiz KOBİ 'lerinin varlığı ve yaşamlarını başarıyla sürdürebilmelerini kendine temel amaç edinen bir kurum olarak, aşağıda kapsamlı olarak açıklanan hizmetleri sürdürmektedir. ([KOSGEB Tanıtım Broşürü](#))

a. Bilgilendirme, Elektronik Ticaret ve İşletmelerarası İşbirliği Hizmetleri

Globalleşme sürecinin yaşandığı günümüzde büyük önem kazanan bilginin kullanımında KOS işletmelerinin payının artırılması için KOSGEB, Avrupa Birliği'nin KOBİ 'lere yönelik en önemli destek programı olan Avrupa Bilgi Merkezleri (ABM) Ağına katılmıştır. Bu hizmetlerin yurtiçinde dağıtımını sağlamak üzere KOBİNET bilgi ağı kurulmuştur.

KOSGEB Bilgi Sistemleri ve Elektronik Ticaret Süreçleri Grubu şu hizmetleri sağlamaktadır:

- i. **Bilgi Hizmetleri:** Bu hizmet kapsamında özellikle ticari dünyaya yönelik bilgi hizmetleri sunulmaktadır.
- ii. **İşletmeler Arası İşbirliği Hizmetleri:** KOSGEB, yurtdışındaki KOBİ 'lerin ülkemiz KOBİ 'leri ile ilgili bilgi ihtiyacını karşılamının yanısıra; Avrupa Birliği'nin başlattığı destek programlarından İşletmelerarası İşbirliği Merkezi (Bureau de Rapprochement des Enterprises; BRE) programlarında Türkiye temas noktasıdır. 80 ülkeden gelen işbirliği teklifleri ABM yurtiçi ağı olarak hizmet veren KOBİNET'te güncel olarak yayınlanmaktadır.
- iii. **KOBİ-NET Hizmetleri:** KOSGEB Avrupa Bilgi Merkezi, KOBİ 'lere yönelik oluşturduğu Elektronik Ticaret Modeli kapsamında kurduğu KOBİNET bilgi ağı ile işletmelerimize hizmetler sunmaktadır.
- iv. **İnternet Kırathaneleri:** KOBİ 'leri Elektronik Ticaret ile tanıştırmak, internetin kullanımını yaygınlaştırmak, KOBİNET'in yaygınlaştırılmasını sağlamak için sanayinin yoğunlaştığı Küçük Sanayi Siteleri İnternet Kırathanelerinin kurulmasına 1999 yılında başlanmıştır.

b. Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Destekleri

Bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahip işletmelerin, ulusal ve uluslararası platformlarda rekabet edebilecek teknolojik düzeyde kurulması, gelişmesi ve yeni ürün üretilmesi veya geliştirilmesi amacı ile bu işletmelere teknolojik araştırma ve geliştirme desteği verilmesidir.

Çizelge 9: İşletme Geliştirme Merkezleri ve Teknoloji Geliştirme Merkezleri Tarafından Desteklenen İşletmeler 2002

Destek Türü	Desteklenen İşletme Sayısı
İGEM	
Danışmanlık hizmetleri	2 928
Laboratuar hizmetleri	6 472
Eğitim	5 870
Kalite iyileştirmesi	224
Öteki proje destekleri	4 175
TEKMER	
Ar & Ge desteği	140

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı.

c. Finansman Destek Hizmetleri

KOBİ 'lerin finansal destek amaçlarından daha etkin yararlanmaları amacıyla finansal kaynakların öncelikle küçük işletmeler tarafından kullanımını sağlamak, yeni modeller oluşturmak ve bu modelleri ilgili kurum ve kuruluşlar ile koordine ederek hayata geçirmek, KOSGEB 'in finansal kaynaklarının küçük işletmeler tarafından kullanımında etkinliği sağlamak ve işletmelere katkı sağlayacak yurt içi yurt dışı kaynakları tanıtmak için gerekli çalışmalar yapılmaktadır.

d. Girişimciliği Geliştirme Hizmetleri

KOSGEB, yeni işletme kurmak ya da işletmesini geliştirmek isteyen girişimcilere hizmet vererek, ülkemizde girişimciliğin gelişmesini sağlamakta ve Türkiye Ekonomisine katkıda bulunmaktadır.

e. Pazar Araştırma ve İhracatı Geliştirme Hizmetleri

KOSGEB, Türk KOBİ 'lerinin uluslar arası pazarlara açılabilmesi, pazarlama ve ihracat potansiyellerinin geliştirilmesi ve desteklenmesi için gerekli her türlü kaynağı kullanarak bu işletmelerin Türkiye'nin toplam ihracat içerisindeki paylarını artırmaya çalışmaktadır.

f. Bölgesel Kalkınma Hizmetleri

KOSGEB, bölgeler arası farklılıkların giderilmesi, dengeli kalkınmaya katkı sağlanması, işletmelere rekabet olanağı yaratılması, istihdamın geliştirilmesi, işsizliğin ve işgücü göçünün önlenmesine çalışmaktadır.

g. Laboratuvar Hizmetleri

Türkiye genelinde bulunan Küçük İşletmeler Geliştirme Merkezlerinde bulunan ve ulusal/uluslararası standartları esas alan düzenleme ve işleyişe getirilen Laboratuvarlar aracılığı ile sanayicilere hizmet verilmektedir.

h. Danışmanlık Hizmetleri

İşletmelerin hammadde seçiminde ürün pazarlamasına kadar her safhada karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik olarak; ürün kalitesinin geliştirilmesi, maliyetin düşürülmesi, ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi kurulması, CE işareti ve Yönetim Danışmanlığı gibi konularda danışmanlık hizmetleri verilmektedir.

i. Kalite Geliştirme Hizmetleri

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin uluslararası kalite ve standartlarda mal üretmelerini temin üzere kalite bilincini geliştirme, kalite güvenilirliği kavramına uygun etkinlik kazandırma ve buna yönelik malzeme, tasarım, üretim metodları, bakım-onarım ve pazarlama faaliyetlerinde gereken desteği sağlama, kalite ve teknoloji düzeyini yükselterek verimliliği artırma yönünde hizmetler verilmektedir.

j. Eğitim

Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin değişen koşullarda belirlenen eğitim ihtiyaçlarına yönelik sınıf içi, laboratuvar veya işbaşında olmak üzere teknik, yönetim, mali ve mevzuat konularında bir hafta süreli eğitim programları, tanıtım ve bilgilendirme amacıyla kısa süreli konferans/paneller düzenlenmektedir. Eğitimde kullanılmak üzere yayınlar ve görsel işitsel materyaller hazırlanmakta ve geliştirilmektedir.

k. Uluslararası Gözetim Hizmetleri

KOSGEB, ISO 9002 belgesine sahip olan merkezleri aracılığıyla dış ticarete gözetime konu malların kalitesinin, miktarının, döviz kuru ve mali koşullar da dahil olmak üzere fiyatının ve/veya gümrük sınıflandırmasının doğruluğunun saptanması ile ilgili gözetim hizmetlerinde bulunmaktadır.

2.2.12.2. Türkiye Halk Bankası

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

Türkiye Halk Bankası'nca KOBİ'lere sağlanan teknik yardım ve danışmanlık hizmetleri aşağıdaki gibi sıralanabilir: (Akgemici, 2001: 37)

- Esnaf ve sanatkarların kooperatifler halinde örgütlenmelerine yardımcı olmak.

- Sanatkar ve Küçük Boy İşletmelerin ürünlerinin pazarlanmasını sağlamak amacıyla çalışmalar yapmak.
- Esnaf ve küçük sanayicilerin eğitim sorunları ile ilgilenme mesleki görgü ve bilgilerini artırıcı çalışmalar yapmak.
- Küçük ve Orta Boy Sanayi İşletmelerinin gelişmesi ve büyük boy gruba geçişini kolaylaştırmak için danışmanlık hizmeti vermek; proje ve teknik bilgi sunarak destek sağlamak.

2.2.12.3. Türkiye Vakıflar Bankası Kredileri

Türkiye Vakıflar Bankası'nın kullandığı krediler, T.C Merkez Bankası reeskont, Dünya Bankası ve diğer kaynaklardan oluşmakta ve şu işkollarında kredi kullanılmaktadır: Bitkisel üretim, Madencilik, Gıda sanayi, İçecek sanayi, Dokuma sanayi, Deri işleme sanayi, Kağıt sanayi, Plastik ürünleri, İnşaat ve bayındırlık, Makine imalatı, Turizm, Depolama, Seramik sanayi, Demir-çelik, Elektronik sanayi, Taşıt araçları ve parça imalatı, Sağlık ve Eğitim (Akgemici, 2001: 37)

2.2.12.4. Kobi A.Ş.

Halkbank, Halk Leasing, TOBB ve TOBB'a üye 15 oda, KOSGEB, TESK gibi kuruluşlar bir araya gelerek KOBİ 'lere önemli finansman desteğinde bulunacak KOBİ A.Ş. 'yi kurmuşlardır. KOBİ A.Ş., KOBİ 'lere ortak olarak sermaye desteğinde bulunacaktır. Halen çalışmaları süren KOBİ A.Ş.'de, öncelikle firmalar KOBİ A.Ş.'ye başvuracaklar. Başvurunun uygun bulunması halinde, firmaya yüzde 49 hisse hisse alınarak ortak olunacaktır. Böylece küçük işletmeler faizsiz kaynağa ulaşarak, finansman problemini çözeceklerdir. (Denizli Ticaret Odası, 2005)

2.2.12.5. Kredi Garanti Fonu A.Ş.

Kredi Garanti Fonu, Türkiye-Almanya Teknik İş Birliği Anlaşması çerçevesinde akdedilen Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin, Bankadan alacakları krediye teminat veya garanti verilmesini sağlama amacıyla Kredi Garanti Fonu İşletme-Araştırma Ticaret A.Ş. ile Banka arasında imzalanan protokol uyarınca oluşturulmuştur. Burada; elinde verimli projesi olup, ya da halen faaliyette olan firmaların talep ettikleri kredilere karşılık yeterli teminat verememesi nedeniyle, Banka tarafından kredilendirilemeyen

firmaların Bankadan kullanacakları kredilerin teminatının oluşturulması amaçlanmıştır. Bu fondan yararlanabilecek işletme tanımında sadece işçi sayısı dikkate alınmış olup, işyerinde en fazla 250 işçi çalıştıran işletmeler “Küçük ve Orta Ölçekli İşletme” kabul edilmiştir. Kredi Garanti Fonu kapsamında garanti/kefalet istatistikleri olarak (Eylül 2000 itibariyle) aşağıdaki bilgiler verilebilir:

Çizelge 10. Kredi Garanti Fonu kapsamında garanti/kefalet istatistikleri

Gelen Garanti Talepleri	22,1 Trilyon TL	1822 Adet
Üstlenilen Garanti	9,8 Trilyon TL	905 Adet
Mevcut Garanti	8,1 Trilyon TL	570 Adet

(Kaynak: KOSGEB Tanıtım Broşürü, KOSGEB 1999 Yılı Faaliyet Raporu)

Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. kurucu ortakları: TOSYÖV, MEKSA TESK, TOBB tarafından kurulmuş olup 1995 yılında ortak olan Halkbank ve KOSGEB’in katkıları ile işlerlik kazanmıştır. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.6. Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi Ve El Sanatları Genel Müdürlüğü

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

Sanayi ve Ticaret Bakanlığının kuruluş konumunda; Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri planlamak, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içinde plan hedeflerine paralel olarak mevzuat düzenlemeleri yapmak, üst yapı kredisi sağlamak, KOBİ’lere örgütlenme, eğitim, tedarik, tanıtma ve pazarlama, teknik ve ekonomik konularda hizmet vermek, varlıklarını korumak ve geliştirmek için gerekli hukuki ve yönetsel düzenlemeleri yapmak gibi görev ve sorumluluklar sayılmıştır. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.7. Küçük Sanayi, Sanayi Bölge Ve Siteleri Genel Müdürlüğü

Küçük sanayi siteleri veya bölgeleri şeklinde oluşmuş olup, KOBİ’lere finansal destek sağlamak amacıyla.

2.2.12.8. GAP Bölgesi Girişim Destekleme Ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM)

GAP İdaresi ve Türkiye Kalkınma Bankası'nın ortak bir girişimi olup, GAP'a dahil 9 ildeki KOBİ 'lere kuruluş ve yatırım aşamasında; danışmanlık ve yatırım bankacılığı hizmetlerinin sunulması amacını taşımaktadır. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.9. Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü

Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü'nce hazırlanan "Kalkınmada Öncelikli Yörelerde Yapılacak İstihdam Yaratıcı ve Teşvik Belgeli Yatırımlar İçin Gerçek ve Tüzel Kişilere Hazine'ye Ait Arazi ve Arsaların Bedelsiz Devrine İlişkin Yönetmelik" uyarınca; "En az 10 kişilik istihdam düzeyi amaçlayan teşvik belgeli yatırımlara karşılıksız hazine arsası tahsis edilebilmektedir. Tahsiste en yüksek istihdam üreten ve yatırım tutarı yüksek projelere öncelik verilmektedir. Ayrıca, Organize Sanayi Bölgeleri de öncelik kapsamındadır." (KOSGEB, 2002)

2.2.12.10. Milli Prodüktivite Merkezi (MPM)

580 sayılı kanunla kurulmuş olan Milli Prodüktivite Merkezi (MPM), yurt ekonomisinin verimlilik esaslarına uygun olarak gelişmesine yardımcı olacak tedbirleri araştırmak, bu tedbirlerin uygulamaya konulmasını sağlayacak çalışmalarda bulunmak, kamu ve özel sektör işyerlerindeki verimliliği artıracak yöntemleri saptamak ve bunların uygulama imkanlarını araştırmak ve milli prodüktiviteyi ölçmekle görevlendirilmiştir. Merkez, işletmelere danışmanlık, eğitim ve teknik bilgi hizmetleri vermektedir. MPM, üretim, insan kaynakları ve hizmet içi eğitim alanlarında eğitim çalışmaları yapmak; eğitim, yeniden örgütlenme ve ücret sistemleri alanında danışmanlık yapmak; teknik bilgi vermek; soruları yanıtlamak, teknik gelişmeleri yayınlamak, işletmecilikteki son gelişmeleri iletmek gibi hizmetleri yerine getirmektedir. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.11. Esnaf Ve Sanatkarlar Kefalet Kooperatifleri

Esnaf Kefalet Kooperatifleri KOBİ'lere şu yararları sağlamaktadır:

- 1163 sayılı yasaya dayanarak, üyelerin mesleki uğraşlarına yarayacak krediyi sağlamak amacıyla onlara kefil olmak.

- İhtiyat fonları ile üyeleri ilgilendiren mesleki, sosyal, sağlık tesisleri ve sigorta kurumları kurmak.
- Banka teminat mektubu sağlamak amacıyla kefil olmak.
- Üyelere kefil olma ve onlara borç verme gibi konularda banka emrine borç senedi vermek. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.12. Ticaret Ve Sanayi Odaları

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

Ayrıca, esnaf ve küçük sanatkarların sicilini tutmak, üyelerinin mesleki, ekonomik ve sosyal gereksinimlerini gidermek, mesleki ilerlemelerinde yardımcı olmak, sorunların çözümü için araştırmalar yapmak, yayınlamak, eğitim seminerleri düzenlemek gibi işlevlerde de bulunmaktadır. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.13. Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları Ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV)

Amacı KOBİ 'lere her konuda yardımcı olmak, yönlendirmek, aydınlatmak, sorunlarına çözüm bulmak, kamuoyu ve lobiler oluşturmak olan Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV) 1989 yılında kurulmuştur. Üye sayısı 4 bini aşan TOSYÖV'ün 2004 yılı sonu itibariyle 24 ilde şubesi ve destekleme dernekleri bulunmaktadır. Vakıf, sağlıklı bir altyapı, adil bir teşvik sistemi, yeterli finansman kaynakları, uygun yatırım imkanları, ileri teknolojiye uygun ekipman, yüksek kaliteli mal üretmek için eğitim ve danışmanlık, çağdaş işletmecilik ve yönetim ile ilgili eğitim faaliyetleri, sağlıklı ana-yan sanayi ilişkileri, Avrupa Birliği ile entegrasyonu sağlayabilecek yaygın eğitim ve olumlu bir kamuoyu oluşturulması ve siyasi destek sağlanması konularında çalışmalar yapmayı amaçlamaktadır. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.14. Teknik Yardım Ve Danışmanlık Hizmetleri Veren Diğer Kurum Ve Kuruluşlar

Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir: (KOSGEB, 2002)

Üniversiteler (Yüksek Öğretim Kurumları)

- Yüksek Teknoloji Enstitüleri,
- Fakülteler,
- Meslek Yüksek Okulları.

Araştırma Enstitüleri, Konsey, Vakıf ve Diğerleri:

- İlgili Meslek Kuruluşları,
- TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kooperatifi)
- Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK),
- İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME),
- MESS Vakfı,
- Mesleki Eğitim Küçük Sanayi Destekleme Vakfı (MEKSA),
- Avrupa Küçük İşletmeler Konseyi (ECSB),
- İktisadi Kalkınma Vakfı ve diğerleri.

2.2.12.15. Hollanda Yönetim İşbirliği Programı (NMCP)

Hollanda İşverenler Federasyonu ve Kalkınma Yardımı Bakanlığı'nın işbirliği sonucu 1978 yılında Hollanda'da kurulmuş olan Hollanda Yönetim İşbirliği Programı (NMCP), 1991 yılından itibaren Ankara, İstanbul, İskenderun ve İzmir'de birer yerel temsilcilik açarak, Türkiye'deki işletmelere danışmanlık hizmetlerine başlamıştır. Özellikle, KOBİ 'lerin girişimlerini büyütmek ve pazarlarda kalıcı olmalarını sağlamak amacı güden bu kuruluş öncelikli olarak; tarım, tekstil, ayakkabı, marangozluk, sağlık ve turizm alanlarında danışmanlık hizmetleri sunmaktadır.

(<http://www.ttpnl.org/tur/nmcp.htm>, Erişim Tarihi: Haziran, 2005)

2.2.12.16. Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi

“Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi” ile Balkan ülkeleri arasındaki ekonomik ve ticari işbirliğinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu amaca yönelik olarak İGEME’nin Balkan ülkeleri nezdinde bir bilgi Merkezi olması ve Balkan ülkelerine ilişkin ticari bilgileri ilgili kesimlere elektronik ortamda veya hızla aktarması ve bölgesel ticaretin geliştirilmesi amacıyla çeşitli organizasyonlar gerçekleştirmesi planlanmaktadır. (KOSGEB, 2002)

2.2.12.17. Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (Unido) Ankara Ofisi

Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO) Ankara Ofisi, Türkiye’deki faaliyetleri kapsamında ilgili kurum ve kuruluşlarla ortak teknik yardım projeleri yürütmektedir. Bunlar arasında genetik mühendisliği, Ar-Ge etkinliklerinin geliştirilmesi, metroloji ve kalibrasyon laboratuvarlarının kurulması kararlaştırılmıştır. Projelerin geliştirilmesi ve uygulanması UNIDO kriterleri ve kurallarına göre UNIDO uzmanları tarafından gerçekleştirilmektedir. (http://www.un.org.tr/unic_tur/turkey_unido_tr.htm, Erişim Tarihi: Haziran 2005)

3.2.12.18. Avrupa Yatırım Bankası (European Investment Bank-EIB):

Banka, 1958’de Roma Antlaşmasına dayanılarak kurulmuş olup, bağımsız bir kamu kuruluşudur. Amacı, AB çıkarları doğrultusunda öz kaynaklarını kullanarak sermaye piyasasına başvurarak, dengeli kalkınmaya yönelik projeleri finanse etmektedir. Büyük ölçekli projeler, bu projelere açılan krediler ile finanse edilirken, KOBİ’lerin projeleri global ödünçlerle finanse edilmektedir. Birlik dışındaki projelere de kaynak sağlayabilmektedir. Türkiye halen tam üye olmadığı için AYB’nin kendi üye ülkelerindeki KOBİ’lere otomatikmen açtığı kredilerden yararlanamamaktadır. (KOSGEB, 2002)

Çizelge 11: KOBİ Teşvik Belgelerinin Mahiyetlerine Göre Dağılımı

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	TOPLAM	%
Komple Yeni Yatırım	88	200	302	188	29	32	61	96	976	0,14
Tevsi	1.217	786	772	379	45	76	124	122	3521	0,49
Tamamlama	-	-	1	6	3	13	31	22	76	0,01
Yenileme	26	17	28	37	11	18	21	32	190	0,03
Kalite Düzeltme	82	59	115	86	11	22	22	15	412	0,06
Darboğaz Giderme	11	36	387	459	-	5	2	3	902	0,13
Modernizasyon	126	74	90	62	3	38	19	16	428	0,06
Entegrasyon	-	-	-	30	-	1	5	-	36	0,01
Ürün çeşitleme	-	-	-	2	8	27	23	37	97	0,01
Hammadde Temini	-	-	-	-	136	158	150	73	517	0,07
TOPLAM	1.550	1.171	1.695	1.229	246	390	458	416	7.155	1,00
%	0,22	0,16	0,29	0,17	0,03	0,05	0,06	0,06	0,99	

(Kaynak: Hazine.gov.tr, Nisan 2005)

2.2.13. Dünya 'da KOBİ 'lere Sağlanan Destekler

2.2.13.1. AB Ülkelerinde KOBİ 'lere Sağlanan Destekler

Burada, AB ve Avrupa ülkelerindeki KOBİ 'lere finansal ve teknik yardım sağlayan ve çeşitli konularda danışmanlık hizmeti veren belli başlı kurum ve kuruluşlar tanıtılmıştır. Ayrıca, AB'nin KOBİ 'lere yönelik teknoloji politikaları kısaca açıklanmıştır.

2.2.13.1.1. AB 'nde Yaratıcı KOBİ 'lere Finansal Yardım Paketi

KOBİ 'lerin istihdam yaratma ve değişimi için bir seri finansman yardım önlemini kapsayan Büyüme ve İstihdam üzerine girişimler konusunda Konsey Kararı, 19 Mayıs 1998'de ECOFIN Konseyinde resmen kabul edilmiştir. Bu Karar ile 1997 haziran ayında Amsterdam Avrupa Konseyi'nde planlanan yaratıcı KOBİ 'ler için finansal yardım programı oluşacaktır. Bu da 1998 yılına ait, Avrupa Parlamentosu ve Konseyi tarafından bu tür istihdam yaratma konusunda olumlu etkileri olan faaliyetlere yönelik olarak tahsisatı hali hazırda yapılmış olan fonlar için resmi temel oluşturacaktır. Projenin içeriği üç bölümden oluşmaktadır:

- Avrupa Teknoloji İmkanları (ETF), Avrupa Yatırım Fonu tarafından yürütülen risk sermayesi olanakları,
- Avrupa İş Ortaklığı (JEV), Komisyon tarafından yürütülecek olan Avrupa Birliği'nde uluslararası iş ortaklıkları yaratılmasını desteklemek için finansman paketi,
- KOBİ Garanti Olanakları, Avrupa Yatırım Fonu tarafından yürütülecek olan, küçük veya yeni kurulmuş firmalara kredi verme olanakları.

450 Milyon avro'luk toplam bütçe, (1998-2000) üç yıl için projeye tahsis edilmiştir. Komisyon tarafından önerilen 30 Milyon avro'luk bir artış bütçeye eklenecektir. Komisyon kararı her üç olanağın uygulamasında önemli göstergelerdir (Cordis focus, 15 June 1998).

2.2.13.1.2. Avrupa Yatırım Bankası (AYB) (European Investment Bank-EIB)

AYB, kar amacı gütmeksizin borç fonlar temin etmek yanında, teminat da sağlamaktadır. Şu nitelikteki projeleri finanse etmektedir; “1.Az gelişmiş bölgeleri geliştirmeye yönelik ve 2.Üye ülkelerin her birinde mevcut finansman araçları ile tamamen karşılanamayan, işletmelerin modernizasyonu ya da yeni faaliyet alanları yaratılmasına yönelik projeler”. Bu ikinci gruba giren projelerin “ yeni faaliyet alanları yaratılması” amacına yönelik olması, AB’nin risk sermayesi nedeniyle yaklaşımını desteklediğini de bir ölçüde ortaya koymaktadır. AB yönetiminin dışında özel bir tüzel kişiliği olan banka, AB Komisyonu tarafından değil, kendi organları tarafından yönetilir.

AB’nin diğer fon kaynakları ile işbirliği içinde olmakla beraber, AB’nin temel finansman kuruluşudur. AB KOBİ ’lerinin AYB kredilerinden yararlanabilmesi için şu özellikleri taşıması gereklidir; bağlı değerleri 75 Milyon avro’yu aşmamak, 500’den az işçi çalıştırmak, yatırım projesinin maliyeti 20 Milyon avro’yu geçmemek. Krediler ilke olarak proje maliyetinin en fazla %50’sine kadar verilmektedir (Kredi tavanı 10 Milyon avro’dur). 1993 Kopenhag Avrupa Konseyi Toplantısında, AYB’nin 1 Milyar avro’yu KOBİ ‘lere tahsis etmesi istenmiştir. (Akgemici, 2001)

2.2.13.1.3. Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (European Coal And Steel Community-ECSC)

1951 Paris Antlaşması ile 6 Batı Avrupalı Devlet tarafından Almanya ve Fransa arasındaki kömür ve demir cevherlerini ve çelik sanayilerini devletler üstü bir otoritenin uhdesine vermek amacıyla kurulmuştur. Üye ülkeler arasında ortak bir pazar yaratarak, KOBİ ‘lere büyük ölçüde katkılarda bulunmak istenmiştir. Bu amaçla yeni üretilen her yeni iş için 200 Bin ECU’luk faiz yardımının yapıldığı görülmektedir. Türkçe baş harfleriyle AKÇT, 1967’de aldığı bir kararla, organlarını AB organları ile birleştirmiştir.(Akgemici, 2001)

2.2.13.1.4. KOBİ ‘ler İçin Topluluk Finansal Kredileri “Yeni Topluluk Aracı” (The New Community Instrument - NCI)

Bir kredi ve finansman aracı kurumu olan NCI, 1978 yılında Konsey kararı ile kurulmuş olup, krediler Avrupa Yatırım Bankası tarafından yönetilmektedir. Bu kuruluşta KOBİ ‘lerin çok özel yeri olup, krediler KOBİ ‘lere aktarılmaktadır. 1982 ile 1984 yılları arasında, AB’nin KOBİ ‘lere verdiği toplam krediler iki katına çıkarılınca,

bu tür krediler toplam içinde % 25'e ulaşmıştır. Bu gelişme, KOBİ finansmanına destek sağlanmasını, AB polifinans politikasında önemli bir yer aldığını işaret etmektedir. Daha sonra bu önem, Mart 1987 kararı ile daha da açıkça anlaşılmıştır. Konsey kararına göre, 750 Milyon avro tutarındaki NCI kredisinin, KOBİ 'lere tahsisi istenilmiş, ayrıca aynı tutardaki Avrupa Yatırım Bankası kredisinin de KOBİ 'ler için kullanımı öngörülmüştür. (Akgemici, 2001)

2.2.13.1.5. Avrupa Topluluğu Yatırım Ortakları Programı (European Community Investment Partners-ECIP)

Bu program özellikle KOBİ 'lerin yabancı ortak bulma veya Avrupalı firmalarla ortak yatırım yapmalarını finanse etmek amacıyla hazırlanmış olup, Türkiye Gümrük Birliğine geçmeden önce ülkemizde faaliyete başlamışlardır. Aslında ECIP, AB Komisyonunun bir finansman programıdır. Akdeniz ülkelerinde, Latin Amerika'da, Asya'da AB KOBİ 'lerinin de kullanımına açık olan bir programdır. Dolayısıyla, Türkiye tam üye olmadığı halde bu finans kaynağından yararlanabilir. (Akgemici, 2001)

2.2.13.1.6. Avrupa Birliği'nde KOBİ 'lere Yönelik Teknoloji Politikaları

KOBİ 'leri teknolojik gelişmelere kolaylıkla ulaştırarak rekabet güçlerini geliştirmeyi amaçlayan bu programlar arasında şunlar sayılabilir (Çetin, 2000: 1-15):

1. Euromanagement (Ar-Ge Denetimleri).
2. Value (KOBİ İhaleleri).
3. Sprint (Yenilikçi Uygulamalar Ve Teknoloji Transferi).
4. Mint (Yeni Teknolojilerin Entegrasyonunun Yönetimi).
5. TII (Teknolojik Yenilik Bilgi Birimi).
6. Craft (Teknoloji Araştırmalarında İşbirliği).
7. Value (Ar-Ge Sonuçlarının Yaygınlaştırılması Ve Kullanımı).
8. Telematique (Uzaktan çalışma ve uzaktan hizmet sağlama gibi alanlarda yeni telematik sistemleri ve hizmetlerinin geliştirilmesi).
9. Race (Teknolojideki hızlı gelişmeler, mevzuat değişiklikleri ve ileri Trans-Avrupa ağları ve hizmetlerin geliştirilmesi olasılığı dikkate alınarak ekonomik

gelişmeye ve toplumsal birleşmeye katkı sağlayacak ileri iletişim sistemlerinin gelişmesinin sağlanması).

10. Esprit (Araştırma ve teknoloji geliştirme faaliyetleri özellikle bilgi toplumunun ihtiyacı olan bilgi altyapısının oluşturulması).

11. Brite-Euram (Kısa dönemde, özellikle teknoloji düzeyi düşük olan sektörlerin rekabet gücü üzerinde kaldıraç etkisi yapacak olan yeni sanayi teknolojilerinin geliştirilmesi veya mevcut teknolojilerin uyarlanmasına ilişkin araştırmalara öncelik tanınması).

2.2.13.2. ABD 'de KOBİ 'lere Sağlanan Destekler

ABD'de KOBİ 'lere sağlanan destekler ile ilgili olarak Çizelge 12 geliştirilebilir (Akgemici, 2001).

Çizelge 12. ABD'de KOBİ 'lere Sağlanan Destekler

BİLGİ DESTEKLERİ	SAĞLAYAN KURULUŞLAR
İşletme kurma ve geliştirme eğitimi. Kadınlar, gençler, sakatlar ve eski mahkumların kendi işletmelerini kurmaları yönünde eğitilmeleri. Bilgi işlem teknolojilerinin kullanımı ve internet işletmeciliği, Alacak ve borç yönetimi. Bütçeleme ve finansman. Franchising, risk sermayesi, uluslar arası ticaret ve işbirliği olanakları. Pazar genişletme ve ihracat. Ar-ge, ürün ve süreç geliştirme.	Birleşik Devletler Küçük İşletmeler ve Girişimcilik Kurumu. Küçük ve Orta Boy İşletmeler; Girişimcilik Enstitüsü. Küçük İşletme Yönetimi; İşletmecilik Enstitüsü; Küçük İşletmeciliği Bilgilendirme ve Geliştirme Merkezleri. Bilimsel Teknoloji Danışma Merkezi. Ulusal Finans ve Muhasebe Büroları. Ulusal Kadın İşletmecilik Konseyi. Elektronik Ticaret yardım Merkezi. KOBİ Hukuk Bürosu.
FİNANSMAN KOLAYLIKLARI	SAĞLAYAN KURULUŞLAR
Ulusal ve yerel fonların kullanımı.	Amerikan Kredi Kurumu.

<p>Ulusal ve yerel SBA'ların bina, arazi, makine ve araç temini yönünde finansal destek yardımları.</p> <p>Kadın ve genç girişimciler ile sakatlar ve eski mahkumlara uygun koşullarda kredi açılması.</p> <p>Kapasitelerini artırmak isteyen KOBİ 'lere dış kaynak temini. İhracatın teşviki.</p> <p>Doğal afet ve iflaslarda yardım.</p> <p>Yeni ürün ve süreç geliştirme ile kaliteye yönelik yatırım ve belgelendirmelerin finansmanı.</p>	<p>Küçük İşletmecilik Yatırım Şirketleri.</p> <p>Ulusal ve yerel Küçük İşletmeler Finansman Şirketleri.</p> <p>Birleşik Devletler Küçük İşletmeler ve Girişimcilik Kurumu.</p> <p>Ulusal ve Yerel Kooperatifler.</p> <p>Küçük İşletme Federasyonları.</p> <p>Uluslar Arası Küçük İşletmecilik Kongresi.</p> <p>USA. İhracatı Geliştirme ve Yardım Merkezi.</p>
--	--

(Kaynak: Akgemici, Tahir; KOBİ 'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, 2001 Haziran)

2.2.13.3. Japonya'da Kobi 'Lere Sağlanan Destekler

Japon Küçük ve Orta Boy İşletmeler Ana Kanunu, küçük ve orta boy işletmelerin büyümelerini, ulusal ekonomiye uygun yönde gelişme göstermelerini ve bu kapsamdaki işgörenlerin ekonomik ve sosyal durumlarının iyileştirilmesini hedefleyen temel bir yasadır (Çetin, 1996: 123).

Japonya'da KOBİ 'lere Finansman Kolaylıkları Sağlayan Kamu Kurumları Çizelge 13 'de gösterilmiştir.

Çizelge 13. Japonya'da KOBİ 'lere Finansman Kolaylıkları Sağlayan Kurumlar

KURUMLAR	KAYNAKLAR
<p>Küçük İşletmeler Finans Şirketi,</p> <p>Ulusal Finansman Şirketi,</p> <p>Shoko Chuken Bankası,</p> <p>Çevre Sağlığı İşleri Finansman Şirketi,</p> <p>Küçük İşletmeler Yatırım Şirketi,</p> <p>Japon Kalkınma Şirketi,</p> <p>Japon İthalat ve İhracat Şirketi,</p> <p>Japon İnşaat Şirketi,</p> <p>Ekipman ve Kiralama Şirketi.</p>	<p>Vergiler, Genel Bütçe,</p> <p>Sanayi Yatırımları Özel Fonu,</p> <p>Posta Gelirleri,</p> <p>Sağlık Primleri,</p> <p>Emeklilik Primleri,</p> <p>Emniyet Sandığı Fonları,</p> <p>Hayat Sigortası Yıllık Gelirleri,</p> <p>Banka ve Özel Finans Kurumları Depozitoları,</p> <p>Devlet Garantili Bonolar.</p>

(Kaynak: Akgemici, Tahir; KOBİ 'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, 2001 Haziran)

Japonya’da KOBİ ’lere Sağlanan destekler ise, Çizelge 14’da gösterilmiştir.

Çizelge 14. Japonya’da KOBİ ’lere Sağlanan Destekler

FİNANSMAN KOLAYLIKLARI	SAĞLAYAN KURULUŞLAR
Dış kaynak temini. Kefalet kredi. Sigorta İşleri ve Diğer Mali Sorunlar İçin Kaynak Aktarımı (Bu konuda çeşitli kanunlar yürürlükte olup, kefalet gösterilmeden, ihtiyaç duyulan uygun miktar, devletin Kredi Garanti Şirketine başvurularak alınmaktadır. Bu işlemdeki teminat, devletin Kredi Garanti Sigorta Şirketi tarafından sigortalanmaktadır). Şirketleşen KOBİ ’lerden indirimli kurumlar vergisi alınması. Ortak girişim programlarında yer alan KOBİ ’lere tercihli vergi ve finansman tedbirlerinden yararlanma olanağı tanınması.	Devlet ulusal ve yerel hükümet bütçelerinden kaynaklı olmak üzere, KOBİ ’lere finansal destek sağlamakla görevli kılınan; “kredi birlik ve kooperatifleri, Küçük İşletmeler Finansman Şirketi, Küçük İşletmeler Yatırım Şirketi, Ulusal Finansman Şirketi, vb. özel veya kamu finansman kuruluşları ile çeşitli ulusal ve yerel bankalar.
BİLGİ DESTEKLERİ	SAĞLAYAN KURULUŞLAR
Yönetim Danışmanlığı. Finans Yönetimi. Teknik Bilgi Aktarımı. Ar-Ge; Ürün ve Süreç Geliştirme. Ortak Hammadde Satın alınması, Ortak Pazarlama Olanaklarının Geliştirilmesi.	Sanayi ve Ticaret Odaları, Küçük ve Orta Boy İşletmeler Dayanışma Kurumu. Küçük İşletmeler Teşvik Kurumu. Bilimsel Teknoloji Danışma Merkezi. Ulusal Kooperatifler. Küçük İşletme Federasyonları. Küçük İşletmeler Denetim Uzmanları Birliği

(Kaynak: Akgemici, Tahir; KOBİ 'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, 2001 Haziran)

BÖLÜM 3: DIŞ TİCARET VE KOBİLER

Günümüzde; 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. Bu amaç doğrultusunda gün geçtikçe daha çok işletme uluslararası pazarlara açılma zorunluluğu hissetmektedir.

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

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

Bununla birlikte artık iç pazarlarda da gerek yerel işletmelerin artan baskısı, gerekse piyasaya giren yabancı şirketlerin sayısının artması sonucu amansız bir rekabet ortamı oluşmaktadır.

3.1. Ülkemizde Dış Ticaretin Gelişimi

19. Yüzyılın başlarında siyasal, askeri ve mali bakımlardan güçsüz duruma düşen Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa devletlerinin, özellikle de İngiltere'nin serbest ticaret yönündeki baskılarına direnememiş ve bu devletlerle bir dizi ticaret anlaşması imzalamıştır. Bu anlaşmalar, Osmanlı İmparatorluğu'nun ithalat ve ihracata uygulayabileceği gümrük vergilerini oldukça düşük düzeyde tutmasına ve bağımsız bir dış ticaret politikası uygulayabilme imkanından yoksun kalmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda Birinci Dünya Savaşı'na kadar geçen dönem boyunca Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa ile olan ticareti hızla genişlemiş ve devamlı olarak dış ticaret açığı meydana gelmiştir. Osmanlı İmparatorluğu, bu dönemde tarımsal mallar üretiminde ve ihracatında uzmanlaşan, buna karşılık mamul mallar ithal eden bir ülke durumuna gelmiştir.

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise Türkiye'nin dış ticaret hacminde genel olarak bir artış eğilimi görülmektedir. Bu artış, cumhuriyet'in ilk yıllarında nisbeten yavaş bir şekilde olmuş, 1980'li yıllardan sonra süratli bir gelişim göstererek günümüze kadar sürmüştür.

Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye'nin en önemli sorunu, öncelikle hızla sanayileşmek ve kalkınmak olmuştur. Bu nedenle, cumhuriyetin kuruluşundan planlı döneme gelinceye kadar Türkiye'de daha çok içe dönük sanayileşme -ithal ikamesi- politikası izlenmiş ve düşük döviz kuru politikasının bir sonucu olarak ihracata yönelik dış ticaret politikasına ülkede gereken önem verilmemiştir. Bu nedenle ihracat yeterince artış gösterememiştir.

Ancak 1980'li yıllarda ekonominin dışa açılmasına önem verilmeye başlanmış ve bu dönemden itibaren dışa açık kalkınma politikası benimsenmiştir. Bu politikalar sonucunda ihracatın yapısında büyük değişiklikler meydana gelmiş, 1980'li yıllara kadar tarım ürünleri ağırlıklı olarak gerçekleştirilen ihracattan, katma değeri yüksek sanayi ürünleri ağırlıklı ihracata geçilmiştir.

Özellikle 1980 sonrası dönemde ekonomimizin dışa açılma ve dünya ile bütünleşme çabasına ivme kazandırılmıştır. Bu doğrultuda dünyanın gelişmiş ülkeleriyle birlikte, dünya ticaretinin serbestleştirilmesini, üye ülkelerin ticaret ve

ekonomi alanındaki ilişkilerinin geliştirilmesini hedefleyen ve GATT 'ın yerini alan dünya ticaret örgütüne üye olunmuş, Karadeniz Ekonomik İşbirliği Teşkilatı'nın kurulmasına öncülük edilmiş, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği gerçekleştirilmiştir.

Günümüzde de dış ticaret, ülkemizde sürdürülebilir kalkınmanın en önemli unsurlarından biri olarak görülmektedir. Bu amaçla, özellikle ihracatın artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmakta, yeni ihraç ürünleri ve yeni pazarlar bulunmaya çalışılmaktadır. Ayrıca dış ticaretin dünya ülkeleriyle entegrasyonu sağlayıcı bir unsur olduğu düşüncesiyle hareket edilmektedir. (Özcan, 1998)

3.1.1. Osmanlı İmparatorluğu'nun Son Döneminde Dış Ticaretimiz

19. Yüzyılın başlarında Osmanlı İmparatorluğu'nun dış ticaret hacmi, toplam üretiminin %1-2'sini aşmıyordu. Balkanlar, Anadolu, Suriye ve Mısır gibi geniş alanları kapsayan Osmanlı İmparatorluğu'nun kendi içindeki uzun mesafeli ticaret, dış ticaretinden çok daha önemli gözükmekteydi. Ayrıca devletin Orta Doğu ve Doğu Avrupa ülkeleri ile olan ticareti, Batı Avrupa ile olan ticaretinden daha fazla önem taşımaktaydı.

Çizelge 15: 1830-1911 Osmanlı İmparatorluğu İhracat ve İthalatı ve Başlıca Ülkelere Göre Dağılımı

İHRACAT		Ülkelerin Payları (%)				
		<u>Milyon Sterlin</u>	<u>İngiltere</u>	<u>Fransa</u>	<u>Almanya</u>	<u>Avusturya</u>
1830-32	4	13	14	2	31	13
1840-42	5	20	17	2	29	10
1850-52	9	20	16	1	28	8
1860-62	12	24	30	1	17	10
1870-72	19	27	25	0	14	15
1880-82	15	24	28	1	6	14
1890-92	18	26	25	4	6	4
1900-02	20	26	19	7	8	4
1908-11	26	18	14	11	8	4

İTHALAT		Ülkelerin Payları (%)				
		<u>Milyon Sterlin</u>	<u>İngiltere</u>	<u>Fransa</u>	<u>Almanya</u>	<u>Avusturya</u>

1830-32	4	19	10	3	17	31
1840-42	6	29	9	5	22	17
1850-52	10	26	9	10	26	14
1860-62	13	27	12	10	17	12
1870-72	22	32	12	14	13	9
1880-82	15	45	12	2	12	10
1890-92	19	36	12	10	10	10
1900-02	20	30	10	10	15	10
1908-11	38	24	8	14	14	9

Kaynak: Nkl. - Tarık Celal Güven, Cumhuriyetin 75. Yıldönümünde Dış Ticaretimizin Geçmişi ve Bugünü, Dış Ticaret Dergisi, 1998, Ankara.

Ancak bu durum Birinci Dünya Savaşı'na kadar geçen sürede hızla değişmiş ve Osmanlı'nın sanayileşmiş Batı ve Orta Avrupa ülkeleriyle olan ekonomik ilişkileri güçlenmiş, ihracat ve ithalat miktarlarında bir artış meydana gelmişti. Bu artışın iki önemli nedeni vardır: Birincisi, Batı Avrupa'nın yeni bir genişleme ve birikim dönemine girmesi ile birlikte Osmanlı hammaddelerine olan talebin artmasıdır. Diğer neden ise, yabancı sermaye tarafından İç Anadolu, Batı Anadolu, Suriye ve Makedonya'da inşa edilen demiryollarıdır. Bu demiryolları sayesinde İç Anadolu gibi limanlardan uzak bölgelerin ulaştırma maliyetleri düşmüş, bu bölgelerin pazarlarının ve hammaddelerinin Osmanlı limanlarına ve özellikle de Avrupa limanlarına erişimi sağlanmıştır.

Bu dönemde Osmanlı ekonomisi, gıda maddeleri ve hammaddeler ihraç eden, buna karşılık mamul mallar ve belirli gıda maddeleri ithal eden bir ekonomi durumuna gelmişti. Birinci Dünya Savaşı öncesinde Osmanlı Devleti, toplam üretiminin %10'undan fazlasını ihraç edecek potansiyele ulaşmıştı.

20. Yüzyıl başlarında Osmanlı Devleti'nin temel ihraç mallarını başta el dokusu halı ve kilimler olmak üzere, tütün, üzüm, incir, ham ipek, tiftik, afyon, meşe palamudu, fındık, pamuk ve zeytinyağı gibi tarımsal ürünler oluşturmaktaydı.

İthalatın yarısından fazlası mamul mallardan, özellikle de pamuklu ve yünlü tekstil ürünlerinden oluşuyordu. Bunların yanı sıra Osmanlı Devleti demiryolu malzemesi, silah ve cephane, çeşitli makineler, gıda maddeleri ve diğer mamul malları da ithal etmekteydi. (Pamuk Ş, 1995)

3.1.2. Cumhuriyet Döneminde Dış Ticaretimiz

Kurtuluş savaşından çıkan Türkiye, cumhuriyetin ilk yıllarında, sermaye birikimini ellerinde tutan kesimin büyük bir kısmının ülkeyi terk etmesi nedeniyle menkul kıymet stokunu büyük ölçüde kaybetmiş, yeni düzeni, emeği ile çalışan kesime kurdurma gayretine girmiştir.

Türkiye’yi gelişmiş ülkeler düzeyine yükseltmek ve bu amaçla uygulanabilecek bir ekonomi politikası belirlemek için, 1923’de İzmir’de yapılan iktisat kongresi ile özel sektör, iktisadi kalkınmayı gerçekleştirecek başlıca unsur olarak görülmüş ve bu doğrultuda, ekonomik yatırımlarda bulunması için teşvik edilmiştir. (Özcan, 1998)

Çizelge 16: 1923 ve 1924 Yıllarında Başlıca Maddeler İhracat ve İthalatı (Milyon Lira)

İhracat	1923	1924	İthalat	1923	1924
Yaprak Tütün	20,3	46,4	Buğday	8,6	18,3
Kuru Üzüm	10,6	18,2	Un	3,0	0,7
Kuru İncir	4,9	10,0	Şeker	11,0	12,8
Fındık	3,8	8,0	Pirinç	1,9	2,2
Pamuk	6,2	11,4	Kahve	2,5	3,2
Tiftik, Yün, İpek	5,7	9,0	Çay	0,9	1,2
Afyon	4,2	6,1	Pamuklu Dokuma	48,3	57,0
Halı-Kilim	3,2	4,5	Yünlü Dokuma	8,3	12,6
Canlı Hayvan	2,4	3,7	Pamuk	5,6	6,6
Yumurta	1,4	3,7	Yün İpliği	0,5	0,8
Palamut	1,4	2,1	Matbaa Kağıdı	0,6	1,0
Zeytinyağı	1,0	0,5	Demir ve Çelik	7,8	16,2
Antep Fıstığı-Badem	0,6	1,4	Makineler	1,3	5,6
Kömür	1,5	2,3	Ziraat Aletleri	0,5	2,2
Krom	-	0,8	Benzin-Gazyağı	4,9	5,4
Diğerleri	17,3	30,8	Diğerleri	39,1	47,9
TOPLAM	94,6	158,9	TOPLAM	144,8	193,6

Kaynak: DİE 1936, nkl. - Tanık Celal Güven, Cumhuriyetin 75. Yıldönümünde Dış Ticaretimizin Geçmişi ve Bugünü, Dış Ticaret Dergisi, 1998, Ankara

1927 yılında “Teşvik-i Sanayi Kanunu” çıkarılarak sanayi üretimi belli muafiyetlerle teşvik edilmiştir. Bir yandan tarımsal makine, araç ve gereçleri ithalatında

gümrük muafiyeti sağlanmış, öte yandan yerli üretim ve sanayii korumak amacı ile özellikle iplik ve kumaş, şeker, un ve diğer gıda maddeleri, deri ve ağaç mamulleri ve çimento gibi maddelerin ithalatı yüklü gümrük vergileri ile kısıtlanmıştır.

Lozan Antlaşması 1916 tarihli Osmanlı gümrük tarifelerini 1929 yılına kadar aynen korumayı şart koşmaktaydı. Bu nedenle, Türkiye 1929 yılına gelinceye kadar Osmanlı İmparatorluğu'nun düşük oranlardaki gümrük tarifelerini yükseltme hakkından yoksun bırakılmıştır. 1929 yılında bu antlaşmanın bağlayıcılığı kalmamış ve yeni bir gümrük kanunu yürürlüğe konularak yaklaşık %15 oranında olan gümrük vergisi üç katına çıkarılmıştır

1930 yılında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu kabul edilmiş ve 3 Ekim 1931'de Merkez Bankası kurulmuştur. Ayrıca 1930 yılında "1567 sayılı Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu", "Menkul Kıymetler ve Kambiyo Borsası Kanunu", "Takas Komisyonları Teşkiline Dair Kanun" ve "Türkiye Kambiyo Kontrol Rejimi" uygulamaya konulmuştur.

Bu dönemin en önemli olayı ilk "Beş Yıllık Sanayi Planı"nın yürürlüğe konmasıdır. Mayıs 1934'te yürürlüğe konmuş olan bu planın amacı; hammaddeleri yurt içinden sağlanması mümkün olan sanayi kollarını devletçe kurmaktır. Bu sanayi kolları başlıca beş grupta toplanıyordu: Dokuma sanayi, maden sanayi, selüloz sanayi, seramik sanayi, kimya sanayi. (Köksal ve İkin, 1973)

II. Dünya Savaşı sırasında devletin ekonomideki hakimiyeti artmış ve dış ticaret rejimi daha katı bir şekle dönüşmüştür. Savaş sonrasında ithal talepleri artarken enflasyonun etkisiyle pahalılaştıran ihracatı sürdürmek güçleşmiş ve 7 Eylül 1946 yılında Türk Lirası %53.6 oranında devalüe edilerek 1 ABD Doları 2.8 TL'ye yükseltilmiştir.

1950 yılında dış ticarete liberasyon ve özelleştirme politikaları uygulanmaya çalışılmış, ancak uygulanan liberasyon politikaları dış ticaret açığını hızla yükseltmiştir. Kısa bir süre uygulanan bu liberasyon politikasından (1950-1952), ilk kez 1953 yılında döviz kaynaklarının tükenmesi sonucunda kota sistemine geçilerek uzaklaştırılmış ve nihayet 1955 yılında şiddetli enflasyon ve artan dış ödeme güçlükleri gibi nedenlerden dolayı tamamen vazgeçilmiştir. 1950-1955 döneminde dış ticaret dengesi devamlı olarak açık vermiştir.

1953-54 yıllarından itibaren ekonomik yapıda gerçekleştirilen değişiklikler, ekonomik konularda devlet müdahalesinin gerekliliğini ortaya koymuştur. 1950'den beri takip edilen ekonomik politikanın Türkiye'nin zaten kıt olan döviz rezervlerini kısa sürede eritmesi nedeniyle gerek ülke içinde, gerek uluslararası alanda sıkıntılar yaşanmış ve 1958'de yeni bir devalüasyon yapılmıştır. 1958 yılındaki devalüasyonu takiben alınan istikrar tedbirleri, liberal politikanın tamamen ortadan kalktığını göstermiştir. (DTM Yayınları, Cumhuriyet Döneminde Dış Ticaretimiz Gelişmeler, 1998)

Öte yandan 1959'da Türkiye, Avrupa Ekonomik Topluluğu'yla ortaklık anlaşması imzalamak için başvuruda bulunmuştur. Türkiye ile AET arasında ortak üyelik statüsünü kuran Ankara Anlaşması 1963'te imzalanmış ve 1 Aralık 1964 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma, Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu arasında aşamalı olarak bir Gümrük Birliği'nin kurulmasını öngörüyordu. Anlaşmanın nihai amacı ise Batı Avrupa ile ekonomik ve siyasi bir birlik kurulmasıydı.

Ankara Anlaşması'nda, Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu arasında oluşturulacak Gümrük Birliği'nin aşamalı bir şekilde gerçekleştirilmesinin öngörülmesinin nedeni; Türk ekonomisinin durumunun topluluğa hemen girmeye uygun olmamasıydı.

Türkiye ile AET arasında bu gelişmeler yaşanırken Türk ekonomisi, 1963 yılından itibaren planlı döneme, bir başka deyişle ithal ikameci politika dönemine girmiştir. 1960 ve 70'lerde yoğun bir korumacılık ortamında ve karma ekonomi düzeni içinde KİT'ler aracılığıyla sanayileşme politikaları uygulanmış ve bu politika 1980 yılına kadar da sürdürülmüştür. Planlı dönemde sanayileşme temel hedef olarak belirlenerek ithal ikamesine dayalı dış ticaret politikası sanayileşme amacını gerçekleştirmede başlıca araç olarak kabul edilmiştir.

Planlı dönemin ilk yarısında iç pazara yönelik üretim teşvik edilirken, 1970 yılında yeni bir devalüasyon yapılarak, 1 ABD Doları 15 Türk Lirasına yükseltilmiş ve böylece ihracat teşvik edilmeye çalışılmışsa da, dünya ticaret hacminin de artması nedeniyle, Türkiye'nin ihracatının dünya ihracatı içindeki payı değişmemiştir.

Bu gelişmeler yaşanırken Avrupa Ekonomik Topluluğu'yla oluşturulacak Gümrük Birliği için geçiş dönemine, Katma Protokol'ün 1 Ocak 1973'te yürürlüğe konulmasıyla girilmiştir.

Geçiş döneminin başlıca amacı, Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu arasında ticareti yapılan sanayi mallarında Gümrük Birliği'ni gerçekleştirmektir. Bunun üzerine 1971 yılı itibariyle topluluk tarafından söz konusu malların gümrük resim ve harçları ile eş etkili vergiler sıfıra indirilmiş, tarım ürünleriyle kömür ve çelik, Gümrük Birliği'nin dışında tutulmuştur. (Güven, 1998)

Avrupa Ekonomik Topluluğu'yla oluşturulacak Gümrük Birliği için geçiş dönemi devam ederken ödemeler dengesi açmazına düşen Türkiye'de, 24 Ocak 1980 kararları ile %49 oranında devalüasyon yapılarak ithal ikamesine dayalı kalkınma politikasından vazgeçilerek ihracata dayalı kalkınma politikasına geçilmeye başlanmıştır.

24 Ocak 1980'den sonra uygulanan yeni ekonomik politikalarla, Türk ekonomisini dünya ekonomisiyle bütünleştirici yönde gelişmeler sağlanmıştır.

Türkiye 14 Nisan 1987'de AT'ye tam üyelik başvurusunda bulunmuş ve bu çerçevede yoğun bir şekilde hazırlık ve uyum çalışmalarını başlatmıştır. Daha önce ertelenmiş olan gümrük indirim ve uyumları da hızlandırılmış olarak yerine getirilmiştir.

1989 yılında "Türk Parasının Kıymetini Koruma Hakkında 30 Sayılı Karar"la yabancı sermayeye yeni teşvikler sağlanmış, bürokrasi azaltılmış, sermaye hareketleri ve dış ticaret serbestleştirilmiştir.

Böylece 1980'li yıllarda ekonomide yeniden yapılanma sürecine girilirken imalat sanayinin GSMH içindeki payı artmaya devam etmiştir. Dış ticaret performansında önemli gelişmeler gerçekleştirilmiş, ihracat ve turizm patlamıştır. (Togan, 1993)

1986 yılında başlayan ekonominin iç ve dış dengelerindeki hızlı bozulma; enflasyonu hızla düşürmek, Türk Lirasına istikrar kazandırmak, ihracat artışını hızlandırmak, ekonomik ve sosyal kalkınmayı sosyal dengeleri de gözeterek sürdürülebilir bir temele oturtmak gereğini zorunlu hale getirmiş ve 26 Ocak 1994'de

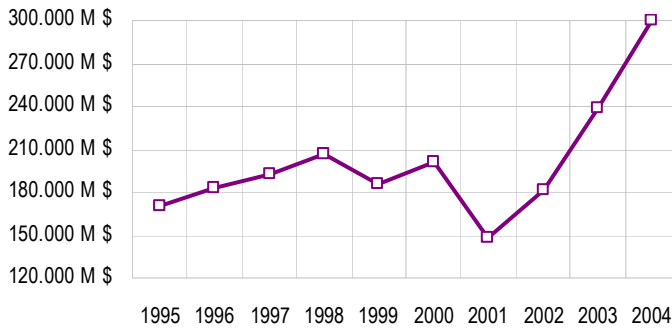
devalüasyon yapılarak 5 Nisan 1994 tarihinde “İstikrar Tedbirleri Paketi” uygulamaya konulmuştur.

1990’lı yıllarda ithalat ve ihracat büyüme hızları arasında paralellik sağlanmış, Türkiye, Dünya Ticaret Örgütü hükümlerinin bağlayıcılığını kabul etmiş ve AB ile Gümrük Birliği’ne girmiştir.

Türkiye ile AB arasında Gümrük Birliği 1 Ocak 1996’da oluşturulmuştur. Gümrük Birliği sadece tarafların birbirine uyguladıkları gümrük vergileri ile eş etkili vergilerle, ikili ticaretin önündeki her türlü engelin kaldırılmasını ve üçüncü ülkeler kaynaklı ürünlerde ortak bir gümrük vergisi tahsil edilmesi hususlarını içermekle kalmayıp, topluluğun ortak ticaret ve ortak rekabet politikalarının temel unsurlarına uyumu da kapsamaktadır. (Özcan, 1998)

Türkiye’nin gelir rakamlarına bakıldığında ise, cari fiyatlarla kişi başına düşen GSMH’nın 1928 yılında 55.5 dolar’dan 1980 yılında 1,539 dolara, 2004 yılında ise 4,172 dolara yükselmiş olduğu görülmektedir. Cari fiyatlarla satın alma gücü paritesine göre kişi başına düşen GSYİH 1980 yılında 2,299 dolar iken bu rakam 2004 yılında 7,732 dolara yükselmiştir. GSMH, 1980 yılında, 1923 yılına göre reel olarak 70 kat artarak 69.8 milyar dolara yükselmiş, 2004 yılında ise 299.4 milyar dolara ulaşmıştır.

Şekil 2. Gayri safi milli hasıla (cari alıcı fiyatlarıyla Milyon ABD Doları)



Kaynak: DİE, aylık haber bülteni., 2005
(<http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/DISTICIST/310305.htm>) .

Çizelge 1. 1990-2004 Yılları Arasında Türkiye'nin Dış Ticareti (Milyon \$)

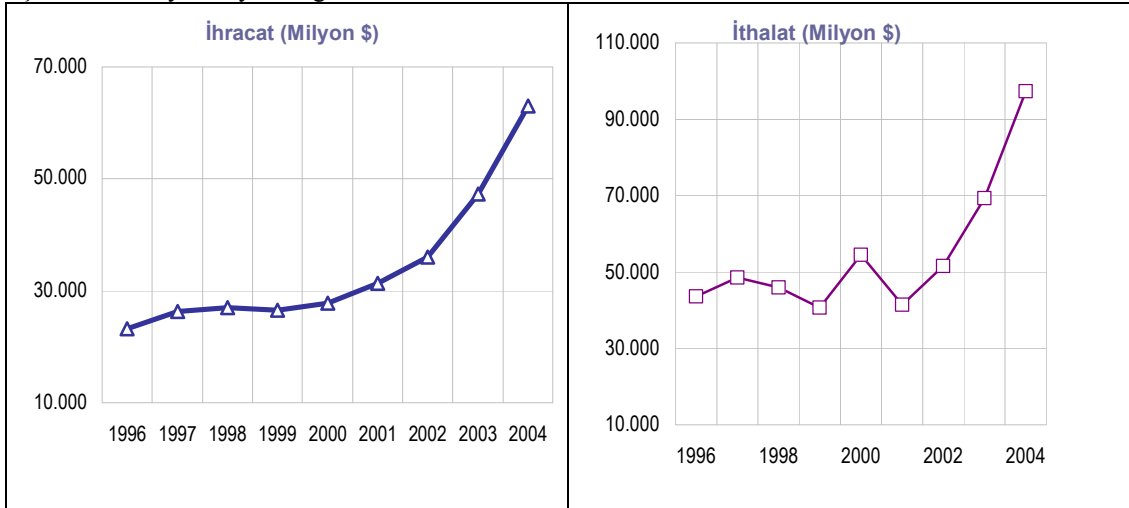
Yıllar	İhracat		İthalat		Dış Ticaret dengesi	Dış Ticaret 'hacmi	Karşılama oranı
	'000 \$	%	'000 \$	%			
1990	12.959.288	11,5	22.302.126	41,2	-9.342.838	35.261.414	58,1
1991	13.593.462	4,9	21.047.014	-5,6	-7.453.552	34.640.476	64,6
1992	14.714.629	8,2	22.871.055	8,7	-8.156.426	37.585.684	64,3
1993	15.345.067	4,3	29.428.370	28,7	-14.083.303	44.773.437	52,1
1994	18.105.872	18,0	23.270.019	-20,9	-5.164.147	41.375.891	77,8
1995	21.637.041	19,5	35.709.011	53,5	-14.071.970	57.346.052	60,6
1996.....	23.224.465	7,3	43.626.642	22,2	-20.402.177	66.851.107	53,2
1997.....	26.261.072	13,1	48.558.721	11,3	-22.297.649	74.819.793	54,1
1998.....	26.973.952	2,7	45.921.392	-5,4	-18.947.440	72.895.344	58,7
1999.....	26.587.225	-1,4	40.671.272	-11,4	-14.084.047	67.258.497	65,4
2000.....	27.774.906	4,5	54.502.821	34,0	-26.727.915	82.277.727	51,0
2001.....	31.334.216	12,8	41.399.083	-24,0	-10.064.867	72.733.299	75,7
2002.....	36.059.089	15,1	51.553.797	24,5	-15.494.708	87.612.886	69,9
2003.....	47.252.836	31,0	69.339.692	34,5	-22.086.856	116.592.528	68,1
2004*.....	63.074.818	33,5	97.361.531	40,4	-34.286.713	160.436.349	64,8

* 2004 yılı verileri geçicidir.

(Kaynak: DİE, aylık haber bülteni. Mart, 2005)

1923 yılında 51 milyon dolar olan ihracatımız 2004 yılında 63.1 milyar dolara yükselmiştir. 1923 yılında 87 milyon dolar olan ithalatımız ise 2004 yılında 97.4 milyar dolara yükselmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı 1923 yılında %58.5 iken 1980'de %36.8'e düşmüş, 2004 yılında ise bu oran %65'e çıkmıştır.

Şekil 3. Türkiye'nin yıllara göre ithalat ve ihracat hacmi



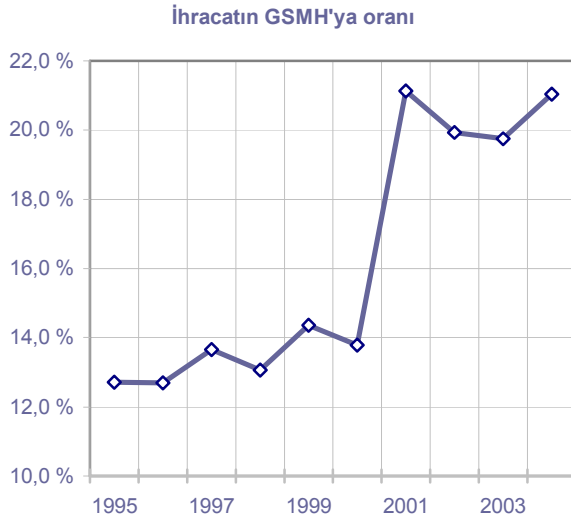
(Kaynak: DİE, aylık haber bülteni. Mart, 2005)

2002 yılında yüzde 15,1 oranında artış gösteren ihracat, 2003 yılında büyümesini hızlandırmış ve yüzde 31 oranında yükselişle 47,3 milyar dolara ulaşmıştır. İthalat ise 2003 yılında yüzde 34,5 oranında artarak 69,3 milyar dolara ulaşmıştır.

2003 yılında TL'nin yüksek oranda değer kazanmasına rağmen, ihracatın yüksek oranlı artışında rol oynayan faktörler; 2001 yılında yaşanan krizin ardından terkedilen "sürünen kur" politikasının ardından gelen yüksek oranlı devalüasyon ve buna bağlı olarak gelişen makro ekonomik koşulların reel ücretler üzerinde baskı yaratması, uluslararası piyasalarda rekabet etmenin güçlüğü'nün yurt içi üreticileri daha verimli çalışmaya yöneltmesi, önceki yıllara göre nispeten kısıtlı olan iç tüketim talebi, düşen enflasyona paralel olarak azalan faiz oranları ve uluslararası piyasalarda ABD dolarının EURO karşısında değer kaybetmesidir. 2004 yılının ilk dokuz aylık döneminde ihracat yüzde 32,3 oranında artarak 44,8 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Bu artış, 2003 yılı ile aynı nedenlerden kaynaklanırken, 2004 yılında ihracat artışında öne çıkan sektörlerin kapasite kullanım oranlarında önemli artışlar olduğu görülmektedir.

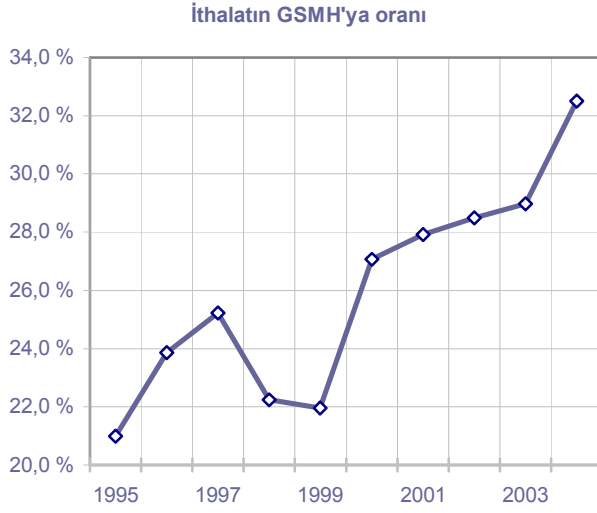
İhracatın GSMH'ya oranı 1923 yılında %9.1, 1966 yılında %4.8 ve 2004 yılında da %21.0 olarak gerçekleşmiştir. 1923 yılında %15.5 olarak gerçekleşen ithalatın GSMH'ya oranı, 1966 yılında %7.1'e düşmüş, 2004 yılında ise %32,5'e yükselmiştir.

Şekil 4. İhracatın GSMH 'ye oranı



(Kaynak: DİE, aylık haber bülteni. Mart, 2005)

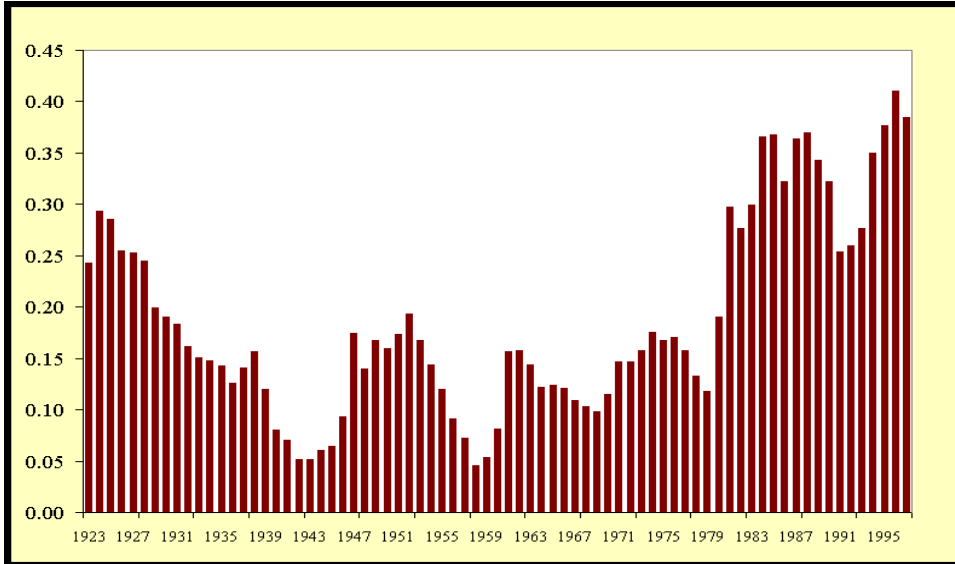
Şekil 5. İthalatın GSMH'ya Oranı



(Kaynak: DİE, aylık haber bülteni., Mart 2005)

Dış ticaretin GSMH'ya oranı, bir ülkenin dışa açıklık derecesini göstermektedir. Türkiye'de 1945 yılına kadar azalma içinde olan bu oran, 1980 yılında %16, 1993'de %28 ve 2004 yılında da %54'e kadar çıkmıştır.

Şekil 6. Dış Ticaretimizin GSMH İçindeki Payı



(Kaynak: DİE)

1961 yılında ihracat yaptığımız ülke sayısı 66'dan, 1986'da 109'a, 1997 yılında 175'e çıkmıştır. İthalat yaptığımız ülke sayısı ise 1961 yılında 67'den 1986 yılında 108'e, 1997 yılında da 171'e yükselmiştir.

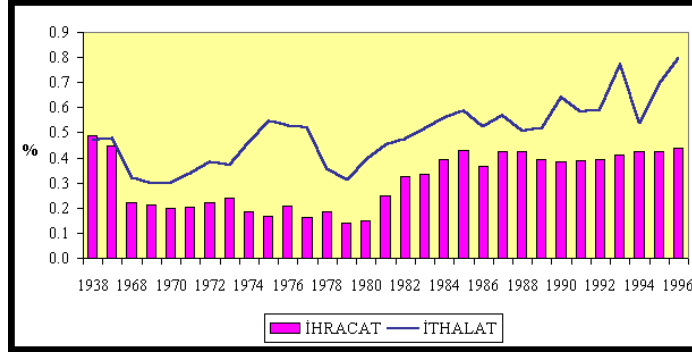
1980'li yılların başında üç bin civarında olan aktif ihracatçı firma sayısı 1997 yılında 23 bine ulaşmıştır. İthalat yapan firma sayısı 1986 yılında yedi bin civarında iken 1997 yılında 38 bine çıkmıştır.

Cumhuriyet döneminde ihracatımız yıllık ortalama %8.5, ithalatımız da %8.9 oranında bir artış göstermiştir. 1980 yılından 1996 yılına kadar geçen son 16 yılda reel olarak ihracatımız %631, ithalatımız ise %291 artış göstermiştir.

3.1.3. Dış Ticaretimizin Dünya Ticareti İçindeki Payı

Türkiye'nin ihracatının dünya ihracatı içindeki payı 1938 yılında yüzde 0.49 idi. Bu oran 2003 yılında ise 0.60 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin ithalatının dünya ithalatı içindeki payı ise 1938 yılında yüzde 0.47'den 2003 yılında yüzde 0.90'a çıkmıştır. Türkiye'nin dış ticaret hacminin dünya dış ticaret hacmi içindeki payı da 1938 yılında yüzde 0.96'dan 2003 yılında yüzde 1.50'e yükselmiştir. (WTO,2004)

Şekil 7. Türkiye İhracat ve İthalatının Dünya Ticareti İçindeki Payı



(Kaynak: DIE)

Çizelge 2. Ülkeler ve Sektörel Olarak Türkiye'nin İhracatı

Ülkeler	2000	2001	2002
1- OECD Ülkeleri	18,985	20,595	22,988
2- AB Ülkeleri	14,510	16,118	18,059
3- ABD	3,135	3,134	3,229
TOPLAM İHRACAT	27,775	31,342	35,081
TARIM VE ORMANCILIK	2,152	2,448	2,236
MADENCİLİK VE TAŞOCAKLARI	418	371	375
İMALAT SEKTÖRÜ	25,206	28,523	32,470

(Kaynak: DTM, Dış Ticaret Bülteni, 2002 Yılı, Ankara, Nisan 2003, 69.)

Çizelge 19. Ülkeler ve Sektörel Olarak Türkiye'nin İthalatı

Ülkeler	2000	2001	2002
1- OECD Ülkeleri	35,630	25,958	32,567
2- AB Ülkeleri	26,610	18,280	23,124
3- ABD	3,911	3,261	3,049
TOPLAM İTHALAT	54,503	41,399	50,832
TARIM VE ORMANCILIK	2,399	1,694	2,121
MADENCİLİK VE TAŞOCAKLARI	5,170	4,436	5,134
İMALAT SEKTÖRÜ	46,934	35,269	43,576

(Kaynak: DTM, Dış Ticaret Bülteni, 2002 Yılı, Ankara, Nisan 2003, 69.)

3.2. KOBİ 'lerin Dış Ticarete Katkısı

1994 yılında 14.942 firma, 18.104 milyon dolarlık ihracat yaparken 1995 yılında (Gümrük Birliği'nden hemen önce) 17.031 firma 21.636 milyon dolarlık ihracat yapmıştır. 1997 yılında ihracat yapan firma sayısı 23.281 'e ulaşmış, ihracat miktarı da artarak, 26.261 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. (DTM, 2002) İhracat yapan firma sayısındaki çarpıcı artışa rağmen, firma başına ihracat tutarı 1994 yılında ortalama 1.211 bin dolardan, 1997 yılında 1.128 bin dolara gerilemiştir.

Bu rakamların ne kadarının KOBİ 'lere ait olduğu belirlenememektedir. KOBİ 'lerin ihracatımızdaki yeri, istihdam edilen kişi sayısına göre ya da sermaye baz alınarak yapılan KOBİ tanımına göre değil, yıllık bazda yapılan ihracat miktarına göre belirlenmeye çalışılmaktadır. Diğer bir deyişle, 1 milyon dolara kadar ihracat yapan firmaların KOBİ 'ler olarak ele alınabileceği kabul görmüş olduğundan, şirket bazında yıllık ihracat tutarı 1 milyon doları geçmeyen işlemlerin KOBİ 'ler tarafından yapıldığı düşünülerek KOBİ 'lerin ihracatımızdaki yeri “tahminen” hesaplanmıştır. Buna göre; 1994 yılında ihracat yapan firmaların yaklaşık %85.4'ü KOBİ statüsünde iken 1995 yılında ihracat yapan firmaların %85.2'si KOBİ statüsünde olup, aynı yıl KOBİ 'lerin ihracatımız içindeki paylarının 2.125.826 bin dolarla %9.8 olduğu görülmektedir. Bu dönemde KOBİ 'lerin ihracat yapan firmalar içindeki payları yaklaşık %10 civarındadır. (DTM, 2002) 1996 yılında ise KOBİ 'lerin: toplam ihracat yapan firmalar içindeki payı %88.3 ve toplam ihracat içindeki payı %10.9 olurken, 1997 yılında bu rakamlar sırası ile %86.8 ve %10.3 şeklinde gerçekleşmiştir. KOBİ 'lerin ihracat yapan toplam firmalar içindeki payı artarken toplam ihracat içindeki payında az da olsa bir düşüş gözlenmektedir. Oranlardaki bu değişim 1996'da başlayan Gümrük Birliği'nin yarattığı dalgalanmaya ve uyum sorunlarına bağlanabilir. Eylül'98 itibari ile KOBİ 'lerin toplam firma içindeki payı %88.3 ve toplam ihracat içindeki payı da %12.8'e yükselmiştir. Bu dönemde oranlarda gerçekleşen yükselmeyi ise yurtiçindeki istikrarsızlık ve belirsizlikten kaçan KOBİ 'lerin, devamlılıklarını sağlamak ve karlılıklarını artırabilmek için istikrarlı dış piyasalara yönelmeleri şeklinde değerlendirebilir (Savaş, 1991).

3.3. KOBİ 'lerde Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunlar

Dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunlar, bir firmanın uluslararası pazarlara girmesi ya da varolan pazarlarını genişletmesini engelleyen her türlü yönetsel, işlevsel, yapısal kısıtlamaları içerir (Bilkey, Tesar, 1977, s.95). Bu sorunlar, iç ve dış ihracat sorunları olarak ikiye ayrılabilir. İç sorunlar firmalara özgü olan ve organizasyonlarından ya da firmaların ihracat pazarlamasına yönelik olan tutumlarından doğan sorunlardır. Dış sorunlar ise firmanın içinde bulunduğu çevre koşullarından kaynaklanır. İhracat sorunları aynı zamanda yurtiçi ve yurtdışı ihracat sorunları olmak üzere ikiye ayrılabilirler (Leonidou; 1995: 30). Bu çalışmada firmanın kendisine yönelik olan iç sorunlar üzerinde durulmayarak sadece dış sorunlar yani yurt dışı ihracat sorunları üzerinde durulacaktır ve çözüm önerileri getirilecektir.

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

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

3.3.1. Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunlar

Türk ekonomisinde son yıllarda yaşanan gelişme ve değişimler, firmaların uluslararası pazarlara açılma olgusu, bu pazarlarda yaşanabilecek risk ve belirsizlikler, çeşitli fırsatlar, işletmeleri bazen olumlu, bazen de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Dış pazarlara açılmak isteyen işletmeler için bazı belirgin sorunlar ve engeller vardır. İşletmelerin dış pazarlarda başarılı olabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için bu sorunları ve engelleri analiz ederek aşmanın yollarını aramalıdır.

3.3.1.1.Güvenlik: CE- İşareti

Ürünlere CE işareti vurulması bu ürünlerin AB ülkeleri için serbest dolaşım “pasaportu”na sahip oldukları anlamına gelir (Akin; 1996: 66). Avrupa Birliği ülkelerinde malların serbest dolaşımının temini amacıyla yeni yaklaşım direktifleri ile test ve belgelendirmede küresel yaklaşım politikaları çerçevesinde ortak resmi bir işaret uygulaması 1989 yılında başlamıştır. Uygulamanın yeni olması nedeniyle söz konusu direktifler ve bunların üye ülke versiyonlarının yürürlüğe girmesi için bir tarih verilmekte, belirtilen bu tarih itibari ile CE işaretinin kullanımı başlamaktadır. Geçiş süresi sonunda ise bu işareti taşımayan malların toplulukta üretimi veya satışı yasaklanmaktadır (TSE Bülteni:CE).

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

3.3.1.2.Çevre:ISO 14000

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

ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi standartları yayınlanmıştır. Bugün bu belgelere sahip işletmeler uluslararası pazarlara daha kolay girebilmektedir.

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

- Tüketicinin çevre için beklentilerine cevap vermek,
- Kuruluşun halkla ilişkilerini olumlu yönde geliştirmek,
- Uluslararası yeni standartları uygulayarak alanında önder olmak,
- İmajını ve pazar payını arttırmak,
- Taşeronların belgelendirme kriterlerine cevap vermek (öncelikle KOBİ için),

ISO 14000 standartlar serisi işletmelere çevre sorunlarını sistematik ve anlamlı bir biçimde ele almalarını sağlayacak bir dizi araç sunmaktadır. Bu standartlar aşağıdaki temel ilkeler gözönünde tutularak geliştirilmelidir (Connel, 1996: 121).

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

3.3.1.3.Kalite : ISO 9000 Kalite Standartları

Rekabetçi, global dünya pazarlarında, küreselleşen ekonomilerde başarılı olabilmek için, rakip işletme ve ülkeler bazında asgari düzeyde sahip olunan bir Kalite Güvence Sisteminin geliştirilmesi gerekir. Bunun sağlanması için de geleneksel sistem ve düşüncelerin terk edilerek, çağdaş kalite düşüncesi ve yönetimi işletmelerde hakim

kılınmalıdır. Günümüzde uluslararası pazarlarda bir çok ülke kendi ülkesinin sınırları içine girecek olan mal ve hizmetlerde çeşitli kalite belgelerini şart koşmaktadır.

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

3.3.1.4. Yetişmiş Eleman ve Dil Sorunu

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

Dil sorunu, ürünlerini uluslararası piyasalarda pazarlayan firmalar için ortak bir sorundur. Dil sorunu pazara girişi; markalama, ambalajlama, ürünü kullanmaya ya da monte etmeye yönelik talimatlar, garanti bilgisi, dağıtım kanallarının üyeleriyle olan ilişkiler ve promosyon gibi çeşitli faaliyetlerden ve uygulamalardan etkilenir (Karakaya, Stahl; 1991: 103). Özellikle ihracat ve pazarlama konularında deneyimli ve yabancı dil bilen nitelikli elemanların istihdam edilmesi ile bu sorun aşılabilir. Günümüz global rekabet ortamında dil sorunu her alanda karşımıza çıkmaktadır.

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

Bununla birlikte, yan sanayii firmalarının küçük ölçekli olanlarının (çoğunluğu küçük ölçekli), eğitimsiz ve küçük yaşta istihdamı önemli bir sorundur. Küçük işletmelerin bu konuya daha fazla önem vermeleri, kaçak ve çocuk işçi çalıştırmanın

önlenmesi, oto yan sanayiinde verimin artırılması ve üretimde kalitenin sağlanması ve sürekliliği için çok önemlidir (Özbek, 2000, s.28).

3.3.1.5. Hükümet Uygulamaları ve İthalat Kotaları

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

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

3.3.1.6. Teknoloji ve AR-GE

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

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

Otomotiv sanayinde teknoloji faktörü, rekabet düzeyini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle otomotiv sanayinde teknolojik gelişmelerin takip edilmesi için AR-GE harcamaları artırılmalı ve üniversite-sanayii işbirliği olanakları geliştirilmelidir. Teknolojik yeniliklerin takip edilmesi, geliştirilmesi ve üretim sürecine

adapte edilmesi ve işgücünde niteliğin artırılması AR-GE faaliyetleri ile sağlanabilir (Orhan, 1997: 112).

3.3.1.7. Standardizasyon

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

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

3.3.1.8. Kültür

Kültürel farklılıklar özellikle uluslararası pazarlar için önem taşımaktadır. Çünkü kültür, dünya üzerinde yöreden yöreye değişir ve uluslararası pazarlamanın başarısını etkiler. Ülkeleri kültürel farklılıkları, pazarlanan mal ve hizmetler ile pazarlama yöntemlerini etkiler. Bu nedenle her ülkenin gelenek, görenek, tutum, alışkanlık ve davranışları, nüfusun gelişimi, dağılımı, din, dil, ırk, sosyal sınıflar, aile sistemleri, sosyal değerler ve normlar özellikle uluslararası pazarlamada göz önünde bulundurulmalıdır (Akat; 1996:5). Global işletme yönetimlerinin önlerindeki bazı kültürel ve değer farklılıkları engelleri şöyledir (Tek;1997: 259).

- Kendi ülke yöneticilerinin üstünlüğünü vurgulamak.
- Denizaşırı yöneticileri seçim yöntemi.

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

3.3.1.9. Ülke ve Firma İmajı

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

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

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.

3.3.1.10. Üretim Maliyetleri

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

Üretim biçimlerinde değişmelerin sık yaşandığı otomotiv sektöründe de yabancı firmalar tasarım ve üretim hazırlık aşamasında süre ve maliyetleri önemli ölçüde azaltmaktadırlar (hedef maliyetleme, kaizen maliyetleme, değer mühendisliği (value engeneering), faaliyete dayalı maliyetleme (activity based costing) sistemi gibi

maliyetleme tekniklerini kullanarak). Bu süreçte yan sanayii firmaları bu değişime ayak uydurmak zorundadırlar.

3.3.1.11. Taşıma-Depolama ve Dağıtım

Ülkemizden her ülkeye ulaşım olanağı yoktur. Bir çok ülkeye mal nakletmek çok masraf ve zaman gerektirmektedir. Bu da maliyetleri daha da arttırmaktadır. Bu nedenle bir dış pazarlama projesinin başından taşıma olanaklarını ve maliyetlerini araştırıp rakiplerle karşılaştırmalıdır.

Bazı ülkelere taşıma olanaksız gibidir. Birçok deniz aşırı ülke ile aramızda tarifeli gemi veya uçak seferi olmadığından taşıma ancak aktarmalı olarak yapılabilmekte, yine bu da maliyetleri yükseltmekte ve uzun zaman almaktadır.

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

4.3.1.12. Rakipler ve Rekabetin Şiddeti

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

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

4.3.1.13. Kullanılmış ve Taklit Mallar

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

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

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

3.4. KOBİ 'lerin Çözüm Seçenekleri

Yukarıda kısaca, dış pazarlara açılan/açılacak olan firmaların karşılaştıkları/karşılaşabilecekleri sorunları ele alınmıştır. Aşağıda bu sorunları aşabilmeleri için gerekli olan çözüm önerileri açıklanmaktadır.

3.4.1. E-Ticaret

Telekomünikasyon alanındaki gelişmeler ve internet üzerinden yapılan ticaretin boyutları her geçen gün artmaktadır. Tüm dünyada e- ticaretten elde edilen gelirlerin yıllar itibariyle gelişimi şöyledir. 1996 yılında 2.7 milyar dolar, 1997 yılında 21.3 milyar dolar, 1998 yılında 73.9 milyar dolardır ve 2002 yılında 1.2 trilyon dolar olması beklenmektedir. 1996 yılında internet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret dünya ticaret hacminin % 2'si düzeyine ulaşmıştır. Bu oranın 2001 yılında % 3, 2003 yılında % 3 ve 2007 yılında % 14 seviyesine varacağı tahmin edilmektedir. Hangi sektör olursa olsun, küçük-büyük bütün işletmeler e- ticarete yönelmektedir. Günümüzde e-ticaretin dünya üzerinde global bir harekete dönüşümünü teşvik eden üç unsur göze çarpmaktadır. Bunlar (Marangoz, 2001: 13);

1. E-ticaret, ticari anlaşmaların ve ekonomik büyümenin gerçekleşmesini teşvik etmektedir.
2. Global düzeyde koordine edilmeyen ve düzenlenemeyen faaliyetler, ticaretin ve bilginin hızlı gelişmesine engel teşkil etmektedir.
3. İşletmeler arasında ölçek farkı gözetmeksizin rekabet şansını dengelemektedir.

İşletmeler açısından internette pazarlama yapmanın en avantajlı tarafı hitap edilen kullanıcı kitlesinin çeşitliliği ve kalitesidir. İnternet'in müşterilere getirdiği en büyük kolaylık ise, istedikleri herhangi bir ürün hakkında çok kısa sürede farklı firmaların tekliflerini inceleyebilme, o firmaları yakından tanıyabilme ve istedikleri zaman sipariş verebilmeleridir. Bunların dışında genel olarak internette pazarlamanın avantajlarını kısaca şöyle sıralayabiliriz (Erem, Bayraktar; 1999: 15).

1. Rahatlık: Müşteriler günün 24 saati ve haftanın 7 günü sipariş verebilirler.
2. Bilgi: Bilgisayarlar herhangi bir klasik medya aracından (TV, gazete, dergi, vs.) ürünler ile ilgili veriyi daha iyi bünyesinde barındırabilir.
3. Pazar hareketlerine çabuk tepki verebilme: İnternette firmalar için gamını arttıracak ürünleri eklemek, ürün açıklamalarını veya fiyatlarını değiştirip, güncelleştirmek çok kısa süren bir işlemdir.
4. Baskı ve posta masraflarının azaltılması: Normal bir broşürün sadece gönderim masraflarının (40.000 kişi için) 50.000 \$ olduğu düşünülürse, online katalog göndermenin bundan çok daha ucuza mal edilebileceği görülebilir.
5. Sabit giderlerin azaltılması :İnternette mağaza sahibi olan firmaların aylık kira, yakıt, sigorta, dekorasyon, personel giderleri gibi sabit giderleri olmamaktadır.
6. Alıcı-satıcı arasındaki ilişkileri: Müşteriler e-posta yolu ile satıcılarla ilişki kurabilirler, şikayet ve arzularını bildirebilirler ve kalıcı ilişkiler kurabilirler.

3.4.2. Stratejik İş Birlikleri:

Uluslararası stratejik işbirliği politikalarının önemi, günümüzde meydana gelen bazı gelişmelere bağlı olarak artmaktadır. Pazarların uluslararasılaşması, teknolojinin karmaşık hale gelmesi ve teknolojik değişim hızının yüksek olması bu gelişmelerin başına yer almaktadır. Toplumların her biri diğeri hakkında daha çok bilgi sahibi olmakta, tüketim modelleri birbirine benzer hale gelmekte; dolayısıyla benzer ürünleri üreterek dış pazarlara sunmaktadır (Erdil, 1994: 38). Aşağıdaki nedenlerden dolayı stratejik işbirliği anlaşmaları günümüzde daha da yaygınlaşmaktadır (Marangoz; 1997: 233).

1. Ekonomik mevzuatın esnekleşmesi,

2. Hızlı teknolojik değişim oranlarının ve dolayısıyla daha kısa ürün ömürlerinin giderek artması,
3. Riskli yeni projeleri üstlenme ve yeni süreçleri geliştirmeye yönelik daha geniş çaplı sermaye ihtiyaçları,
4. İlgili hükümetler tarafından desteklenen yeni firmalar yoluyla yapılan girişler,
5. ABD; Avrupa ve Japonya'daki endüstriyel ve ekonomik olgunlaşma,
6. Gelişmiş ve artan iletişim imkanları ve bilgisayarlaşma gücü,
7. Rekabetin daha önce coğrafi sınırlarla kısıtlandığı iş kollarındaki küreselleşme.

Genel olarak uluslararası işbirliğinin taraflara sağladığı avantajlar ise şunlardır (Marangoz, 1997: 238). Üretimde stratejik birleşmeler, Ortak AR-GE anlaşmaları, yeniden yapılanma çalışmaları, dağıtım ve pazarlamada stratejik işbirlikleri (ağıtım ve depolamada, pazarlama ve satışta ayrı ayrı işbirlikleri kurulabilir), risk paylaşımı, pazara giriş kolaylığı, rekabet üstünlüğü sağlama, karşılıklı kaynakların paylaşımı.

Yurt dışı pazarlara açılmak isteyen bir firma stratejik işbirliği yaparak bir çok sorundan kurtulabileceği gibi yukarıda sayılan avantajları da beraberinde kazanabilir.

Son yıllarda stratejik birleşmeler büyük bir hızla artmaktadır. Firmalar uluslararası stratejik birleşmelere karşı istekli olsalar da bunun bazı endüstrilerde diğerlerine göre daha fazla olduğu görülmektedir (Uslu; 1992: 40).

Çizelge 3: Stratejik birleşmeler artış oranları

Endüstri	Artış (%)
Motorlu taşıtlar endüstrisi	24
Uçak endüstrisi	19
Haberleşme alanında	17
Bilgisayar	14
Elektrikli araç-gereç endüstrisi	13
Diğer endüstriler	3

(Kaynak: Uslu; 1992: 40)

Dünya pazarlarındaki uluslararası stratejik birleşmelerde en büyük payı % 24 ile motorlu taşıtlar endüstrisi almaktadır. Bu sanayi dalında rekabetin oldukça yoğun olması, firmaları uluslararası stratejik birleşmelere yönlentmektedir.

Son yıllarda dünyada otomotiv ana sanayii firmalarının sayısı şirket birleşmelerinden dolayı azalmakta ve firmalar büyümektedir. 1980'lerde Dünya'da 85 bağımsız otomotiv üreticisi üretim yapmaktaydı. Bu rakam 2000'de 18'e düşmüştür. 2010 yılında ise bu sayının 10-15'e ineceği tahmin edilmektedir. Halihazırda 1.5 milyon adet/yıl rakamının altında üretim yapan otomobil üreticilerinin uzun süre bağımsız kalamayacakları tahmin edilmektedir. Oto yan sanayiine baktığımız zaman da şirket evlilikleri ve satın almaların yoğunlaştığını görmekteyiz. Özellikle ABD'de KOBİ tanımına giren yan sanayi yok denecek kadar azdır (Doğan, 2002). Bu verilerde dikkate alındığında stratejik işbirliklerinin önemi ortaya çıkmaktadır.

3.4.3. Veri Tabanı Pazarlaması

Pazarlama çevresi ve müşteriye ilişkin bilgiler, giderek bir çok firma için stratejik rekabet aracı olmaktadır. Globalleşme ile birlikte rekabetin uluslararası boyut kazanması ve bilgi teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler pazarlama stratejilerinin hazırlanması ve uygulanmasında önemli olmaktadır. Bu bağlamda son zamanlarda hızla yayılan ve hemen hemen her sektörde kullanılan veri tabanı pazarlaması uygulamaları yoğun rekabet ortamında uluslararası pazarlara açılacak olan firmalar için önemli bir pazarlama aracı olmaktadır.

Doğrudan pazarlamayı başarılı bir şekilde uygulamak için firmaların pazarlama veri tabanı sistemine yatırım yapmaları gerekir. Pazarlama veri tabanı; satışa götürecek ipuçları bulmak, bunları önemlerine göre sınıflamak, dereceleme, ürün, hizmet satışı veya müşteri ilişkilerini devam ettirmek gibi amaçlarla, ulaşılabilir ve üzerlerinde çalışılabilir olan tek tek müşteriler, aday müşteriler vb gibi çeşitli kişi ve/veya kuruluşlar hakkında sistemli ve organize veri toplanmasıdır. Buna veri tabanı pazarlaması da (database marketing) denmektedir (Tek; 1997: 58).

Veri tabanı pazarlama sisteminin rekabette üstünlük sağlamadaki en önemli katkıları şunlardır (Demir ve diğerleri; 1998: 62):

- Pazarlama/satış maliyetlerinin düşürülmesi,
- Satış elemanlarını, satış dışı faaliyetlerden kurtararak, mesleki çalışmalar için zaman kazandırması,
- Sürekli güncelleştirilen, sağlıklı ve hızlı bilgi akışı ile karar vericilere destek sağlaması,
- Piyasadaki tehlike ve fırsatların algılanmasında “erken uyarı sistemi” niteliği ile yönetimi uyarabilmesi.

Günümüzün gelişen koşulları içinde, uluslararası pazarlamanın ve işletmelerin uluslararası pazarlardaki faaliyetlerinin kazandığı önem ortadadır. Uluslararası pazarlara başarıyla açılma ve bu pazarlarda rekabetçi güce ulaşma, dünyanın her yerindeki firmalar açısından yaşamsal öneme sahiptir. Uluslararası pazarlarda başarı kazanmak, uluslararası pazarlama kuram ve deneyimlerini etkin bir şekilde kullanmakla mümkün olabilir. Duruma bu açıdan yaklaştığımızda, mevcut pazarların korunması ve yeni pazarların bulunması ve başarılı stratejilerin uygulanabilmesinde” veri tabanı pazarlamasının uluslararası pazarlama” açısından önemi ortaya çıkmaktadır (Marangoz, 2001: 41).

3.4.4. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri

Sektörel dış ticaret şirketi modeli olarak tanımlanan çok ortaklı pazarlama şirketi ile amaçlanan üreticilerin mali, teknik ve idari imkanlarını dış pazarlama faaliyetleri için biraraya getirerek, ihracat performanslarını arttırmak ve daha etkin yöntemlerle dış pazarlara açılmalarını sağlamaktır. SDS’ler, ihracatta kullanılan sadece bir finansman tekniği değildir. İhracatın teşvikiyle beraber gündeme gelmişler ve KOBİ ’lerin ihracatında önemli görevler üstlenmişlerdir (Yücel; 2000: 85).

Tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ ’ler) büyümenin başlıca itici gücüdürler ve ihracat için büyük bir potansiyele sahiptirler. Bu potansiyelin teşvik edilmesi yolunda Aralık 1994’te KOBİ ’lerin örgütlenmesi ile ilgili yasal bir düzenleme yürürlüğe girmiştir. Bu düzenlemenin uygulamaya başlamasından sonra KOBİ ’ler Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDS’ler) adı verilen ihracat şirketlerinin çatısı altında organize olmaya başlamışlardır. Bu şirketler

ihracat konusunda uzmanlaşmışlardır. Farklı sektörlerde 32 adet SDŞ kurulmuştur. Bunlardan üç tanesi oto yan sanayinde faaliyet göstermektedir (Yüzal; 2001).

3.4.5. Takas (Barter)

Bir çok firma barter'in, atıl kapasitenin ürüne dönüştürülmesinde ve ürünlerin pazarlanmasında en düşük maliyetli yöntemlerden birisi olduğunu fark etmişlerdir. Özellikle günümüz ekonomik kriz ortamında daralan ve sürekli küçülen ekonomi için atıl kapasitenin ürüne dönüştürülmesinde pazarlama ve reklam aracı olma fonksiyonları ile barter, üzerinde dikkatle düşünülmesi gereken bir modeldir. Bir pazarlama aracı olarak barter'in avantajlarını kısaca şöyle sıralayabiliriz (Marangoz, 16.04.2001: 13).

1. Barter organizasyonunda toplanan firmalar, nakit para kullanmadan birbirleriyle mal ve hizmet takası yapabiliyorlar.
2. Barter sisteminin amacı, üye firmaların atıl kapasite ve stoklarının eritilmesi, finansman maliyetinin düşürülmesi, yeni pazar ve müşteri kazanarak ciro artışının sağlanması.
3. Buna bağlı olarak firma, yoğun rekabet ortamında pazar payını ve etkinliğini arttırabiliyor.
4. Sistem, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için yurtdışı pazarlara açılmada kolaylık sağlar. Müşteri bulma, yurtdışına gitme gibi zorluklar ortadan kalkmakta ve hiçbir yere gitmeden ihracat yapabilmektedir.
5. Barter organizasyonuna giren her firma otomatik olarak bir pazarlama bilgi-iletişim hizmetinden yararlanmaktadır.
6. Barter organizasyonunun aylık olarak yayınladığı üyeler listesi ve ekonomi gazetelerindeki haberler, internet üzerindeki barter-shop sayfaları ücretsiz hedefine ulaşan bir reklam aracıdır. Barter üyeleri, internet ağı ve diğer üyelerin adres listeleri sayesinde erişim alanlarını genişletebilmekte ve aynı zamanda da ürünlerinin tanıtım maliyetlerini düşürebilmektedir.

3.4.6. Fuarlar

Uluslararası ticaret ve sanayi fuarları ihracatçı için hem vitrin hem de pazar yeri görevini yaparlar. Buralarda ihracatçı malını sergileyebilir, ilgilenenlere ayrıntılı bilgi

verebilir, alıcılarla bağlantı kurabilir ve hatta içinde bulunduğu sektörü uluslararası boyutta tanıma fırsatı bulur.

Firmalar katıldığı fuarda sadece satış bağlantısı yapmakla kalmayacak, o piyasanın koşullarını yakından tanıma olanağı bulacak, önemli rakipler hakkında bilgi edinecektir. Fuarların işlevleri şöyle özetlenebilir (Kozlu,1995: 225).

1. Fuarlar, bayi ve dağıtıcı gibi malı sürekli şekilde alabilecek kişi veya kuruluşlarla malını sergileyen ihracatçı arasında bağlantı kurulmasına olanak sağlarlar. Uluslararası fuarlara fuarın yer aldığı ülke dışından da ziyaretçi geldiğinden, ihracatçı böyle bağlantıları birkaç ülke içinde kurabilir.
2. Eğer fuarın yer aldığı ülkede ihracatçının bayii varsa, fuarda mallarını sergilemekle bayisinin satış çabalarını desteklemiş olacak, ona yeni müşteriler yaratacaktır.
3. Fuarlar ihracatçının pazarı yakından tanınmasına olanak sağlarlar. Fiyatlar, mallarda aranan özellikler, dağıtım kanalları konusunda yerinde bilgi edinilebilir.
4. Aynı şekilde rakipler de yakından incelenip, kuvvetli ve zayıf yönleri konusunda bilgi edinilebilir. Bir çatı altında önemli rakiplerin çoğu bulunacağından fiyatları, ambalaj şekilleri, ürün özellikleri, tahsilat ve finansman koşulları, sevk süreleri öğrenilebilir.
5. İhracatçı, sadece rakiplerinin neleri sattıklarını değil, nasıl sattıklarını da görebilir. İlettikleri reklam mesajları, fuarda uyguladıkları promosyonlar, başarılı standların özellikleri yakından incelenebilir.
6. İhracatçı, fuarda ziyaretçilere satışlar yapabileceği gibi, ilerisi için önemli satış bağlantılarını da gerçekleştirebilir.

3.4.7. Teşvik Ve Destekler

KOBİ 'lerin en büyük ve öncelikli sorunlarından birisi finansal sorunlardır. KOBİ 'lerin bütün sorunlarının temelinde finansal sorunlar yatmaktadır. Bu sorunu

aşabilmeleri ekonomik, sosyal ve toplumsal açıdan önemleri dikkate alınarak bütün dünyada KOBİ 'lere yönelik teşvik ve destekler söz konusudur.

Dünya'da ve özellikle AB ülkelerinde KOBİ 'lerin önemine bağlı olarak, çeşitli teşvik ve destekler sağlanmaktadır. AB, genel politikaların yanı sıra KOBİ 'lerin sınırlı finansman kaynaklarını göz önüne alarak, Birlik genelinde finansal açıdan destekleyici bazı politikalar benimsenmiştir. AB Komisyonu tarafından onaylanan ve KOBİ 'lere sağlanan başlıca yardım türleri aşağıda yer almaktadır (Yücel, 2000: 30-31).

- Küçük işletmelerin kurulması için hibe, düşük faizli kredi ya da kredi garantisi,
- Yapıları itibariyle içerdikleri riskten dolayı, sermaye piyasalarından veya bankalardan kolaylıkla kredi temin edemeyen küçük ve orta boy işletmelerce girilen; yeni ürünlerin veya üretim sürecinin geliştirilmesi ya da var olan ürünlerin veya süreçlerin köklü biçimde yenilenmesi gibi yenilik projelerine yardım ya da düşük faizli kredi sağlanması,
- Enerji veya hammadde tasarrufu sağlayacak ya da diğer enerji kaynaklarının ikame edilmesini sağlayacak yatırım projelerine düşük faizli kredi ve yardımlar,
- Küçük işletmelerin yönetim veya satış politikasını, dış danışmanlık veya bilgisayarlaşma yoluyla geliştirilmesinin maliyetini azaltmaya yönelik yardımlar,
- KOBİ 'lerin Ar-Ge faaliyetlerini yürütecek elemana ve olanaklara sahip olmamaları nedeniyle, işletme dışında yaptırılacak Ar-Ge çalışmalarının maliyetini düşürmek için yapılan yardımlar.

Ülkemizde de KOBİ 'lerin ekonomideki yeri ve önemi dikkate alınarak bazı destek ve teşvikler sağlanmaktadır. Bunlar (Vizyon, 2001: 14-23); KOBİ yatırımlarında devlet destekleri (Yatırımları Teşvik Fonu'ndan), teşvik belgeli yatırımlarda devlet yardımları (Yatırımları Teşvik Fonu'ndan), ihracatı geliştirme destekleri, araştırma geliştirme destekleri, eğitim ve istihdama yol açma destekleri (Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu), yarım kalmış yatırımların ekonomiye kazandırılması, olağanüstü hal bölgesi ve KÖY (Kalkınmada Öncelikli Yörelere) yatırımlarının teşvik edilmesi ve istihdam yaratılması.

3.5. Ülkemizde KOBİ 'lere Sağlanan Dış Ticaret Destekleri

AB, KOBİ 'leri için çok yıllı politikalar belirlemekte, bu süreçte KOBİ 'lere işletmelerin tabi olduğu idari ve düzenleyici ortamın basitleştirilmesi ve geliştirilmesi, finansman ortamının iyileştirilmesi, daha iyi bilgi hizmetleri yoluyla KOBİ 'lerin stratejilerini uluslar arasılaştırılmasına ve Avrupalılaştırılmasına yardımcı olunması, KOBİ 'lerin rekabet gücünün artırılması, araştırma, yenilikler ve eğitimden daha iyi yararlanmalarının sağlanması, girişimciliğin teşviki ve özel hedef gruplarının desteklenmesini ön plana almaktadır. Gerek 1996 yılı başından Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin gerçekleştirilmesi sonrasında, gerek GATT ile 1994 Uruguay Anlaşmasına gidilmesi, ve gelecek 10 yılda dünya ticaretinin kurallarının değişikliğe uğrayacak olması nedeniyle Türkiye'nin 2000'li yıllara ilişkin hesaplarının yapılması için tüm kurum ve kuruluşların kolları sıvaması gerekmektedir. Bu dönemde tüm işletmelerle birlikte, gümrük tarifelerinin indirildiği miktar kısıtlamalarının aşamalı bir şekilde kaldırılacağı, kısaca dış ticaretin tüm engellerden arındırılacağı "serbest bir dönem" ile karşı karşıya kalınacaktır.

Şüphesiz bu yeni dönemin ana özelliği serbestlik içerisinde yoğun bir rekabet ortamına ortam hazırlanmasıdır. Türkiye'nin gelişmiş ve aynı kategorideki diğer ülkelerin oynadığı oyunun kurallarını aynen uygulamaya geçirmesi gerekmektedir. Bu dönemde, başta KOBİ 'ler ve meslek kuruluşları olarak gelecekteki yoğun rekabet ortamına hazırlıklar çerçevesinde ülkemizde tüm kamu yada özel kurum ve kuruluşlarımızın üstlerine düşen görevlerinin bilincinde gerekli düzenlemeleri biran evvel gerçekleştirmeleri acil bir zarurettir. (Baykal, 1996)

3.5.1. İhracata Yönelik Devlet Yardımları

Yukarıda üzerinde sıkça değindiğimiz SDŞ statüsü oluşturmanın en büyük amacı KOBİ 'lerin ihracat sektörü içerisinde tam olarak desteklenmesini sağlamaktır. Buradan hareketle teknolojinin hızla yenilendiği, uluslararası pazarlamanın elektronik ortamda yapıldığı, bankacılık hizmetlerinin bireyselleştiği, ekonomilerin küreselleştiği 20'nci yüzyılın son çeyreğinde, ihracatçılarımızın dünya pazarlarında geri kalmamaları ve rekabet edilmelerini teminen devlet tarafından bazı desteklerin verilmesi konusu ekonominin gündeminde öncelikli olarak yer almıştır.

AB ve GATT normlarına uygun olarak 1 Haziran 1995 tarih ve 22300 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan, Fransada örneği görülen ve ana sanayi-yan sanayi, diğeri bir deyişle, büyük firma -küçük firmalar arası ilişkileri geliştirmeyi amaçlayan ve ana hatlarıyla aşağıda belirtilecek olan, bölgeler arası farklılıklardan kaynaklanan ekonomik ve sosyal dengesizliklerin ortadan kaldırılmasına, yeni eğitim fırsatlarının sağlanarak istihdamın artırılmasına, özellikle yeni ürün, üretim sistemi ve teknoloji kullanan sektörlerde araştırma ve geliştirme programlarının uygulanmasına, aynı üretim dalında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin örgütlenmelerine, çevre sorunlarının önlenmesi için sanayinin yeniden yapılanmasına, tarım ürünlerimizin desteklenmesine, ürünlerimizin uluslararası alanlarda tanıtımına ve pazarlanmasına ilişkin “İhracatta Devlet Yardımları” şu şekildedir. (Doğan ve Marangoz, 2002)

3.5.1.1. Araştırma-Geliştirme Yardımları

Bir taraftan dünyada meydana gelen teknolojik gelişmeler, diğeri taraftan küreselleşmenin etkisiyle rekabetin ulusal sınırların dışına taşması, işletmelerin sürekli olarak yenilikler yapma çabası içine girmelerine neden olmuştur. Dünyanın bir çok yerinde üretimini ve kalitesini artırmak isteyen işletmeler araştırma-geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerine daha fazla zaman ve para ayırmaktadırlar.Yine teknolojinin merkezi olarak bilinen pek çok ülke Ar-Ge faaliyetlerine gayri safi milli hasılasından önemli bir bölüm ayırarak bu duruma geldiklerini sürekli olarak dile getirmektedirler. Ülkemizde ise son zamanlarda meydana gelen bu değişme ve gelişmeler ile KOBİ 'lerimizin bazı istisnalar dışında Ar-Ge faaliyetlerinin henüz yok denecek kadar az olması ilgili kuruluşları harekete geçirmiş ve “Küçük ve Orta Boy İşletme (KOBİ) Yatırımlarında Devlet Yardımları” kapsamında KOBİ 'lerimize Ar-Ge desteği de verilmesi karara bağlanarak, onların bu gelişmeleri yakından takip edebilme güçlerinin artırılmasına çalışılmıştır. (Yalçın, 1998)

3.5.1.1.1. AR-GE Faaliyetlerinde Bulunan Kuruluşların Proje Bazında Desteklenmesi

Buradaki amaç AR-GE kapsamına giren her türlü, laboratuvar çalışmaları, tasarım ve çizim çalışmaları, prototip üretimi, deneme üretimi, pilot tesisin kurulması,

patent ve lisans çalışmaları, satış sonrası sorunların giderilmesi gibi faaliyetlerin desteklenmesi amaç edinilmiştir.

Kuruluşlar Ar-Ge harcamalarına ilişkin hazırlanan belgelerle, altışar aylık dönemler itibariyle doğrudan TÜBİTAK'a müracat ederler. Şirketlerin Ar- Ge harcamalarının en çok 3 yıl süreyle % 50 si geri ödenir. (Yalçın, 1998)

3.5.1.1.2. Ürün Geliştirme Ve Stratejik Odak Konuları Projelerine Sermaye Desteği

3.5.1.1.2.1. Ürün Geliştirme Projelerine Sermaye Desteği

Yeni ürün geliştirilmesi veya mevcut ürünlerin rekabet gücünün yükseltilmesine ya da bu amaçla üretim yöntemi, sistemi ve tekniklerinin araştırılmasına ve geliştirilmesine yönelik Ar-Ge projelerine sermaye desteği verilmesidir. Bu desteğin miktarı azami 1 milyon ABD doları olmak üzere ve iki yıl süreyle %50 oranında olup, müracat edilecek yer Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) dir. (Kaynak: http://www.ttgiv.org.tr/tur/02_ttgiv_hakkinda/21.htm, Erişim Tarihi: Haziran 2005)

3.5.1.1.2.2. Stratejik Odak Konuları Projelerine Sermaye Desteği

Hangi alanlarda teknolojik projeler yürütülmesinde yarar bulunduğunu veya Ar-Ge faaliyetlerinin ülkemizde gelişip yaygınlaşması için alınması gereken önlemleri tespit eden projelerdir. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ve Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yapılan incelemeler sonucu desteklenmesine karar verilen projeler:

- Kavram geliştirme,
- Teknolojik/Teknik ve Ekonomik yapılabilirlik etüdü,
- Geliştirilen kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan laboratuvar çalışmaları v.b çalışmalar,
- Tasarım ve çizim çalışmaları,
- Pilot tesisin kurulması,
- Deneme üretimi,
- Patent ve lisans çalışmaları,
- Satış sonrası sorun giderme hizmetleri'ni

kapsamaktadır.

Bu projelerin 1 yıl süreyle azami destek miktarı 100.000 ABD doları olup, projenin tüm giderleri sağlanacak destekle karşılanır. (Yalçın, 1998)

3.5.1.2.Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

Ulusal ve uluslararası çevre korunması mevzuatlarının neden olduğu,

- Çevre standartlarına uygunluk belgesi ve logosu almak için yaptıkları harcamalar ile,
- Ürünün ve ambalajının çevre standartlarına uygunluğunun kontrolü için yaptırılması gerekli laboratuvar testlerine ilişkin harcamaların 1000 ABD doları olmak üzere%50 sinin,
- Çevre korunmasına yönelik tesisleri bulunan organize sanayi bölgelerinde üretimde bulunan firmalar ile hassas eko sistemlerinin bulunduğu bölgelerde atık kontrolüne yönelik kamu yönetimindeki ortak tesislerden yararlanan işletmelerin bu tesislerden yararlanmaları ile ilgili belgelendirilmiş harcamaların firma başına yıllık 2000 ABD doları geçmemek kaydıyla %25'inin, bu karar kapsamında desteklenmesi öngörülür.

Bu konudaki başvurular işletmelerin bulunduğu ihracatçı birliklerine yapılır. İhracatçı birlikleri uygun gördükleri başvuruları ve bunların destek miktarlarını Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bildirirler. Dış Ticaret Müsteşarlığı da uygun gördüğü başvurular hakkında gerekli çalışmaların yapılması konusunda Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na talimat vererek işletmelerin desteklenmesi sağlanır ve işletmeler bu şekilde talep ettikleri yardımları alabilirler.

(DTM, <http://www.dtm.gov.tr/ihr/dvyardim/dvyardim.htm>, Erişim Tarihi: Haziran 2005)

3.5.1.3. Pazar Araştırması Desteği

Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın belirlediği hedef pazarlarda ürün ve firma tanıtımını gerçekleştirmek üzere, Pazar araştırması desteği KOBİ 'ler ve SDŞ'lerin tanıtım faaliyeti için yapacakları harcamaların;

- En fazla 500 ABD Doları olmak üzere, ilgili firma temsilcisinin gidiş dönüş uçak bileti ,
- Tanıtım faaliyetinde bulunulacak ülkede basın ve reklam araçlarında yer alacak 3000 ABD Dolarını geçmemek üzere tanıtım harcamaları,
- İlgili ülkeye götürülecek olan numune ürünün uçakla yapılacak taşıma masrafının 500 ABD Dolarını geçmemek üzere %50 sinin, desteklenmesini kapsamaktadır.

Firmaların Pazar araştırması desteğinden yararlanabilmesi için, yapılan faaliyetlerle ilgili gidiş-dönüş uçak biletini, tanıtım yaptıkları ülkelerdeki basın-reklam harcamalarının ve ilgili ülkeye götürülen numune ürünün uçakla taşıma masrafının belgelerini bölgede bulunan İhracatçı Birliklerine vermeleri yeterlidir. İncelemeler sonunda durumu uygun görülen firmaların ödemeleri DTM'nın talimatı ile Merkez Bankasınca yerine getirilir. (Yalçın, 1998)

3.5.1.4. Yurt Dışı Ofis Ve Mağaza İşletme Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Yurt dışında ofis ve mağaza açacak firmaların,

- İki yıl süreyle ve 500 ABD Dolarını geçmemek şartıyla, Türkiye dışında ofis ve mağaza açılması esnasında varlıkların bir kereye mahsus alımlarından doğacak masraflarının %10'u,
- İki yıl süreyle ve 10.000 ABD Dolarını geçmemek şartıyla Türkiye dışında kiralanacak ofis ve mağazanın kira masrafının %50'si,
- İki yıl süreyle ve 10.000 ABD Dolarını geçmemek şartıyla, Türkiye dışında ofis ve mağazası olan firmaların reklam masraflarının %20'si, desteklenmektedir.

Bu konudaki uygulama bölgede bulunan İhracatçı Birlikleri tarafından yürütülür.

3.5.1.5. Yurt Dışında Düzenlenen Fuar Ve Sergilere Milli Düzeyde Veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi

Burada, yurt dışında düzenlenen fuar ve sergilere bireysel veya organizatör firmaların organizasyonu ile katılacak firmaların katılımı desteklenmektedir. (Yalçın, 1998)

- Milli katılımlarda iştirakçi firmaların desteklenmesi,
- Fuara katılacak olan firmaların, organizatör firmaya metrekare üzerinden ödeyecekleri katılım ücretinin 30 metrekareyi geçmemesi ve ödenecek miktarın da firma başına en fazla 5000 ABD dolarını aşmaması şartıyla %40'ı,
- Yurt dışında bireysel olarak katılan firmaların, organizatör kuruluşa ödeyeceği yer kirası, stand inşaatı ile dekarosyona ilişkin giderlerinin 30 metrekare'ye kadar %40'ı,
- Fuar mallarının nakliyesine ilişkin olarak her bir metrekare için 75 kg. veya 1/4 metre küp'ü geçmeyecek şekilde hesaplanacak nakliye giderlerinin %40'ı karşılanır.
- Ödenecek miktar firma başına en fazla 6000 ABD Dolarıdır.

Bu uygulama için müracaat bölgede bulunan İhracatçı Birlikleridir. Desteklenecek olan firmalar Dış Ticaret Müsteşarlığı'na belirlenir. Bir firmaya aynı fuar için üç defadan fazla destek verilmemektedir.

3.5.1.6. Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi

Türkiyede Dış Ticaret Müsteşarlığı'na belirlenen kriterlere uygun uluslararası nitelikte ihtisas fuarı düzenleyen yerli organizatörlerin fuar öncesinde ve fuar süresince gerçekleştirecekleri; (Yalçın, 1998)

- 5000 ABD Dolarını aşmamak şartıyla fuarın içeriği ile ilgili seminer, konferans, panel ve ödüllü yarışmalara ilişkin giderlerin %50'si,
- 25.000 ABD Dolarını aşmamak şartıyla, tanıtım ve promosyon faaliyetlerinin %50'si,

- 15.000 ABD Dolarını aşmamak şartıyla, Ticaret Müşavirliklerince uygun görülerek organizatör firma tarafından önerilen fuara davet edilen önemli yabancı müşterilerin ulaşım giderlerinin %50'si, desteklenecektir. Bu uygulama bölgedeki İhracatçı Birlikleri aracılığıyla yürütülür.

Bu karar tasarılarıyla planlanan düzenlemeler ise;

- KOBİ, SDŞ ve Üretici Derneklerine Yönelik Pazar Araştırması Desteği ile, potansiyel pazarlar hakkında bilgi sağlanması,
- Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi ile KOBİ 'lerin ISO 9000, 14000 serisi, CE işareti ve uluslararası diğer belgeler için yapılan belgelendirme masraflarının desteklenmesi,
- Eğitim Desteği ile KOBİ ve SDŞ'lerin eğitim faaliyetlerinin desteklenmesi,
- İstihdam Artırıcı Çabaların Desteklenmesi ile 1-50 arasında işçi çalıştıran Küçük İşletmelerin bünyelerinde bulunmayan işletmeci ve mühendis veya üretim konusu gereği spesifik alanda uzman eleman ihtiyacının karşılanması,
- Yurt Dışı Ofis-Magaza Desteği ile mevcut destek miktarlarının yükseltilmesi ve SDŞ'lere yeni ek imkanların sağlanması,
- Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım Tescili Desteği ile gerçek kişilerce yapılan söz konusu faaliyetlerin desteklenmesi, şeklinde özetlenebilir.

3.5.2. AB Üyesi Ülkeler'de KOBİ 'lere Uygulanan Destek Programları

Üye ülkelerin ağırlıklı olarak başvurdukları destek mekanizmaları: AR-GE destekleri, mesleki eğitim, hizmet içi eğitim, proje bazında değerlendirmelerle gençlere girişimcilik imkanlarının sağlanması, KOBİ'lerin kurulması için düşük faizli ya da devlet garantili kredilerin tahsisinde büyük işletmelerde aranan koşulların KOBİ'lerde aranmaması, risk sermayesinin KOBİ'lere yönlendirilmesi gibi çok çeşitli destek programlarından oluşmaktadır . (Doğan ve Marangoz, 2002)

Konumuz gereği bu destek programlarının daha çok ihracata yönelik destek programları ve uygulamaları ele alınacaktır.

3.5.2.1. Almanya

Almanya'da ihracat konusunda KOBİ'lere çeşitli teşvikler sağlayan üç önemli resmi kurum bulunmaktadır .Bunlar resmi daireler , resmi kuruluşlar ve resmi birliklerdir. Resmi dairelerden en önemlileri Ekonomi Bakanlığı (BMWİ) ile Teknoloji Bakanlığı olmaktadır. Resmi kuruluşlar olarak resmi ve özel kredi enstitüleri KOBİ'lere ihracat teşviki konusunda önemli rol oynamaktadırlar. Ayrıca federal düzeyde Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) ile Deutsche Ausgleichbank çeşitli programlara finansal teşvik imkanı sunmaktadır.

KOBİ 'lerin ihracatının geliştirilmesi kapsamında; dış ülkelerdeki ticaret odaları işbirliği yapılarak pazar olanakları ile koşulları hakkında danışmanlık yapmak, dış ticaret fuar ve sergilerine katılmayı teşvik etmek, ihracatta ekonomik ve politik riskleri karşılamak, uluslararası pazarlar ve sanayiler hakkında bilgi vermek gibi faaliyetler yapılmaktadır. (Adomeit, 1991)

3.5.2.1.1. İhracat Finansmanı

KOBİ 'lerin siparişin alınması, üretim sürecinde ve ihracattan tahsilata kadar olan sürede ihtiyacı olan prefinansmanı karşılamak üzere ihracat kredisi vermek üzere bir çok bankanın konsorsiyum şeklinde bir araya gelmesi ile kurulmuş olan AKA (Ausfuhrkredit GmbH - İhracat Kredi Şirketi) bu görevi üstlenmiştir. Yine ihracatta olası risklere karşı ödemelerin sigorta edilmesi görevini de Alman Ekonomi Bakanlığı HERMES Kredi Sigorta Şirketine vermiştir. (Adomeit, 1991)

3.5.2.1.2. Dış Ticaret Fuarları

Yurtdışı fuar katılımları enformasyon standları, özel sergi ve toplu firma sergilerinde katılımcı firmalara katılım alanı fiyatı üzerinden indirimlerin yapılması şeklinde teşvik sağlanır .Bunun ötesinde her türlü teknik ve örgütsel konularda geniş ölçüde ücretsiz olarak danışmanlık gibi ilave hizmetler sunulmaktadır. Bu faaliyetler, Alman Sanayi Sergi ve Ticaret Fuarları Komitesi'nce yapılmaktadır.

3.5.2.1.3. Yurtdışı Ticaret Odaları

Yabancı ithalatçılarla temas kurmak, dış pazarlar hakkında bilgi toplamak, bunları değerlendirerek satış olanaklarını bulmak, dış ülkelerin ithalat düzenlemeleri hakkında bilgi vermek, satış yolları ve stratejileri hakkında tavsiyelerde bulunmak,

ticaret fuarları ve benzer faaliyetlerden firmaları haberdar etmek ve katılımlarına yardımcı olmak gibi faaliyetlerde bulunurlar. (Adomeit, 1991)

3.5.2.1.4. Dış Ticaret Federal Enformasyon Bürosu

Dünya çapında bir muhabirler ağından yararlanarak, Alman firmalarına dış ticaretin her yönü hakkında pratik bilgiler verir .

Küçük ve Orta Boy Firmalar İçin Ticari Danışmanlık Yönetmeliği,

Yönetmelik çerçevesinde KOBİ'lerin ticari danışmanlık masraflarını karşılamak üzere çeşitli ödenekler ayrılmaktadır.

Avrupa'daki Rekabete Uyabilecek Sağlıklı Firmalar Programı

Kapsamlı bilgilendirme ve eğitim programları, topluluk piyasalarındaki fuar ve sergilere daha yoğun biçimde katılım organizasyonları, piyasalara ilişkin özel bilgilerin transferi, özel sanayi dallarında ve piyasalarda çalışmaları yapılması, diğer Avrupa Ülkeleri'ndeki ortaklarla irtibatın sağlanması gibi hizmetler verilmektedir. (Şenyurt, 1995)

3.5.2.2. İtalya

İtalya'da verilen devlet yardımlarının beş temel amacı bulunmaktadır. Bunlar: (Doğan ve Marangoz, 2002)

- Üretken yatırımların desteklenmesi,
- Araştırma ve teknolojik yeniliklerin geliştirilmesi,
- İhracatı artırma ve uluslararası işlemlere katılma,
- İşletmeler arası işbirliğini destekleme
- Geri kalmış bölgeleri sanayileştirme

şeklindedir.

3.5.2.2.1. İtalya'da kurulan İhracatçı Birlikleri (Export Consortia)

örgütlenmesi KOBİ'lerin dış pazar payını artırmak için kurulmuş olup, onlara pazarlama, finansma teknik ve ticari alanlarda uzmanlık hizmetleri sunmaktadır. Ayrıca KOBİ'ler konusunda sağlanan bir diğer girişim de küçük işletmelere kredi teminatı

sağlamak için kurulan Kefalet Ortaklıkları (Joint Surety Consortia)'dır. Aşağıda bu kuruluşlar hakkında kısaca bilgi verilmektedir.

İtalyan İhracatçılar Birliği (Export Consortia) "KOBİ 'lerin ihracatını teşvik amacıyla İtalya'da gerçekleştirilen kalkınma modeli ihracatçı birlikleri temeline dayanmaktadır .Küçük boy firmaların dış pazar paylarını artırmak amacıyla oluşturdukları birlik onlara pazarlama, finansman, teknik ve ticari eğitim alanlarında uzmanlık hizmeti vermektedir. Birlik, girişimcilerin ve devlet teşvik sisteminin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Her birliğin bir yıllık işletme giderlerinin %40'ını devlet sübvansede etmektedir. Kamu ve özel yönetimler de (ticaret odaları, bölgesel ve yerel idareler, yerel sanayi dernekleri gibi) bu birliklere mali destek vermektedir". (Lapini, 1991)

3.5.2.2.2. Federexport

Federexport İtalya'da 16 ihracat birliğinin bir araya gelmesiyle kurulmuş bir federasyondur. İhracatçı birlikleri arasında eşgüdümü sağlamak, politik ve bürokratik alanda konsorsiyumları tek elden temsil etmek, ilgili cari mevzuatın günün ihtiyaçlarına uygun hale getirilmesi ve iyileştirilmesi için girişimlerde bulunmak, dış ticarete hükümet ile ortaya çıkabilecek genel ve özel problemlerde taraf olmak, teknik, hukuki, mali sigorta, vergi, pazarlama ve diğer konularda danışmanlık yapmak, ticari istihbarat ve enformasyon hizmetleri vermek gibi görevleri vardır. (Şenyurt, 1995)

Federexport'a dahil firmalar, gerek ulusal gerekse yerel birçok banka ile , yapılan anlaşmalardan faydalanmaktadırlar. İhracat sigortası alanında da federasyona dahil firmalar mal ve hizmet talepleri, arzları, teknolojik yenilikler gibi konularda Flash adı verilen özel bir servisten yararlanmaktadırlar. Tanıtım faaliyetleri kapsamında fuar ve sergilere katılım, iş gezileri, pazar araştırmaları, konferans ve seminerler, dış ülkelere özel heyet gönderme gibi hizmetler verilmektedir.

3.5.2.2.3. Kefalet Ortaklıkları (Joint Surety Consortia)

İş adamları ve iş derneklerinin girişimiyle küçük firmalara kredi teminatı sağlamak amacıyla kurulmuştur. Bu girişim, ticaret ve sanayi odaları, bölgesel ve yerel idarelerce desteklenmektedir. İflas durumunda riskin %50'sini kefalet ortaklığı, %%0'sini de banka üstlenmektedir. (Şenyurt, 1995)

3.5.2.3. İspanya

İhracatı teşvik konusunda faaliyet gösteren tek kamu kuruluşu Dış Ticaret Enstitüsü'dür (Export Trade Institute). Bu kuruluş, KOBİ 'lerine, yurt dışında pazar olanakları, yabancı sermaye teklifleri, teknolojik işbirliği yapmak isteyen yabancı firmalar konularında bilgi vermektedir.

Bunun dışında Enstitü, işadamlarının ülke dışına yapacakları iş gezilerini sübvansede etmekte ve bazı ürünlerin toplu olarak tanıtımını yapmaktadır .

Ayrıca Sanayi Bakanlığına bağlı olarak kurulan KOBİ 'Enstitüsü (IMPI), Avrupa pazarındaki faaliyetler hakkında KOBİ'leri bilgilendirmekte ve Avrupa Penceresi (EURO WINDOW)adı altında AB'nin aldığı kararların İspanya'da uygulanması hakkında bilgi vermekte ve AB ülkelerinde iş kurmak isteyenlere de bürokratik işlemlerde yardımcı olmaktadır.(Arevalo, 1991)

3.5.2.4. Portekiz

"Portekiz'de KOBİ 'leri destekleme idaresi tarafından; tasarım konusunda danışmanlık hizmetleri verilmekte, kalite kontrolleri yapılmakta, yeni teknik gelişmeler hakkında bilgi verilmekte, KOBİ'lerde teknik personel için seminerler düzenlenmekte ve araştırma-geliştirme için ucuz krediler verilmektedir.

Portekiz Hükümeti, ihracat rejiminin esaslarına uyarak , KOBİ'leri ihracat aktivitelerini artırmaya yöneltmek için ihracatçılara teknik ve finansal destek sağlamaktadır .

İhracat Şirketleri, başlangıç giderlerinin %50'si oranında finansal destek alabilmektedirler. Bu desteğin geri ödemesinin en fazla alındıktan 3 yıl sonra yapılması gerekmektedir".

3.5.2.5. Yunanistan

"İhracata yönelik imalat sanayiinde kullanılacak hammaddelerin ithalinde bankalar basite indirgenmiş uygulamalarla firmalara yardımcı olmaktadır. Ayrıca ihracatçılara vergiler vasıtasıyla verilen teşvikler bulunmaktadır" (Kural ve Diğerleri, 1995)

3.5.2.6. Fransa

Fransa'da da KOBİ işletmelerini ihracata yönlendirmek için firma iştirak ve temsilciliklerini teşvik, odalar , bankalar ve mesleki birlikleri artırmak, firma mensuplarına seminerler düzenleyerek önlemler alınmaktadır. (Kural ve Diğerleri, 1995)

CEPME (Credit d'Equpelement de Petites et Moyennes Enterprises)

Birçok kuruluşun bir araya gelerek kurduğu yarı kamusal bir kuruştur. Tahvil ve para piyasalarında kaynak kullanmakta ve faaliyetleri ile KOS işletmelerinin özel mali sorunlarına çözüm aramaktadır. Cepme, özellikle ticari araçların yenilenmesi ve ihracatın gelişmesi için orta ve uzun vadeli, düşük faizli borçlar vermektedir.

FRAC (Les Fonds Regionaux d'Aide au Conseil)

FRAC (Bölgesel Fonlara İlişkin Konsey Yardımı), devlet-bölgeler plan sözleşmeleri çerçevesinde kurulmuş olup, önemli amaçlarından birisi de KOBİ 'lerini gelişmelerinin önemli bir aşamasında dışa açık konulara teşvik etmektir.

DREE (External Economic Relations Directorate)

İhracat teşviklerinde sigorta ve garanti konusunda hükümet politikasının oluşturulması ve resmi destek sağlanması Dış Ekonomik İlişkiler Müdürlüğü (DREE)'nün yetki alanına girmektedir.

COFACE (Fransa Dış Ticaret Sigorta Kurumu)

COFACE, kendi hesabına kısa dönemli ticari riskleri sigorta ederken, hükümet adına politik riskleri de kapsayan kısa ve orta vadeli kredi sigortası yapmaktadır. Kurum, KOS işletmelerinin imalat aşamasından kredi aşamasına kadar ticari ve politik riskleri kapsayan geniş bir sigorta yelpazesi sunmaktadır.

3.5.2.7. Hollanda

"Hollanda'da araştırma-geliştirme çalışmaları yapan küçük işletmelerin bu konuda görev yapan personelinin yarım maaşları bir yıl süreyle devlet tarafından karşılanabilmektedir. Piyasa araştırmaları ve teknik proje değerlendirmeleri yapan küçük işletmelerin bu harcamalarının %60'ı devlet tarafından karşılanabilmektedir. Ayrıca, uluslararası ihtisas fuarlarına katılım, ihracatın geliştirilmesi açısından önemli görüldüğünden, bu konuda da katılım masraflarının %40-50 oranında devlet tarafından karşılanması söz konusudur.

İhracat açısından verilen destekler arasında teklifleri destekleme kolaylığı, faiz kolaylığı ve ihracat eşlendirme kolaylıkları da yer almaktadır. Aşağıda bu konularda kısaca bilgi verilmektedir (Kural ve Diğerleri, 1995).

Teklifleri Destekleme Kolaylığı (The Offer Support Facility)

Bu hizmetten danışmanlık hizmetleri ihraç edenler yararlanabilmektedir. Yapılacak danışmanlık hizmetleri ve fizibilite çalışmalarının kabul edilmeme riskini azaltmak amacıyla, Hollandalı danışmanlık firmalarının yapacakları tekliflere esas olan çalışma giderlerinin bir bölümü, tekliflerin kabul edilmemesi halinde devletçe karşılanmaktadır .

Faiz Kolaylığı (The Interest Bridging Facility)

Hollandalı İhracatçılara, AB dışı bir ülke pazarında rakiplerine devletçe mali destek verilmesi sonucu, haksız rekabetle karşılaşmaları halinde, eşit şartlarla teklif verebilmelerini teminen, faiz kolaylığı adı altında uygun şartlarla ihracat kredisi verilebilmektedir .

İhracat Eşlendirme Kolaylığı (Export Matching Facility)

İhracat piyasasında rakip ihracatçının mali bir destek sonucu daha uygun şartlarla teklif vermesi halinde Hollandalı ihracatçının da aynı düzeyde teklif verebilmesini teminen faiz kolaylığı veya hibe olarak yapılan yardımlardır.

3.5.2.8. İngiltere

"İngiltere'de 1979'dan bugüne kadar KOBİ'ler için ticari hayatı geliştirmek, yatırımlarına sağlam bir temel ve adil rekabet olanakları sağlamak için çeşitli önlemler alınmaktadır. Bu önlemlere enflasyonun kontrolü, fiyat ve ücret düzenlemeleri ve çalışma hayatı ile ilgili kanunların reformu da dahildir.

"KOBİ'ler İngiltere'de AR-GE yönünden oldukça aktif bir rol oynamaktadır. Yenilik alanında oldukça aktif bir atılım içinde bulunan KOBİ'lerin ölçeklerine bakılmaksızın tümü ihracata yönelebilmekte ve desteklenmektedir.

KOBİ'lere İngiliz Denizaşırı Ticaret Kurumları(BOTB-British Overseas Tread Board) kanalı ile ihracat pazarları ve özellikle ihracat olanakları, yeni denizaşırı pazarlara girmede gerekli pratik finansal yardım yanında, dış ülkelerde sergileme ve

fuarlara katılma, pazar araştırması, satış noktalarının oluşturulması ve satışçılık seyahatleri gibi birçok alanlarda geniş boyutlu yardım yapılmaktadır.

İhracat Kredi Garanti Bölümü (ECGD-Export Credit Guarantee Department), ihracatçı KOBİ'lerine ihracat gelirlerinin ödenmemesi riski karşısında otomatikman sigorta imkanı sağlamaktadır".(OKTAV ve Diğerleri, 1990)

Ayrıca, ECGD, ihracatçıların ihracat konusunda bankalarına, ihracat işinden sağlanacak finans konusunda uygun faiz oranı ile garanti imkanları sağlayabilmektedir.

3.5.2.9. Danimarka

Danimarka gibi küçük bir ülkede, büyümek isteyen KOBİ'ler için uluslararası pazarlara yönelme, çoğu kez zorunlu bir olgu olarak görülmektedir. Birçok Danimarka KOBİ'si, uluslararası düzeylerde büyümeye elverişli uygun ticaret boyutlarının yardımı bu zorunlu ihracata yönelme olgusunu etkin ve verimli bir biçimde gerçekleştirmişlerdir

Danimarka'da da KOBİ'lere Ticaret ve Sanayi Gelişimi Ajansı tarafından ihracata yönelik olarak çeşitli teşvik programları uygulanmaktadır. Bunlar : (Özdemir)

KOBİ'ler arasındaki işbirliğinin, ihracatın artırılması ve uluslararasılaşmanın sağlanması açısından İhracat Ağı (Network) yoluyla KOBİ'lerin teşvik edilmesidir. Firmalar en fazla 3 yıl süreyle pazarlama işbirliği için bu finansmandan masraflarının en fazla %50'si oranında yararlanabilmektedirler.

Teknoloji Gelişimine İlişkin Uluslararası İşbirliği İçin Ön Çalışma Programı ile Danimarkalı KOBİ'lerin uluslararası araştırma ve gelişim programlarına katılımları aracılığı ile uluslar arasılaşmanın sağlanması hedeflenmektedir. Söz konusu finansal yardım dış proje ortaklarıyla işbirliği hakkında müzakere ve ön çalışmaları ile proje başvurularının gelişimine yer verilmektedir. Mali yardım en fazla masraflarının %75'i oranında olabilmektedir.

Çevre Teknolojilerinin Endüstriyel Alanda Kullanımının Sağlanması Programı, özellikle ihraç pazarlarına yönelik olarak çevresel teknoloji alanlarında gelişim yaratan AR-GE sonuçlarının ticari kullanımını teşvik edici bir programdır.

"Danimarka İhracat Kredi Sigorta Şirketi ve Danimarka Hükümeti, yabancı ülkelere yapılan satışların toplam değerinin %90'ını kapsayacak şekilde genel ihracat

kredi sigortası yapmaktadırlar. Bu sigorta ihracatçılara her türlü politik ve ticari riske karşı garanti niteliği taşımaktadır .

Stratejik olarak önem arz eden alanlarda, şirketlerin tek başlarına ihracat yapmalarının karlı olmadığı veya kaynaklarının ihracat yapmaya yetmediği durumlarda, en az üç şirketin bir araya gelmesiyle oluşturulan ortaklıklar, maliyetlerinin %50'sine kadar desteklenebilmektedirler ". (Kural ve Diğerleri, 1995)

3.5.3. A.B.D.'de KOBİ'lere Sağlanan İhracat Destekleri

" A.B.D.'de, ülkede elde edilen katma değerın %51.4'ü küçük firmalara ait olup, cirodaki oranı ise %52.6'dır. Amerika 'da KOBİ'lere yönelik en önemli kuruluş, SBA (Small Business Administration-Küçük İşletmeler İdaresi)'dir. Tüm ülke çapında teşkilatlanan bu kuruluş, iş organizasyonlarının yürütüldüğü ve yaptırımcılığı olan bir kuruluştur. A.B.D.'de doğrudan KOBİ'lere yönelik olarak 15 adet yasa çıkarılmış olup sanayi alanında ayrıca federal yasalarda da teşvik hükümlerine rastlanmaktadır" A.B.D.'de ihracata yönelik uygulamalara aşağıda yer verilmiştir. (Oktav ve Diğerleri, 1990)

3.5.3.1. Export Trading Company (Etc-İhracat Ticaret Şirketleri)

KOBİ 'lerin ihracat performansını geliştirmek için A.B.D.'de İhracat ticaret şirketleri kurulması için 1982'de ETC yasası çıkarılmıştır. Bu şirketler aracılığı ile ihracat pazarlarına girme ve yeni pazarlar geliştirme maliyetlerinin paylaşılması, konsorsiyumlar oluşturulması ve tüm uluslararası pazarlama işlevlerinin etkin bir şekilde yerine getirilmesi düşünülmüştür. A.B.D.'de faaliyet gösteren söz konusu işletmelerin sunduğu hizmetler şu şekildedir: (Oktav ve Diğerleri, 1990)

- İhracat pazarlarının bulunması ve geliştirilmesi,
- Bilgilendirme sisteminin kurulması ve pazar bilgisi ile ilgili raporların hazırlanması ve dağıtımının yapılması,
- Anahtar teslimi proje ihalelerine katılmak için konsorsiyumlar oluşturulmasında katalizör rolü oynanması,
- Uluslararası piyasalardan finansal kaynak bulunması,
- Alıcı ve satıcı arasındaki görüşme, anlaşma ve sözleşmelerde rol oynanması,

- Dış pazarlarda dağıtım şebekeleri kurulması konusunda hizmet verilmesi.

3.5.3.2. Export Management Companies (Emc- İhracat Yönetimi Şirketleri)

"EMC'ler ABD'de yaygın olup, diğer firmalar için komisyoncu, temsilci veya distribütör olarak uluslararası pazarlama hizmetleri sunmaktadırlar. Bu şirketlerin çoğu küçük boyutlu olup, belirli bir coğrafi pazarda veya üründe yoğunlaşmaktadır. İhracat için pazarların seçiminde uzmandırlar ve yabancı dil bilen elemanları bulunmaktadır. Bu özellikleri nedeniyle, ihracat pazarlaması konusunda KOBİ 'lere yardımcı olabilmektedirler. EMC'ler acente olarak, müşteri adına dış pazarlarda temas kurmak ve satış stratejileri geliştirmekten sorumludurlar. Komisyon üzerine çalışmaları nedeniyle, çok sayıda KOBİ 'ler için acente olarak faaliyet göstermektedirler. (Oktav ve Diğerleri, 1990)

3.5.4. Japonya'da Kobi'lere Sağlanan İhracat Destekleri

Japonya, küçük ve orta büyüklükteki işletmenin dış pazarlara yönelik olarak gelişmesi için çok önemli girişimlerde bulunan bir ülkedir. Uluslararası alandaki her türlü faaliyet WTI (Ministry of International Trade and Industry) aracılığı ile bilgi, danışma, eğitim ve seminer gibi hizmetler götürülmektedir. Yine bu konuda JETRO (Japan External Trade Organization - Japon Dış Ticaret Teşkilatı) ve Sogo Shosha'ların (Genel Ticaret Şirketleri) da faaliyetleri çok önemlidir. Aşağıda bu konuda kısaca bilgi verilmektedir.

3.5.4.1. Jetro (Japan External Trade Organization)

JETRO, KOBİ 'lere ihracat konusunda hizmet amacıyla kurulmuş Japon hükümeti tarafından finanse edilen ve kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. JETRO'nun faaliyetleri: (Yönel, 1984)

Kurum dış pazar şartları ve gelişmeleri hakkındaki bilgileri anında ilgili firmalara iletir. Hedef kitle ve bölgedeki ekonomik eğilimler tespit edilerek, pazardaki ithalat sistemleri, fiyat dalgalanmaları, ithalat kanalları, nakliye, limanlar, gümrük işlemleri ile ilgili olarak bilgi toplanır. Bunlarla ilgili raporlar hazırlanarak firmalara bilgi verilir. Daha ayrıntılı olarak da ithalatçı ve dağıtımçı kredileri, mal gruplarının fiyatları, ticari gelenekler araştırılır. Araştırma sonuçları ticari bilgi merkezleri vasıtasıyla ihracatçılara iletilir.

JETRO, yabancı malların Japonya'da tanıtılması için fuarlar düzenler ve yine firmaların ihraç pazarlarını genişletmek için dış ülkelerdeki fuarlara katılımı sağlar. Danışmanlık servisleri aracılığı ile küçük işletmelere yeni iş konularını tanıtır. Ayrıca Japon mallarının dış ülkelerdeki tüketicilerin zevk ve kullanım şartlarına göre adapte edilmesini sağlar. Japon İşadamlarına iş seyahatlerinde yardımcı olacak pazar bilgisi verir. Bunların dışında JETRO'nun çeşitli istatistik çalışmaları ve araştırmaları yayın haline getirilerek firmalara sunulur.

3.5.4.2. Sogo Shosha (Genel Ticaret Şirketleri)

"Bir finans evi gibi faaliyet gösterip, KOBİ 'lere finansman sağlayan Sogo Shosha'lar , aynı zamanda dünyanın birçok piyasalarında birer dış ticaret koordinatör ve organizatörü gibi çalışmaktadırlar.

Yurtiçinde ve dışında sayısız bağlı şirket ve ofisleri bulunan her gün on binlerce mesaj alıp, gönderen bu dev şirketlerin bazıları 25.000'in üzerinde mal ihraç etmektedir.(Özel, 1998)

Sogo Shosha'lar KOBİ 'leri kendilerinin bir üretim bölümü olarak görüp onlara hammadde garantisi verir ve üretim teknolojisi eski olan işletmelere gerekli teknolojiyi lisans sözleşmeleri ile getirir.

BÖLÜM 4: KOBİ 'LERDE ÖRGÜTLENME

Üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip Küçük ve Orta Boy İşletmelerin, uluslararası pazarlara yöneltilerek, ülke ihracatının artırılması yönündeki dış ticaret politikalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Küçük ve Orta Boy İşletmeleri biraraya getirerek ihracat performanslarını artırdığı için bazı yazarlarca birçok ülkede uygulanan "İhracatta Örgütlenme" modelleri arasında en iyisi olarak gösterilmektedir (Gündüz ve Ergün, 1997: 47). Bunun nedeni; modelin üretimden yatırıma ve ihracata kadar şirketin ihtiyacı olduğu teknik, mali, vb. yardımları belli bir sürede olsa devlet tarafından karşılanmasıdır. Bu model ile; işletmelerin (Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin) ihracata yönlendirilmesi, ihracatlarını artırabilmeleri ve üretim yapılarını güçlendirmelerine imkan verecek gelişmelerin sağlanması hedeflenmekle beraber, aslında amaç ihracatın artırılıp, istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasıdır (Uzun,1997: 12).

The Wall Street Journal, ülkemizde ihracatta bir örgütlenme modeli olarak oluşturulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden, "Türk Modeli" diye bahsetmektedir (Melemen,1997: 4). Çünkü bu model Batılı ülkelerdeki benzer uygulamalarından daha farklı, başarılı ve sistemli bir şekilde uygulanmaktadır. Diğer ülkelerdeki ihracatta örgütlenme modellerinde, ülkemizde 1980 'li yıllarda oluşturulan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modelindeki gibi pazarlama aşamasında kurulan bir ortaklık söz konusu olmaktadır. Türkiye 'nin ihracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinde ise, Küçük ve Orta Boy İşletmelerin yasal, teknik, mali, eğitim ve benzerlerini kapsayan hemen hemen tüm ihtiyaçları karşılanmaktadır (Melemen, 1997: 4).

4.1. KOBİ 'lerin İhracatta Örgütlenme Nedenleri

Kısa dönemde ihracatın ve böylelikle döviz gelirlerinin arttırılmasını, uzun dönemde ise ülke kaynaklarının ihracat endüstrisine kaymasını sağlamak amacıyla alınan önlemler bütünü olarak tanımlanan "İhracatın Özendirilmesi" ekonomik kalkınma için önemli bir politika aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Tomanbay, 1995: 32). Küçük ve Orta Boy İşletmelerin üretimlerini ihracata yönlendirip kalıcı bir başarı sağlamaları içinde; iyi bir organizasyon, bilgi, deneyim, sermaye, kadro ve en önemlisi rekabet gücüne sahip olması gerekmektedir. Hem ekonomik kalkınmayı hızlandırmak

hem de Küçük ve Orta Boy İşletmeleri her yönden güçlendirmek ancak günümüz ekonomik yapısının birtakım yeni hizmet ve araçlarla desteklenmesiyle mümkün olacaktır. İşte böyle bir yapının oluşturulmasında " ihracatta örgütlenme" modelleri çözümleyici bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. İhracatta örgütlenme yolu ile ölçek ekonomisine ulaşma, sadece rekabet gücü kazanma ve ihracat başarısını artırma ile sonuçlanmayıp, ülke ölçeğinde makro ve işletme düzeyinde mikro hedeflere ulaşılmasını da sağlayabilmektedir (Gündüz ve Ergün, 1997: 3).

Nitekim, gelişen ülkelerin ihracat performansını kısa sürede geliştirmede "ortak ihracat grupları" şeklindeki organizasyonların etkili olduğu uygulama örneklerinden bilinmektedir. Japonya, İtalya, Amerika, G. Kore, Finlandiya, Arjantin, Hindistan, Kenya, Singapur, İsrail, Brezilya, İsveç gibi ülkeler başarılı bir şekilde bunu uygulamışlardır (Gündüz ve Ergün, 1997: 4). Örneğin, Japonya'da Küçük ve Orta Boy İşletmeler 30 yıldan fazla bir süredir Dünya'daki değişen koşullar doğrultusunda devlet tarafından desteklenmektedir. Burada önemli olan nokta, söz konusu destek mekanizmaları (JETRO) her ne kadar devlet tarafından oluşturulmuş olsa da pek çok özel ve yarı özel kuruluş, uygulama aşamasında görev almaktadır (İGEME, 1996: 44). Gerçi bu ülkede Küçük ve Orta Boy İşletmelerin yapısı genel olarak diğer ülkelere farklı bir şekilde dev işletmelerin altında, kaliteli ve yenilik taşıyan parçaları üreten yan sanayii şeklinde oluşmuş olsa da ihracatta örgütlenmenin iyi bir örneğini vermektedir(Akın, 1995: 10). Diğer taraftan Amerika'daki Webb Pomerene Birlikleri; firmalar arasındaki rekabeti azaltıcı faaliyetleri önlemek ve üyelerine satış, kota tahsisi, distribütör seçimi ve Pazar konularında yardımcı olmak üzere oluşturulmuştur (Baykal, 1996: 4). İhracatta örgütlenme modellerinden İtalyan Federexport Modelinde ise; küçük sanayi işletmelerinin ihracat birlikleri ve konsorsiyumlar şeklinde uluslararası pazarlara girmelerine imkan verilerek, ülke ihracat performansı artırılmıştır. Burada ihracat birlikleri veya konsorsiyum adı altında toplanan küçük sanayi işletmelerine; Pazar araştırması, reklam harcaması, uluslararası fuar ve sergilere katılımları, Pazar paylarının sağlaştırılmasını sağlayacak programların finansmanını temin edecek döner fonların kurulmasını ve benzeri uygulamalarla destek vermektedir(Altınok vd., 1998: 56).

Türk ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar ve değişimler ile ihracatın ithalatı karşılama oranının her geçen yıla göre hızla ülke aleyhine gelişmesi, hem siyasi iktidarların hem de işletmelerin ihracatı artıracak bir model arayışına girmesine neden olmuştur. Bu bağlamda Türkiye, 1980-1997 yılları arasında işletmeleri ihracatta örgütlemek ve ihracatı artırmak için üç model uygulamıştır. İhracatta örgütlenme modellerinin ilki olan ve 1981-1989 yılları arasında uygulanan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS), dış ticaretin büyük ölçekli şirketler eliyle yürütülmesini öngören ve ihracatta belirli mal ile pazarlar konusunda uzmanlaşmayı amaçlayan modeldir. Ancak bu şirketlere devlet tarafından sağlanan yüksek avantaj ve ayrıcalıklar, Küçük ve Orta Boy İşletmeler yerine bazı tekeli işletmeleri ön plana çıkarmıştır (Yalçın, 1998: 80). Örneğin, Giyim Sanayicileri Derneği(GSD), tekstil alanında üretim yapan birçok küçük işletmeyi aynı çatı altında toplayarak bunların ürünlerini ihraç etmekteydi. Ancak 1990'lı yılların başında DTSS'lerin ülke ihracatındaki payının azalmasının hız kazanması, verilen devlet desteklerinin de azaltılmasına ve modelin ihracatın geliştirilmesinde alternatif bir model olamayacağı anlaşılmıştır. İkinci model olan Çok Ortaklı Şirketler (ÇOŞ), 1992-1994 yılları arasında en az on işletmeyi (Küçük ve Orta Boy İşletmeleri) bir araya getiren ve işletmelere daha çok pazarlama aşamasında etkin imkan sağlayan bir modeldir. Bu model de, ortakların finansman problemlerine tatmin edici çözümler bulamadığı gibi; vergi iadesi, ihracata yönelik teşviklerin hangilerinden faydalanacağı ve teşvik paylaşımı konularına ilişkin bir açıklık getirilmemiş olması nedeniyle Küçük ve Orta Boy İşletmeler tarafından kabul görmemiştir. Bununla birlikte ÇOŞ sayısının artırılamamasının nedenlerinden bir tanesinin de "güven" unsurunun yerleşmemesinden geldiği çeşitli araştırmalardan öğrenilmiştir (Baykal, 1996: 6). Ancak Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketlerin kendisinden beklenen gelişmeleri sağlayamamasına rağmen, DTSS'lerde olduğu gibi işletmelerin geçmiş ihracat performansları baz alınmamış, bunun yerine geleceğe yönelik ihracat taahhütleri dikkate alınmıştır.

Nihayet, 1994 yılından sonra Batılı ülkelerce "Türk Modeli" diye adlandırılan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ihracatta bir örgütlenme modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. "Türk Modeli" diye adlandırılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sağladığı her türlü yasal, mali, teknik, eğitim ve benzer kolaylıklarla hem Küçük ve Orta Boy İşletmelerin ihracatlarını artırdığını hem de Küçük ve Orta Boy İşletmeleri bir

araya getirerek daha verimli ve etkin çalışma düzeyinin yakalanmasına yardımcı olduğu, ortaya konulan ihracat rakamlarıyla inkar edilemez bir gerçektir. Ayrıca Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) arasındaki farkları inceleyecek olursak, şu anki modelin üstünlüğü daha iyi anlaşılabilir. (Alagöz, 2001)

- DTSS modelinin yönetiminde bir veya birkaç firmanın etkinliği söz konusu olmakta ve yönetime eşit katılım bulunmamaktadır. Ancak SDŞ modelinde ise hiçbir ortağın payı normal yörelerde %10'u, kalkınmada öncelikli yörelerde(KÖY) %20'yi geçemez.
- DTSS'de yalnızca farklı sektördeki firmalar biraraya gelmekte, SDŞ'de ise aynı sektördeki firmalarda biraraya gelebilmektedir.
- DTSS modelinde verilen hizmetler ekseriyetle pazarlamada yoğunlaşmasına rağmen SDŞ'de ortakların tüm ihtiyaçları(pazarlama, finans, teknik, nakliye, tedarik, istihdam, reklam ve mağaza giderleri, vb.) karşılanmaktadır.

Bu yüzden Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Türkiye'nin ekonomik ve yapısal ihracat sorunlarının kolay çözümü açısından bugüne kadar ortaya atılan en uygun ihracatta örgütlenme modelidir. Bununla birlikte Türk ekonomisinin belkemiğini oluşturan Küçük ve Orta Boy İşletmelerin gelişmesini sağlamak ve onları ihracata yöneltmek amacı ile kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Gümrük Birliği sonrası başlayan kalite ve uluslararası pazarlara girme rekabetinde Küçük ve Orta Boy İşletmelere çok büyük destek vermektedir.

4.2. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Mevzuatı

Bu şirketler ilk olarak 18 Mayıs 1995 tarih ve 22287 Sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan "SDŞ Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 95/4) ile düzenlenmişlerdir. Bu şirketlere ilişkin ikinci düzenleme 06.01.1996 tarih ve 22515 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "SDŞ Statüsüne ilişkin Tebliğ" (ihracat 96/5)'dir. Bu tebliğ ile KOBİ 'lere DTM'nca "SDŞ" Statüsü verilmesi, geri alınması ve bu şirketin sorumlulukları

düzenlenmiştir. Ancak bu tebliğ de birkaç kez değişmiş olup halen yürürlükte olan SDŞ Statüsüne İlişkin ihracat 96/39 Sayılı Tebliğin tam metni ekler bölümünde sunulmuştur.

İhracat 96/39 sayılı tebliğe göre, KOBİ'lerin SDŞ olabilmeleri için tebliğin ekindeki müracaat formunu doldurarak istenilen belgelerle birlikte DTM İhracat Genel Müdürlüğü'ne müracaat etmeleri gerekmektedir. Yapılan inceleme sonunda, gerekli şartlara sahip olarak görülen şirketlere "SDŞ" Statüsü verilerek Resmi Gazete'de yayımlanır.

SDŞ 'ler ancak normal yörelerde ve yurt dışında, sadece hizmet, kalkınmada öncelikli yörelerde ise, hem üretim hem de hizmet sektöründe faaliyette bulunmak üzere kurulan şirketlere iştirak edebilirler. SDŞ 'ler ortaklarının faaliyette bulunduğu üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilirler. SDŞ 'ler, aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla, SDŞ ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu ortaklıkların ihracatına aracılık edebilmelerinin yanında, bu şirketler gerek SDŞ statüsünü aldıkları yılda ve gerekse takip eden yıl içinde, aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ özelliğini taşıyan, fakat ortak olmayan işletmelerin ihracatına da aracılık edebilirler.

SDŞ 'ler "kendi nam ve hesabına" yurt içinden satın alarak yaptıkları her türlü ihracat işlemlerindeki yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran sorumludurlar. Ancak SDŞ ler ile imalatçı arasındaki anlaşma sonucu gerçekleştirilen ihracatta ise sözleşmede aksine bir hüküm bulunmadığı takdirde her türlü ihracat işlemlerinden doğacak yükümlülüklerden imalatçı firma sorumludur.

Bütün bunların yanında SDŞ 'lerin kuruldukları yıl hariç takip eden her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 5 (beş) (Kalkınmada öncelikli yörelerde 2.5 (ikibuçuk)) milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri, ortakların hak ve menfaatlerine aykırı hareket etmeleri hallerinde ise SDŞ statüsü, DTM' nca geri alınabilir.

SDŞ 'ler; normal yörelerde, 1-200 arasında işçi istihdam eden, aynı üretim dalında faaliyette bulunan, asgari 10 küçük ve orta büyüklükteki (kalkınmada öncelikli yörelerde 5) İşletme'nin bir araya gelmesiyle, en az 10 (on) (kalkınmada öncelikli

yörelere 5 (beş) milyar ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak kurulması gereken bir şirkettir.

SDŞ'nde hiç bir ortağın sermaye payı, toplam şirket sermayesinin, normal yörelerde %10 ve kalkınmada öncelikli yörelerde %20 sinden fazla olamaz. SDŞ, şirketin kurulması ve gelişmesinde yardımcı olmak amacıyla "ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10 unu aşmamak kaydıyla" şu unsurlardan en fazla ikisini bünyelerinde bulundurabilirler; (Resmi Gazete, 1996 Ocak)

- Kurucu ortak olarak, 200 den fazla işçi istihdam eden şirketleri,
- Şirkette profesyonel yönetici olarak çalışmak şartıyla gerçek kişileri,
- SDŞ'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal, ekipman ve hizmet sağlayan şirketleri,
- Kooperatif, birlik, vakıf ve mesleki federasyon gibi kuruluşları.

4.2.1. SDŞ'nin Kuruluşu İçin Gereken Belgeler

SDŞ kurmak isteyen kuruluşların; (Resmi Gazete, 1996 Ocak)

- SDŞ ve ortaklar için müracaat formu,
- İlgili-Sanayi ve Ticaret Sicil Gazetesinin şirketin ana sözleşmesinin bulunduğu noter tasdikli örneği veya TESK'E bağlı meslek federasyonları üyeleri için Esnaf ve Sanatkarlar Sicili,
- Her ortağın imzasının bulunduğu imza sirküleri,
- SDŞ yi oluşturan her ortağın kapasite raporları,
- SDŞ yi oluşturan gerçek kişiliğe haiz ortakların kısa özgeçmişleri,
- SDŞ sermayesinin ödenmiş olduğunu belgeleyecek olan banka dekontu, getirmeleri gerekmektedir.

Bu şekilde bir organizasyona ise;

DTM, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) ve bağlı temsilcilikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf ve Sanatkar Odaları, SDŞ nin bulunduğu bölgedeki İhracatçı Birlikleri ve bunlara bağlı birlikler, SDŞ nin bulunduğu bölgedeki Organize

Sanayi Bölge Müdürlükleri, Serbest Bölge Müdürlükleri, gerekli yardım ve desteği veren kuruluşlar olmaktadır.

4.2.2. SDŞ'ni Oluşturan Ortakların Sorumlulukları

Doğru Bilgi Verme Sorumluluğu

SDŞ' nin faaliyetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi için ortakların, kapasiteleri, çalıştırdıkları işçi sayısı, planların uygulanması, bilançoları ile birlikte iç ve dış pazarlarda işbirliği içerisinde olduğu işletmeler hakkında doğru ve eksiksiz bilgi vermeleri gerekmektedir. Çünkü gerekli inancın ve desteğin kazanılması ancak şirkete ve ortaklara doğru bilgi vermekle sağlanabilir.

Gizlilik

SDŞ yi oluşturan ortaklar şirketin çalışmaları konusunda hiç bir şekilde üçüncü kişi veya kuruluşlara bilgi veremez, açıklamada bulunamazlar. Bu yetki resmi makamların talebi üzerine ancak yönetim kurulu tarafından yapılır.

Açıklık

İşletmeye ilişkin bilgiler şirkete ve diğer ortaklara çekinilmeden ve gerçekler gizlenmeden iletmeli, işletmenin amaçları, örgütsel yapısı, finansal ve ekonomik gücü, pazar alanları, ürünleri ve sosyal içerikli çalışmaları olduğu gibi açıkça ortaya konulmalıdır.

Yani SDŞ yi oluşturan ortaklar şirketten ve diğer ortaklardan gizli iş yapmamalı şirketi ilgilendiren her türlü faaliyetini şirkete ve ortaklarına bildirmeli ve onlara karşı daima samimi olmalıdır. Bu aynı zamanda modern işletmecilik anlayışının da bir gereğidir.

Ortakların Birbirleriyle Rekabet Etmemesi Sorumluluğu

SDŞ yi oluşturan ortaklar yurt dışı pazarlarda şirket ile rekabet edemez. Çünkü SDŞ' lerin amacı ortakların ürünlerinin dış pazarlarda her türlü tanıtımı, pazarlanması ve ihracıdır. Yine böyle bir davranış tarzının şirket imajı açısından iyi sonuçlar doğurmayacağı da ortaklar tarafından gözardı edilmemesi gereken bir husustur.

Her Türlü Katılımlarda Ortaklara Bilgi Verilmesi Sorumluluğu

SDŞ' yi oluşturan ortaklar, yönetim kurulunun kabul ettiği, yurt içi ve yurt dışı etkinliklere katılmak, her türlü desteği vermek, şirketin ihracat yapmaya karar verdiği

Ülkelerin standartlarına ve kalitesine uygun üretim yapmak, Şirketin pazarlarına ve ihracat çalışmalarına uygun alt yapı ve kapasite artırımını çalışmalarını yaparak kendilerine gelecek olan ihracat tekliflerini doğruluk, açıklık ve rekabet etmeme ilkeleri doğrultusunda Şirkete bildirmek ve teklifin Şirket üzerinden değerlendirilmesini sağlamak zorundadırlar. Bu da diğer ortaklara örnek olacak bir davranış tarzıdır. Yani yapılan faaliyetlerdeki sorumluluk, Őirketteki en üst yöneticiden ortakların işletmelerinde çalışan en alt kademedeki çalışan işçisine kadardır. (zgen ve Diğerleri, 2001)

4.3. Türkiye’deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Mevcut Yapısı

Ülkemizdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş amaçlarında benzerlikler olmasına rağmen Şirketlerin farklı gelişme stratejileri ve bunların zaman içindeki önceliklerinde de farklılıklar olabilmektedir. Örneğin EGS, ATAX, TRISAD gibi Tekstil-Konfeksiyon sektöründe oluşturulan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; ortaklarının yaratıcılığı, üretim ve alış kapasitesi, teknoloji ve pazarlama kabiliyeti, dağıtım ve perakende potansiyellerini birleştirerek aktif olarak ihracatı hedeflemişlerdir. Böylece, bu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yurt içi ve yurt dışında birçok mağaza açmış ve yeni sektörlerde yatırım yapmışlardır. Diğer yandan EGOT ve MODAŐ gibi otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ileri teknoloji ve hızlı değişim gösteren bir alanda çalışmalarını sürdürmektedir. Bu durumda Şirketlerin, uluslararası piyasalardaki teknolojik değişime hızlı uyum sağlama konusunda zorluklarla karşılaşmasına neden olmaktadır. Ülkemizde faaliyetlerini sürdüren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin önemli bir özelliği de, Şirket ortaklarının tüm ihracatlarını bu Şirket üzerinden geçirmek zorunda olmamalarıdır. Kısaca Türkiye’deki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; temsil ettikleri sektörlerin özelliklerine, ortak sayılarına, sermayelerinin büyüklüğüne ve ortaklarının geçmiş ihracat tecrübelerine göre farklı Şekilde oluşturulmaktadır. Bundan dolayı bu doğrultuda belirlenecek gelişme stratejileri ve aksiyon planları da farklı olacaktır. Ayrıca belirli düzeyde ihracatın gerçekleştirilebilmesini sağlayacak süre de doğal olarak farklılık arzedecektir.

Bugün, Sektörel Dış Ticaret Şirketi kurabilmek için devletçe belirlenen yasal düzenlemeler ve uygulama esasları tüm Şirketler için aynı olsa da,-Sektörel Dış Ticaret Şirketi, faaliyete geçmiş olan Şirketler itibariyle ortak bir unvan niteliği taşısa da; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri arasında uygulamada farklılıkların olması kaçınılmaz bir

sonuçtur. Önemli olan, küçük ve orta ölçekli işletmelerin daha güçlü bir yapıyla ihracat seferberliğini başlatarak ihracata yönelmelerinde bir örgütlenme modeli olarak öngörülen "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" modelinin iyi değerlendirilmesi ve sistemin sağlayacağı avantajlar, hedefleri ve ihtiyaçları çerçevesinde en iyi şekilde kullanmasıdır. İşte, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin yatırımdan ihracata kadar bünyesinde birçok yardım ve desteği topladığı için, bu çatı altında pek çok işletmenin (Küçük ve Orta Boy İşletmeleri) bir araya geldiği görülmektedir(Berki, 1997: 11).

Ülkemizde 1 Mayıs 2005 tarihi itibariyle, kanunun yürürlüğe girdiği andan itibaren, bir araya gelen 475 işletme; tekstil ve konfeksiyon sektöründe 9, gıda sektöründe 2, otomotiv yan sanayiinde 1, yazılım alanında 1, makine halısı ve dokumada 1, mobilyada 1, plastik işleme sektöründe 1 olmak üzere, toplam 16' Sektörel Dış Ticaret Şirketinin faaliyet gösterdiklerini görmekteyiz. (DTM, 2005) Bu şirketlerin; ortak sayıları, sektörel ve illere göre dağılımı eklerde sunulmuştur.

4.4. Türkiye 'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Performansları

Türkiye'de, ilk Sektörel Dış Ticaret Şirketi 1994 yılında kurulmuş (EGS) olup EGS'nin dış ticaret hacmini ortaya koyan bu tablo, ihracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Çünkü 1993 yılında 52 milyon dolarlık ihracatı olan EGS'nin, Sektörel Dış Ticaret Şirketini kurduğu 1994 yılında ihracatını 420 milyon dolara çıkarması, ihracatta örgütlenmenin dış ticarete rekabet şansını artırdığını ve şirketlerin yeni dış pazarlara girmelerini kolaylaştırdığını göstermektedir. EGS'in 1995 yılındaki 820.5 milyon dolarlık ve 1996 yılında 695 milyon dolarlık ihracat yapması, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin başarısının sürekli olduğunu ortaya koymaktadır. Başka bir ifadeyle EGS, Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında işletmeleri birarada olmadığı 1993 yılında şirketi oluşturan işletmeler toplam 52 milyon dolarlık ihracat yapmasına karşın şirketin kurulması ile beraber toplam ihracatlarını,1993 yılına oranla 1994 yılında 8 kat, 1995 yılında yaklaşık 16 kat ve 1996 yılında 12 kat artırmıştır. Bu da, devletin ihracatta örgütlenme anlayışı içinde oluşturduğu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin beklenen amaçlara ulaştığını göstermektedir. (Baykal, 1996)

Ancak, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticarete rekabet şanslarını güçlendirebilmeleri ve ihracatlarını artırabilmeleri için ürettikleri malların mukayeseli üstünlüğe sahip olması gerektiği gerçeği de kaçınılmazdır. Başka bir ifadeyle, ülkemizde kurulan her Sektörel Dış Ticaret Şirketinin yukarıda anlatılan başarıyı elde etmesi mümkün olmamaktadır. Örneğin Yazılım-Donanım ve Otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; yüksek teknoloji, hızlı değişim ve gelişim gösteren bir alanda çalıştıkları için uluslararası piyasalardaki yeniliklere kısa zamanda uyum sağlamada zorlanmaktadırlar. Çünkü, sürekli değişim ve ilerleme içerisinde olan bu sektörde teknoloji transferinin çok yüksek maliyetlerde gerçekleşmesi, zaten mali açıdan sıkıntı çeken işletmeleri zor durumda bırakmaktadır. Bu yüzden, bu alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin ihracatlarını artırmak için değil, daha çok ucuz ithal girdi temin etmek amacıyla kurulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Diğer taraftan bugüne kadar oluşturulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin büyük bir çoğunluğunun mukayeseli üstünlüğe sahip olduğumuz sektörlerde (Tekstil, Gıda, Mobilya, Kesme çiçek, Tarımsal ürün, vb.) yoğunlaşması ve üretim - yatırım - pazarlama üçgeninde verilen mali ve teknik desteklerden dolayı modelin başarılı olacağını göstermektedir. (Ağöz, 2001)

4.5. KOBİ 'lerin SDŞ 'lerden Beklentileri Ve Katılma Sebepleri

En basit anlamda KOBİ 'ler SDŞ'lerden ihracatta yaşadıkları sorunların aşılmasını beklemektedirler. Burada öncelikle SDŞ'ler ile KOBİ'lerin ihracat pazarlarındaki durumu irdelemekte ve SDŞ'lerin ihracatta KOBİ'lere göre üstünlükleri üzerinde durmakta fayda vardır. (Baykal, 1996)

KOBİ'lerin dışa açılmada karşılaştıkları sorunlar;

- İhracatın finansmanı,
- İhracatta KDV iadesinde karşılaşılan sorunlar,
- Büyük çaplı siparişlerin karşılanamaması, kapasite sorunları
- Dünya ölçülerinde fiyat ve kalite standardının yakalanamaması ve
- Dış ticaret işlemleri konusunda bilgi eksikliğidir.

Buna karşılık SDSŞ 'lerin sahip oldukları avantajları ise şu noktalarda toplamaktadır.

- İhracatta KDV iadelerinin kısa sürede alınabilmesi,
- Eximbank kredilerinden çok daha uygun şartlarda ve doğrudan yararlanma,
- İhracata ilişkin devlet yardımlarından öncelikli yararlanma imkanı,
- Sabit maliyetleri düşürebilme (sabit ihracat maliyeti; personel, sigorta, vb.),
- Dahilde işleme izin belgesi kapsamında yapılan ithalatta teminat sigortası karşılığında teminatsız ithalat yapabilmeleri ve
- Dış pazarlarda daha çok kabul görmeleridir.

SDSŞ 'lerin yukarıda değinilen artıları bunlarla sınırlı değildir. Eximbank haricinde diğer bankalardan da diğer firmalara göre daha avantajlı koşullarla kredi kullanma olanakları da bulunmaktadır. Kendi finans kurumlarını oluşturabilecekleri gibi sermaye piyasasına daha kolay girebilmekte ve ihtiyacı olan araç, bilgi ve hizmetleri daha hızlı ve kolay sağlayabilmektedirler.

Günümüzde uluslararası pazarlarda yaşanan ağır rekabet koşulları da daha güçlü olmayı gerekli kılmaktadır. KOBİ 'lerin üretimlerini ihracata yönlendirmelerinde en önemli unsurlardan birisi rekabet gücü kazanmalarıdır. Bu ise günümüzde ölçek ekonomisine ne kadar ulaşıldığı ile yakından ilgilidir. Ölçek ekonomisine ulaşabilmek için ise ihtiyaç duyulan ilave araçlar/hizmetler gereklidir. İşte yukarıda da ifade edildiği üzere, bu araç, bilgi ve hizmetleri daha hızlı ve kolay sağlayabilen bir yapıya ihtiyaç duyulmaktadır. Böyle bir yapının oluşturulması için “örgütlenme” etkili bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir firmanın, ihracat yapabilmesi için ihtiyaç duyacağı ilave gereksinimler mevcuttur. (Baykal, 1996)

- Yeterli düzeyde teknoloji ve üretim kapasitesi,
- Kalifiye eleman,
- Yeterli düzeyde teknik ve ticari bilgi,
- Yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanakları,

Yukarıda belirtilen tüm bu gereksinimlerin özellikle KOBİ'ler tarafından yerine getirilmesinde güçlüklerle karşılaşıldığı bilinmektedir. Bu güçlüklerin aşılmasında ihracata yönelik pazarlama için ortak bir örgütlenmeye gidilmesi çözüm olarak görülmekte ve mevzuatımızda yer aldığı şekli ile SDŞ'ler kurulmaktadır

4.5.1. SDŞ'lerin Yararları

Kobi' lere, ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin sağlayacağı bazı yararlar vardır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz. (Yalçın, 1998)

- Aktif dış pazarlama faaliyetleri ile yurt dışı temsilcilikleri ve oluşturulan müşteri portföyü sayesinde, yurtdışında yeni pazarlar bulunmasına aracılık eder.
- Dış ticarete, ortakların her türlü ithalat ve ihracat işlemlerinde kolaylık sağlayarak onlardan bu yükü kaldırır.
- Dış pazar araştırması yaparak ortakların her türlü ithalat ve ihracat işlemlerinde ve uygulamalarında Know-How hizmeti sağlayarak onlardan bu yükü kaldırır.
- Kredi konusunda kolaylıklar sağlayarak ortaklarına her türlü kredinin, yardım ve desteğin kısa sürede sağlanmasında ve dağıtılmasında en uygun şartları oluşturur.
- İhracatta hızlı KDV geri ödemesi ile, SDŞ üzerinden gerçekleştirilecek olan ihracat işlemlerinde KDV işlemleri çok kısa sürede yapılmakta ve imalatçı ortaklara aktarılmaktadır.
- Ortaklarının her türlü sigorta, gümrükleme ve taşıma işlemlerini kısa sürede ve en düşük maliyet düzeyinde gerçekleştirme imkanını sunmasının yanında, yurtdışı işletmelerden gelen teklifleri değerlendirerek, kendisini oluşturan işletmelere ulaştırmakta ve onlara ucuz “yatırım danışmanlığı” hizmetleri vermektedir.
- Yurt dışı fuarlara katılım organizasyonu yaparak stand bazında veya sadece ziyaretçi olarak katılmak isteyen ortaklarına bu imkanları sağlamaktadır.
- Ürünlerin Avrupa standartlarına uygunluğunun belgelenmesi işlemleri ile Avrupa ülkelerine yapılacak ihracat işlemlerinde bazı ürünlerin satışı için

gerekebilecek uygunluk belgelerinin (CE,E,e) alınması çalışmalarını çok hızlı ve ekonomik bir şekilde sağlanmaktadır.

- Ortaklar imalatla uğraşırken, SDŞ onların pazarlarını, müşterilerini, kredilerini ve ihtiyaç duydukları hammaddeyi temin ederek zamandan tasarruf sağlamaktadır.
- SDŞ'yi oluşturan ortakların devlet tarafından verilen desteklerden SDŞ aracılığı ile çok daha büyük oranlarda yararlanmaları mümkün olmaktadır.
- Ortak sayısının fazla olması nedeniyle küçük sermayelerin birleştirilmesi ile büyük sermaye birikiminin oluşturulmasına ve kullanılmasına katkıda bulunur.

4.6. SDŞ 'lerin Ve KOBİ 'lerin Dış Ticaretimize Etkileri

SDŞ 'ler KOBİ 'lerin yaşadıkları sorunların başında gelen küçük ölçek etkisine çözüm bulmak amacını taşımaktadır. Küçük işletmeler için bir yurt dışı pazarlama faaliyeti altından kalkılması zor mali yükler getirdiği göz önüne alınırsa KOBİ 'lerin ihracata kendi imkanları ile açılmaları çok zordur. Bunu aşmak için benzer konuda üretim yapan KOBİ 'ler ihracat amacı ile birleşip bir ihracat şirketi kurarak ihracatlarını bu şirket üzerinden yapmaya başlamaları ile dış pazarlara ulaşma maliyetini düşürmektedirler. Bunun yanında SDŞ 'lerin ortaklarından gelen bir sermaye gücü olduğu için profesyonel yöneticiler istihdam edebildiği gibi ar-ge ve tanıtıma da fon ayırabilecek bir yapıya da kavuşmuş olurlar. Bunların yanında ihracata verilen teşviklerden yararlanmaları daha kolaylaştırıldığı için de avantaj sağlamaktadırlar.

SDŞ 'lere ortak olan KOBİ 'lerin kapasite kullanım oranları arttığı gibi gelirlerinin de artması ile şirket yenilenmeye, kaliteye ve yeni ürün geliştirmeye imkan bulur. Bu sayede hem şirket olarak verimliliği artar hem de ürünleri açısından kalitedeki artış birim maliyetteki düşüş etkisi ile rekabet gücünü artırmış olur. Bu durum ihracatın artmasını doğrudan etkileyecektir.

Türk mallarının gelişmiş dış pazarlarda nispeten ucuz olması ve bilinçsiz ihracatçıların dış pazarlarda herhangi bir standart ve ilkedden yoksun olarak ne pahasına olursa olsun malını satma çabasının da getirdiği itibar kaybı da ihracatta yaşanan bir çok bürokrasi ve yapısal soruna daha önemli bir madde eklemiştir. SDŞ şeklinde

örgütlenme sayesinde bu tür bilinçsiz ve imaj bozucu ihracat çabaları da ortadan kalkacaktır. (Gövdere, 1999)

4.7. Bir İhracatı Teşvik yöntemi olarak SDŞ'ler

Bugünkü ihracat teşvikleri kapsamında, SDŞ statüsü alan firmalara yönelik özel uygulamalar aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir.

4.7.1- Finansman Destekleri

KDV iadelerinin kısa sürede ve düşük teminatla gerçekleştirilmesi,

Eximbank'ın SDŞ'lere yönelik kredi programları,

Dahilde işleme rejimi kapsamında gerçekleştirilen ithalatta ilgili teminat kolaylıkları bulunmaktadır.

KDV iadelerine ilişkin uygulama, ortakları ağırlıklı olarak yerli piyasaya yönelik çalışan SDŞ'ler için çok önemli bir avantaj olmamaktadır. Daha çok ihracata yönelik üretim yapan firmalarda KDV iadeleri, ihracatı SDŞ üzerinden gerçekleştirilenlerde hızlı bir şekilde ödemesi söz konusudur.

Yurt dışı Mağazalar Yatırım Kredisi kapsamında da SDŞ'lere ihracatta kalıcı pazarlar edinilmesi ve net döviz girdisinin artırılması amacıyla yatırımları finanse edilmektedir.

Öte yandan kamu kaynaklı finansman desteklerinde, Eximbank kredileri haricinde SDŞ'ler için bir ayrıcalık bulunmamaktadır. Oysa, SDŞ'lere mahsus kredi programı sayesinde yeni SDŞ'lerin kurulması özendirilecektir.

4.7.2- Özel Destekler

31.7.1997 tarihli devlet yardımları kapsamında özel olarak SDŞ'lere mahsus bir teşvik bulunmamaktadır. Ancak, SDŞ'lerin aktif ihracata yönelmelerini kısmen sağlayabilecek fuarlara katılım, yurt dışı mağaza-ofis açma, reklam-tanıtım, eğitim, istihdam vb. faaliyetlerinin daha güçlü bir şekilde desteklenmesinin ihracatta artış sağlaması kaçınılmazdır. Ancak bu tür özel desteklerle KOBİ'lerin SDŞ'ler şeklinde örgütlenmeleri özendirilecektir. Desteklerin etkin ve yerinde kullanımı sayesinde devlete de hem tasarruf sağlayacak hemde kaynakların daha akılcı ve uygun bir dağılımına da katkıda bulunabilecektir.

4.7.3- SDS'lere Bürokratik İşlemlerin Azaltılmasına Yönelik uygulamalar

Gümrük Müsteşarlığı'nın Tebliği (27.09.1995 tarih ve 22417 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gümrük Genel Tebliği) Onaylanmış İhracatçı Yetkisi:

Buradaki amaç basitleştirilmiş işlemler çerçevesinde yapılan uygulamanın temelinde, sık sık A-Tr Dolaşım Belgesi düzenlemesini gerektiren ihracat işlemlerinde bürokrasiyi en aza indirmektir. Bu uygulama ile, bürokratik işlemler azaltılmış, KOBİ ve SDS yardımlarından yararlanmak isteyen şirketlerin Ankara'ya gitmeden başvurularını yapmalarına imkan sağlanmıştır.

BÖLÜM 5: KOBİ'LERİN DIŞ PAZARLARA AÇILMADA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

5.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Yöntemi

5.1.1. Araştırmanın Amacı

KOBİ'lerin dış pazarlara açılmada karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşmak için çeşitli sektörlerde yer alan ve dış pazarlara açılan/açılmayan işletme yöneticilerinin dış pazarlara açılmada karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri ile rekabet güçlerini etkileyen faktörler konusundaki görüşleri değerlendirilecektir.

5.1.2. Araştırmanın Modeli

Anket üç bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde, işletmenin adı, kuruluş yılı, personel sayısı, ISO 9000 kalite güvence belgesi olup olmadığı, hangi kalite güvence belgesi/belgeleri olduğu ve Kalite Güvence Belgesinin alındığı firma ve yıla ilişkin bilgiler yer almaktadır.

İkinci bölümde, Dış pazarlara açılmada rekabet gücünü etkileyen faktörler ile, dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunlar ile çözüm önerileri yer almaktadır.

Üçüncü ve son bölümde ise,cevaplayıcıya ait bilgiler (adı soyadı, firmadaki görevi, çalışma süresi ve eğitim durumu) yer almaktadır.

5.1.3. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmanın amacını gerçekleştirmeye yönelik veri toplama aracı birincil kaynaklardan oluşturulan anket formu ile sağlanmıştır.

Anketin uygulanması sırasında İstanbul'daki bazı işletmelerle yüz yüze kişisel görüşme yöntemi, diğer işletmelerle ise e-mail ve internet sitesi yöntemi kullanılmıştır. Veriler MS EXCEL programında değerlendirilerek analiz edilmiştir.

Uygulama çalışması Temmuz - Ağustos 2005 döneminde yoğun olarak yapılmıştır.

5.1.4. Örneklem

Çalışmanın örneklemini ise MÜSİAD (Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği) üyesi toplam 2.000 firmadan KOBİ niteliğinde (çalışan sayısı 150 ve altında-KOSGEB'in tanımına göre) olan, MÜSİAD 'ın internet sayfasında e-mail ve telefonu olan 300 firma olarak belirlenmiş ve firmaların hepsine ulaşılmaya çalışılmıştır (Erişim tarihi: 12.08.2005). Firmalardan 1 adedi konu ile ilgilenmediklerini belirtirken, 60 firmadan (%20) anketimiz ile ilgili geri dönüş yapılmıştır.

5.2. Araştırma Bulguları Ve Değerlendirme

5.2.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Genel Profili

Araştırmaya katılan işletmelerin genel bilgileri aşağıda sunulmuştur.

Çizelge 21. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kuruluş Yılı

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
1960 ve Öncesi	2	3 %
1961-1980	12	20 %
1981-2000	34	57 %
2001' den sonra	11	18 %
Yanıtız	1	2 %
TOPLAM	60	100 %

Çizelge 22. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Personel Durumu

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
0-20 Arası	24	40 %
21-50 Arası	12	20 %
51-100 Arası	7	12 %
100 'den Fazla	17	28 %
TOPLAM	60	100 %

Yapılan değerlendirmeye göre, araştırmaya katılan işletmelerin ağırlıklı olarak %57 'i 1981-2000, %20'si 1961-1980 yılları arasında ve %18'inin 2000 yılından sonra kurulduğu görülmektedir.

İşletmeler personel sayısı açısından değerlendirildiğinde, % 12 'sinin orta ve % 60 'ının küçük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır.

İşletmelerin sahip oldukları kalite güvence belgeleri değerlendirildiğinde, % 38'inde kalite güvence belgesine sahip olmadığı görülmektedir.

Çizelge 23. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kalite Güvence Belgesi Durumları

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
CE	1	2%
ISO 9001X	15	25%
Yok, Çalışmalar Devam Ediyor	13	22%
Yok	23	38%
Diğer	7	12%
Cevapsız	1	2%
TOPLAM	60	100%

5.3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Dış Pazarlara İlişkin Bilgilerinin Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan toplam 60 firmanın büyük bir oranının (%62'sinin) ihracat yaptığı görülmektedir.

Yine 60 firmadan % 88'si internet'te Web sayfası olduğunu belirtmişlerdir. Fakat aynı oran e-ticaret yapanların oranında görülmemektedir. E-ticaret yapanların oranı % 23'dür.

Çizelge 24. Araştırmaya Katılan İşletmelerin İhracat Durumu İhracat Yapıp/Yapmama Durumu

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Yapıyor	37	62%
Yapmıyor	23	38%
TOPLAM	60	100%

5.3.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Dış Ticaret İle İlgili Bilgileri

Çizelge 25. Fuarlara Katılma Durumu

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Katılmıyoruz	17	28%
Sadece Yurt dışı	2	3%
Sadece Yurt içi	14	23%
Yurtiçi ve Yurtdışı Fuarları	27	45%
TOPLAM	60	100%

Çizelge 26. E-Ticaret Yapma/Yapmama

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Evet	14	23%
Hayir	45	75%
Cevapsız	1	2%
TOPLAM	60	100%

Çizelge 27. İnternette Web Sitesi

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Evet	53	88%
Hayir	7	12%
TOPLAM	60	100%

Çizelge 28. Dış Ticaret Şirketine Üyelik Durumu

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Evet	19	32%
Hayir	40	67%
Cevapsız	1	2%
TOPLAM	60	100%

Çizelge 29. Stratejik İşbirliği

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Evet	25	42%
Hayir	35	58%
TOPLAM	60	100%

Yukarıda dış pazarlara açılmada bir araç olarak kullanılan fuarlar, dış ticaret şirketleri, e-ticaret, stratejik işbirliğine ilişkin veriler bulunmaktadır.

Dış ticaret şirketlerine üyelik dağılımına baktığımızda ise üye olanların oranının çok düşük olduğunu görüyoruz (% 32 üye ve % 67 üye değil).

Dış pazarlara açılmada önemli bir rolü ve önemi olan fuarlara katılıma baktığımız zaman, hem yurtiçi hem de yurt dışı fuarlara katılanların oranı %45, sadece yurtdışı fuarlara katılanların oranı %3, sadece yurtiçi fuarlara katılanların oranı ise %23, genel olarak fuarlara katılımın yüksek olduğunu görmekteyiz. %28 'inin ise herhangi bir fuara katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Aşağıda dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunlara araştırmaya katılanların vermiş oldukları cevapların sayısal dağılımı yer almaktadır.

Çizelge 36. Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunların Önem Derecelerine Göre Sıralanması (1=Hiç önemli değil, 2=Önemli değil, 3=Nötr (ne önemli ne değil), 4=Önemli, 5=Çok Önemli)

	Önem Dereceleri												Toplam	
	1		2		3		4		5		Cevapsız			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
A	3	5	2	3	3	5	25	42	26	43	1	2	60	100
B	5	8	3	5	6	10	27	45	18	30	1	2	60	100
C	5	8	2	3	4	7	29	48	19	32	1	2	60	100
D	3	5	2	3	4	7	24	40	25	42	2	3	60	100
E	6	10		0	9	15	17	28	26	43	2	3	60	100
F	1	2		0	4	7	27	45	27	45	1	2	60	100
G	6	10	7	12	12	20	24	40	10	17	1	2	60	100
H	5	8	3	5	10	17	16	27	5	8	21	35	60	100

Değişkenler :

a-Ürün Güvenilirliği İle İlgili Sorunlar (CE İşareti vs.); b-Ürünün Çevreye Karşı Duyarlılığı (ISO 14000 vs.); c-Kalite Güvence Belgesi (ISO 9000 vs.); d-Dil Sorunu; e-Hükümet Uygulamaları ve İthalat Kotaları; f-Teknoloji ve Ar-Ge; g-Kültür; h-Diğer
Her bir değişkene farklı sayıda katılımcı cevap vermiştir.

Buna göre tabloya baktığımız zaman; Teknoloji ve Ar-Ge seçeneği (f) % 45'lik oranla birinci derecede önemli faktördür. İkinci sırada % 43 ile ikinci derecede önemli olarak gördüğü Ürün Güvenilirliği yer almaktadır. Bundan sonra sırayla; dil sorunu ile hükümet uygulamaları ve kotalar en önemli faktör olarak görülmektedir. En önemsiz faktör olarak ise; % 10 ile kültür sorunu olarak belirtilmiştir.

Çizelge 31. Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunların Çözümünde Etkili Olabilecek Faktörlerin Önem Derecelerine Göre Sıralanması (1=Hiç etkili değil, 2=Etkili değil, 3=Nötr (ne etkili ne değil), 4=Etkili, 5=Çok etkili)

	Önem Dereceleri												Toplam	
	1		2		3		4		5		Cevapsız			
		%		%		%		%		%		%	n	%
A	2	3	10	17	10	17	25	42	12	20	1	2	60	100
B	1	2	2	3	6	10	34	57	16	27	1	2	60	100
C	2	3	4	7	7	12	32	53	14	23	1	2	60	100
D	2	3	6	10	12	20	31	52	8	13	1	2	60	100
E	7	12	10	17	23	38	15	25	2	3	3	5	60	100
F	1	2	2	3	3	5	28	47	25	42	1	2	60	100
G	2	3	8	13	14	23	25	42	10	17	1	2	60	100
H	4	7	3	5	15	25	16	27	2	3	20	33	60	100

Değişkenler :

a-E-Ticaret; b-Stratejik İşbirliği; c-Veri Tabanı Pazarlaması; d-Dış Ticaret Şirketleri; e-Barter; f-Fuarlar; g- kültür, h-Diğer

Dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunların çözümünde etkili olabilecek faktörlerin sayısal ve yüzde olarak dağılımları yukarıdaki çizelge 35 de görülmektedir.

Dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunların çözümünde etkili olacak faktörlerin önem derecelerine göre sıralanmasında 1. derecede önemli olan faktörler sırası ile; 60 katılımcıdan % 42'si fuarları, katılımcıdan %27'si stratejik işbirliğini, en önemli olarak görmektedirler. En az önemli faktör olarak da 60 katılımcının % 12'si barter'i göstermiştir.

5.4. Anketi Yanıtlayan Kişilere İlişkin Bilgilerin Değerlendirilmesi

Anketi yanıtlayan kişilere ilişkin profil tablo aşağıda görülmektedir. İhracat müdürü ve sorumlusu tarafından anketin yanıtlanma oranı % 13'dür. %30'unun genel müdür veya işletme sahibi, %45'inin işletme müdürü, yine %3.6'sının ihracat ve pazarlama müdürleri tarafından doldurulduğu görülmektedir. % 8'lik kısım ise şirkette belirli bir ünvanı (kalite müdürü, pazarlama müdürü, vs. gibi) olmayan, kalite güvence sorumlusu, pazarlama sorumlusu, insan kaynakları yöneticisi vs. gibi kişiler tarafından doldurulmuştur.

5.4.1. Anketi Yanıtlayan Kişilere İlişkin Bilgiler

Çizelge 32. Eğitim Durumu

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Lise	13	22%
YukseOkul	11	18%
Lisans	27	45%
YukseLisans	9	15%
TOPLAM	60	100%

Çizelge 33. İşletmedeki Çalışma Süresi

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
1-5 Yıl	30	50%
6-10 Yıl	10	17%
11-15 Yıl	13	22%
16 Yıl ve üzeri	7	12%
TOPLAM	60	100%

Çizelge 34. Görev Dağılımları

DEĞİŞKEN	n	YÜZDE İFADESİ
Firma Sahibi	8	13%
Genel Müdür	10	17%
İhracat ve Pazarlama Müdürü	8	13%
İşletme Müdürü	27	45%
Diğer	5	8%
Cevapsız	2	3%
TOPLAM	60	100%

Anketi cevaplayanların işletmedeki çalışma süreleri ise; 1-5 yıl arası %50, 6-10 yıl arası %17, 11-15 yıl arası %22 ve 16 yıl ve üzeri %12 olduğu görülmektedir.

Anketi cevaplayanların eğitim durumları ise; %45 ile lisans mezunları ilk sırada yer almaktadır. Yüksek lisans mezunlarının oranı % 15, yüksek okul mezunlarının oranı %18 ve lise ve dengi okul mezunlarının oranı ise % 22 olarak görülmektedir.

SONUÇ

Avrupa Birliği'nin KOBİ 'lere ilişkin bir raporunda sözkonusu işletmelerin ekonomik sisteme olan katkıları şu biçimde özetlenmektedir; "sayıları ve değişik konulardaki çalışmaları, üretim, ticaret ve hizmet alanlarında yer alan tüm sektörlerde var olan etkileri, istihdama ve belli yörelerin refah düzeylerine katkıları nedeniyle bu işletmeler ticari ve endüstriyel yapının gerekli bir bölümüdürler. Bunun yanısıra, ekonominin dinamikliğinin ve canlılığının da kaynağıdır".

Küreselleşme ve teknolojik gelişim sürecinin neticesi olarak, üretimin hızı ve üretilen ürünün kalitesi artmış, en son teknolojileri kullanmak suretiyle değişik marka ve modelde ürünü üretilen sürekli bir değişim içerisinde olan talebe anında cevap verebilen bir sanayi yapısı ortaya çıkmıştır. İleri teknolojiyi bir ucundan da olsa yakalayan ülkelerin, bu durumdan uzak ülkelere üstünlüğü kaçınılmaz olacaktır. Bu anlamda Türkiye işletmelerinin % 98'lik bir kesimini oluşturan KOBİ 'lerin önemi "yeni rekabet koşulları"nda daha da artmıştır. Şiddetli rekabetin yaşandığı, müşterilerin zevk ve gereksinimlerinin değiştiği böylesine bir ortamda, KOBİ 'lerin bu değişimlere uyum sağlayabilmeleri çok önemlidir. Günümüzde, bilim açısından bilgi çağı, teknoloji ve endüstri açısından " üçüncü endüstri devrimi"nin yaşandığı bir ortamda, işletmelerin emek yoğun geri teknolojilerle rekabet edebilme olanakları büyük ölçüde kısıtlanmıştır. Gerek ulusal ve gerekse uluslararası piyasalarda söz sahibi olmak isteyen KOBİ 'lerin, bilgi ekonomisi, bilgisayar teknolojisi ve bilgi yoğun üretim gibi ileri teknolojileri işletmelerinin her alanında gözönünde bulundurmaları zorunlu hale gelmiştir. Bu anlamda; Her şeyden önce KOBİ 'ler tarafından çağdaş pazarlama anlayışı benimsenmelidir. İşletmelerinin tüm faaliyetlerinin ana merkezinin tüketicilerin ihtiyaç ve gereksinimlerinin olduğu anlaşılmalı, Toplam Kalite Yönetimi anlayışı pazarlama faaliyetlerinin destekleyicisi kılınmalıdır. Tüm bunların ön koşulunun bilgi olduğu gerçeğinden hareketle, KOBİ 'lerin kendilerinin de fiilen iştirak edecekleri kurumsal düzenlemelere (Pazarlama Araştırması, Teknoloji-Bilgi merkezleri vs.) ihtiyaçları vardır. Bu konuda devlet teşvik ve yardımları fevkalade önemli görülmektedir.

KOBİ 'ler "Ne üretirsek satarız" anlayışını terk ederek, hedef tüketicilerinin ihtiyaç ve gereksinimlerinden hareketle mal ve hizmet üretmelidirler.

Ulusal Basın-Yayın araçlarından istifade etme olanaklarından yoksun olan KOBİ 'lerin yerel Basın-Yayın araçlarından optimum düzeyde istifade etmeleri gerekmektedir.

Kişisel satışın KOBİ 'ler için en önemli tutundurma aracı ve yöntemi olması gerçeğinden hareketle, nitelikli pazarlama elemanlarını bünyelerine kazandırmaya çalışmaları gerekmektedir.

KOBİ 'ler içerisinde buldukları mevcut durum doğrultusunda her türlü pazarlama olanaklarını araştırarak, kendi bünyelerine uygun modern dağıtım teknik ve kanalları tespit ederek uygulamalıdır.

KOBİ 'ler etkin bir pazarlama sistemi uygulayabilmek için doğru bir fiyatlandırma politikası izlemek zorundadırlar. Genellikle maliyet üzerine belirli bir kar marjı bırakarak fiyatlandırmaya giden KOBİ'lerin, fiyatlandırma politikalarını tespit ederken, her şeyden önce talebi bilmeleri, rakiplerini iyi analiz etmeleri, stratejik planlamaya gitmeleri ve tüm bu bilgilenme ve değerlendirme sürecinden sonra fiyatlandırmaya gitmeleri gerekmektedir.

“Tatmin edilmemiş on müşteridense, tatmin edilmiş bir müşteri daha iyidir” felsefesinden hareketle, kaynak konusunda ciddi sıkıntılar içerisinde olan KOBİ 'lerin pazarlama etkinliği gösterebilmesinde “Niş Pazarlama” üzerinde ciddiyetle durulması gereken bir tekniği teşkil etmektedir.

Bilgi toplumuna geçişi sağlayan en önemli teknolojik gelişmeler arasında ilk sırayı bilgisayar teknolojisi almakta ve bunu iletişim teknolojisi (internet vb.) gibi yenilikler takip etmektedir. Günümüzde KOBİ 'lerin değişime uyum sağlayabilmeleri için, çağın gereği olan teknolojik gelişmelerden biri olan internetten (e-ticaret,e-pazarlama) yararlanmalarının yaygınlaşması kaçınılmaz bir hal almıştır.Böylece e-ticarette yaşanan hızlı gelişme, ülkemizdeki fiziki alt yapı yetersizliklerinin hızla tamamlanmasını ve gerekli hukuksal yapıya ilişkin çalışmaların bir an önce başlatılması ve sonuçlandırılmasını zorunlu kılmaktadır. E-ticaretin geliştirilebilmesi için devletin her şeyden önce, gerekli teknik ve idari alt yapının kurulmasını sağlaması, hukuki alt yapıyı oluşturması, e-ticareti özendiricek önlemleri alması ve ulusal politika ve uygulamaların uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunu sağlaması

gerekmektedir. Ayrıca KOBİ 'lerin enformasyon teknolojilerinden etkin yararlanabilmelerini sağlamak için eğitimli personel sıkıntısının giderilmesi ve yeterli bilgisayar ve donanımlarına sahip olmaları konusunda desteklenmeleri gerekmektedir. KOBİ 'lerin e-ticarete yönelimlerini özendirerek tedbirler ve destekler hızla uygulamaya geçirilmeli, hükümetler, e-ticareti yaygınlaştırmak için KOBİ'lerin internete erişim maliyetlerini minimum seviyeye düşürerek, buna karşın telekomünikasyon hizmet ve kalitesini yükseltecek tedbirler almalıdır. Ayrıca KOBİ'lere bu konuda bilgi ve teknik destek sağlayacak oluşumlara gidilmeli, bu anlamda KOBİ-NET 'in etkinliği artırılmalıdır.

İnternet KOBİ 'ler için sadece bir pazarlama aracı olarak düşünülmemeli, bilgisayar ve enformasyon teknolojisindeki gelişmelere paralel olarak, ürün geliştirmeden, ürün tasarımına, tüketici hizmetlerinden, stok kontrolüne kadar bir çok faaliyet sahasında hayatiyete sokulmalıdır.

İhracatta özellikle dış pazarları tanıma ve mevzuata ilişkin sorunları olan KOBİ 'lere yönelik olarak üretim, pazarlama, mevzuat, teknoloji vb. konularda veri tabanı oluşturularak hem ulusal hem de uluslararası iletişim ağları teşkil edilmelidir. Bu noktadan hareketle, güncel gelişmeler (mevzuata ilişkin gelişmeler, AB uyum yasaları, yeni pazarlar vs.) network'lerle KOBİ 'lere ulaştırılmaya çalışılmalıdır.

Yatırımda modernizasyon, üretimde verimlilik ile ileri teknolojik sistemlerin kullanımı, ürünlerde uluslararası norm ve standartlara uygunluk bakımından gerekli ISO 9000 ve CE işareti gibi işletme içi yapısal düzenlemelere gitmeleri ve bu anlamda desteklenmeleri gerekmektedir.

KOBİ 'ler yurt dışı fuar ve sergileri takip etmeye çalışmalıdırlar. Ayrıca katılmaları konusunda bilgilendirilmeleri, yönlendirilmeleri ve teşvikleri noktasında gerekli düzenleme ve desteklerin yapılması gerekmektedir.

KOBİ 'lerin ihracatta etkili bir model olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) biçiminde örgütlenmeleri gerekmektedir. Ayrıca KOBİ 'ler bu konuda bilgilendirilmeli, özendirilmeli ve özellikle finansal açıdan desteklenmesi çok önemli bir konudur. Bu bakımdan öncelikle SDŞ 'ye sağlanan destek ve teşvikler daha cazip hale getirilmeli ve KOBİ 'lerimizin bir araya gelerek bu tür şirketler kurmaları desteklenmelidir. Ayrıca,

ihracata yeni başlayan ve ihracat potansiyeli olan KOBİ 'lerimizin ürün geliştirme ve teknoloji yenilemeye yönelik yatırımları, her türlü teşvik edilmelidir

KOBİ 'lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunların çözümünde, öncelikle hükümetlerin kararlı, dengeli ve destekleyici politikalar uygulamaları zorunludur. Zira sorunların çözümü temelde, hükümetlerin, KOBİ 'lerin Türk ekonomisinde güçlü bir potansiyele sahip olduklarını benimsemelerine ve karşılaştıkları sorunları çözmeye ve engelleri kaldırmaya yönelik etkin önlemlerin alınmasına bağlıdır.

Gerek ulusal pazarlarda ve gerekse uluslararası pazarlarda KOBİ 'ler açısından markalı ürün, daha fazla katma değer, daha yüksek gelir anlamı taşıdığından, KOBİ 'lerin desteklenmesinde onların markalı ürün üretebilmelerinin teşvik edilmesi önemli bir unsur teşkil etmektedir.

KOBİ 'ler Ar-Ge faaliyetine önem vermelidirler. Ayrıca, Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi gereği de oldukça önemli görülmektedir.

KOBİ 'lerde teknolojik yenilenmeye hız verilmeli, bunların finansman yetersizliklerini giderecek düzenlemelere gidilmeli ve tüm bunlara ayak uydurabilme kabiliyetini kazanabilme doğrultusunda çeşitli eğitim ve meslek programları uygulanmalıdır. Çünkü; teknolojik altyapının geliştirilmesinde eğitim birinci derecede önceliklidir.

EK 1. SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŐRKETLERİ LİSTESİ

Sıra No	Resmi Gazete Tarih ve Sayısı	FİRMA	ADRES	TEL/FAKS	SERMAYE (YTL)	ORTAK SAYISI	SEKTÖR
1	96/25 21.5.1996 22642	GBS Gaziantep Birleşik Sanayiciler Dış.Tic.A.Ő.	İncilipınar Mah. Muammer Aksoy Bulvarı Prestij İş Merkezi Kat: 3/24 Gaziantep	0.342- 215 45 85 0.342- 215 45 86 0.342- 215 45 95	550.000	15	Makine Halısı , Halı İpliği ve Dokuma
2	97/25 10.10.1997 23136	UFE Birleşik Çiçek İhracatçıları Sanayi ve Dış Ticaret A.Ő.	Özgürlük Bulvarı Fener Mahallesi Dikmen Apt. K:1 D:3 Antalya	0.242-324 15 60 0.242-324 15 61 0.242-324 15 62	500.000	20	Kesme Yaş Çiçek
3	97/29 03.12.1997 23186	ÇİÇEKÇİLER BİRLİĞİ DİŐ TİCARET A.Ő.	Kızıltoprak Mah. Ali Çetinkaya Cad. 127/6 Murat apt. ANTALYA	0.242-312 26 28 0.242-312 26 30	500.000	21	Kesme Çiçek
4	18.05.1999 23699 (Karar)	ÇORUM YUMURTA ÜRETİM PAZARLAMA A.Ő. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	Ankara Asfaltı 4. Km. Çorum	-235 01 63 0.364-235 01 70	1.065.000	163	Tarımsal Ürünler
5	15.09.1999 23817 (Karar)	ASD Ayakkabı Sanayicileri Dış Ticaret A.Ő.	General Ali Rıza Gürcan Cad. Metropol Center No: 32 Kat: 10 Merter/İstanbul	0.212-482 74 04 0.212-482 74 20	1.002.000	62	Ayakkabı Sanayi
6	12.01.2000 23931 (Karar)	GENESIS DİŐ TİC. A.Ő. *KÖY	Çepni Mah. Ayvalı 1.Sok. Yunus Emre İş Merkezi No:4/B-21 Çorum	0-364-2549681 0-364-2549209	250.000	5	İnşaat ve Yan Sanayi
7	25.01.2001 24298 (Karar)	ELİT Tarımsal Ür. Tekstil Ağaç Ür. San. Petrol Ür. ve Taşımacılık Dış Tic. A.Ő. *KÖY	Özkan Apartmanı B Blok Kat:1 Daire:2 Yenişehir/Mardin	0.482-212 23 48 0.482-212 22 95 0.482-212 33 78	300.000	6	Tekstil, orman ürünleri, tarım ürünleri, petrol ürünleri, uluslararası taşımacılık
8	25.04.2001 24383 (Karar)	BİG Birleşik Gıda Sanayicileri İç ve Dış Ticaret A.Ő.	Cumhuriyet Bulvarı No:82/502 Pasaport/İzmir	0.232-441 08 08 0.232-446 88 58	500.000	48	Gıda
9	18.08.2001 24497 (Karar)	DFT Diyarbakır Dış Ticaret A.Ő. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	Aliemiri Cd. Mina Apt. 28/2 Diyarbakır	0.412- 223 66 59 0.412-224 95 50 0.412-224 49 72 0.412-224 05 80	252.000	6	Mermer, makine halısı, çelik kapı, sera malzemesi, tekstil
10	06.09.2002 24868 (Karar)	İSTANBUL Dış Ticaret Hizmetleri A.Ő.	Fatih Cad. Alaybey Sok. No: 9/1 Merter İstanbul	0.212-507 99 67 0.212-507 99 69	600.000	60	Tekstil ve Konfeksiyon
11	16.07.2003 25170 (Karar)	Cenk Tekstil Dış Ticaret A.Ő.	Üniversite Mah. Bağlarıçı Cad. No: 22 Firuzköy Avcılar İstanbul	0.212-509 92 93 0.212-509 97 07	2.000.000	40	Tekstil ve Konfeksiyon

12	14.08.2003 25199 (Karar)	Etik Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş.	Cihangir Mah. Meşrutiyet Cad. No:1 Kat:2 Avcılar/İstanbul	0.212.4228910.11 0.212.4228913	500.000	19	Tekstil ve Konfeksiyon
13	14.02.2004 25373 (Karar)	Bisad-Sarko Birleşik Sanayiciler Tekstil Dış Ticaret A.Ş.	Kemalpaşa Mah. Halkalı Cad. Sancak Sok. No: 2/3 Sefaköy Küçükçekmece İstanbul	0-212-426 26 66 0-212-624 40 60	500.000	10	Tekstil ve Konfeksiyon

KOBİLERE YÖNELİK FİNANSAL DESTEKLER VE YARDIMLAR

ŞUBAT 2000

KOBİ YATIRIMLARINDA DEVLET DESTEKLERİ (Yatırımları Teşvik Fonu'ndan)

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
#KOBİ Yatırımlarında Devlet Yardımları ; # İmalat sanayinde en çok 150 İşçi çalıştıran sabit yatırım tutarı 100 Milyar TL yi aşmayan işletmeler KOBİ kapsamındadır. Bu çerçevede; Yatırım tutarı 100 milyar TL' yi aşmamak üzere makine teçhizat ve / veya hammadde alımları desteklenmektedir.	Hazine Müsteşarlığı Halk Bankası	Bakanlar Kurulu 05.03.1999 99 / 12474 sayılı kararı	*Teşvik Fonu Kredisi	Acil Destek Kapsamındaki İllerde; * Limit 75 Milyar TL, * Faiz Oranı % 20 , Öz Kaynak % 10 Kalkınmada Öncelikli Yörelere; * Limit 60 Milyar TL * Faiz Oranı % 30 , Öz Kaynak % 20 Normal ve Gelişmiş Yörelere; * Limit 50 Milyar TL * Faiz Oranı % 30 , Öz Kaynak % 30 * Yatırım Kredileri 1 yıl ödemesiz 4 yıl vadeli. * İşletme Kredileri 2 yıl vadeli.
.	.	.	Gümrük Vergisi Fon İstisnası	*Makine-Techizat ithali, gümrük vergisi ve toplu konut fonundan istisnadır.
.	.	.	Yatırım İndirimi *	*Yatırım indirimi oranı teşvik belgesi aranmaksızın % 40 ' dır. Kalkınmada öncelikli , normal, gelişmiş yörelere , OSB ve KOBİ yatırımlarında %100 oranında uygulanır. 250 Milyo.\$ aşan yatırımlarda % 200 oranında uygulanır
.	.	.	Vergi, Resim, Harç İstisnası	Şirket kuruluşları, sermaye aktarımları ve yatırım Kredileri damga vergisi ve harçtan istisnadır.

* Yürürlük tarihi 01.01.1999, 193 Sayılı Kanun, Madde 30 Teşvik belgesi aranmaksızın yatırım indirimi oranı işletmenin yıllık sabit yatırım tutarının %40' dır. Bakanlar Kurulu bu oranı kalkınma planı ve yıllık programlarda Özel önem taşıdığı belirtilen sektörlerle yapılan yatırımlar için %100, \$250 Milyon karşılığı TL' sini aşan sanayi yatırımlarında %200' e kadar arttırmaya veya kanuni Orandan az olmamak kaydıyla yeniden tespit etmeye yetkilidir. Bu oran Organize Sanayi bölgelerinde ve Kalkınmada Öncelikli yörelere %100 olarak uygulanır. Ticari ve sanayi alanlarda asgari yatırım tutarı en az 50 milyar, zirai yatırımlar için en az 10 Milyar TL olmalıdır. Kalkınmada öncelikli yörelere bu tutarların yarısı Dikkate alınır.

Ar-Ge yatırımları Teknopark Kurulması Çevre Yatırımlarına yönelik Devlet Destekleri (** Teşvik Belgesine bağlanan Yatırımlar .)	Hazine Müsteşarlığı Halkbank Vakıflar Bankası TKalkınma Bankası	Bakanlar Kurulu 5.03.1999 99 / 12475 Sayılı Kararı Ve 99 / 1 No'lu Tebliği	* Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu İstisnası * Yatırım İndirimi * Makine-Techizata KDV	Makine konut fonundan istisnadır - Techizat ithali, gümrük vergisi ve toplu Kalkınmada Öncelikli , Normal, Gelişmiş yörelere ve OSB ve KOBİ yatırımlarında %100 oranında uygulanır. Yurt içinde imal edilmiş ve yerli katkı oranı %50'nin üzerinde bulunan makine ekipman satın alımlarında ödenen KDV fondan iade edilir.
---	---	--	--	--

	T.S.K.B S.Y.K:B		Desteği	
			*Vergi Resim Harç İstisnası . *Enerji Desteği * Arsa Tahsisi	Şirket kuruluşları, sermaye aktarımları ve yatırım kredileri damga vergisi ve harçtan istisnadır. Teşvik belgeli ** yatırımlarda uygulanır. 21.01.1998 tarih ve 4325 sayılı kanuna istinaden
			*Fon'dan Kredi Tahsisi	Ar-Ge ,Teknopark ,Çevre ,Öncelikli Teknoloji,KOBİ ve Bölgesel Gelişmeye Yönelik yatırımların desteklenmesi amacıyla fondan kredi tahsisi yapılabilir.

** Teşvik Belgesi asgari sabit yatırım tutarı kalkınmada öncelikli yörelerde asgari sabit yatırım tutarı 25 Milyar TL, diğer yörelerde 50 Milyar TL olan yatırımlar için düzenlenir. Gelişmiş yörelerde sadece hizmet yatırımları ile ileri teknoloji yatırımları yapılması öngörülmektedir.

Belge Kapsamında ; elektrik enerjisi yatırımları, altyapı yatırımları, Yap/İşlet, Yap-İşlet-Devret Yatırımları, Ar-Ge, tasarım, yeni ürün ve model geliştirmeyatırımları , elektronik sanayi yatırımları, Gemi, Yat inşa ve tersane yatırımları, Teknopark, bilişim teknolojisi, eğitim, sağlık, turizm yatırımları gibi hizmet sektörü yatırımları komple yeni yatırımlar yer almaktadır.

Bölgesel Kalkınma Yatırımlarından amaç, Batman,Bingöl,Bitlis,Diyarbakır,Hakkari,Hatay,Mardin,Muş,Siirt,Tunceli ve Van illerinde (hayvancılık,dokuma-giyim,ulaştırma sektörleri dışında) asgari 8 Milyon \$ karşılığı TL olan ve en az 75 kişilik istihdam sağlamaya yönelik komple yeni yatırımlardır.

TEŞVİK BELGELİ YATIRIMLARDA DEVLET YARDIMLARI (Yatırımları Teşvik Fonu)

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
Ar-Ge yatırımları, Teknopark Kurulması , Çevre Yatırımları, Öncelikli Teknoloji Ve KOBİ Yatırımları , Alt yapı yatırımları ,	Hazine Müsteşarlığı T.Halkbank T.Vakıflar Bankası T.Kalkınma Bankası	Bakanlar Kurulu 5.03.1999	. FONDAN KREDİ TAHSİSİ 21.01.1998 tarih ve 4325 sayılı kanuna istinaden	ASGARİ SABİT YATIRIM TUTARI K.Ö.Y. Yatırımlarında 50 Milyar TL Gelişmiş ve Normal Yöre Yatırımlarında 100 Milyar TL

Elektrik enerjisi üretimi yatırımları , Elektronik sanayi yatırımları , Tersane ,Gemi inşa yatırımları Eğitim, Sağlık , Turizm, Bilişim Teknolojisi ve Haberleşme yatırımları .	T.Sınai Yatırım ve Kredi Bankası T.Sınai kalkınma Bankası	99 / 12475 Sayılı kararı Ve 23.6.1999 Tarih, 99 / 1 Sayılı Tebliğ	Ar-Ge ,Teknopark ,Çevre ,Öncelikli Teknoloji, KOBİ ve Bölgesel Gelişmeye Yönelik yatırımların desteklenmesi amacıyla fondan kredi tahsisi yapılabilir.	Finansal Kiralama Yatırımlarında 25 Milyar TL Bölgesel Kalkınma Yatırımlarında 100 Milyar TL Ar-Ge , Teknopark ,Çevre yatırımlarında 100 Milyar TL TEŞVİK BELGELİ YATIRIMLARDA ÖZ KAYNAK ORANLARI (Yatırımın Finansmanı)
Tevsi , Modernizasyon , Yenileme , Kalite Düzeltme , Darboğaz giderme , Entegrasyon ve Tamamlama YatırımlarıK.Ö.Y yatırımlarında % 20 , .Normal ve gelişmiş Yöre Yatırımlarında % 40, Ro-Ro , Havayolu ,kargo taşımacılığı Yatırımları % 25 Tersana, Gemi İnşa ve uçak İthalı Yatırımlarında % 15 Finansal Kiralama Yatırımlarında % 10
Yüksek teknoloji gerektiren , Katma değeri yüksek,vergi Geliri ve istihdam artırıcı özelliklerden biri veya birkaçını İçeren ve sabit yatırım tutarı 50 Milyon \$ karşılığı TL , Üzerindeki komple yeni Yatırımlardan uygun görülenler.	.	.	.	FON KAYNAKLI KREDİLERİN GERİ ÖDENMESİ - Ar-Ge ,Teknopark , Çevre ,Öncelikli Teknoloji Yatırımlarda ,1 Yılı ödemesiz 5 yıl vadelidir. - Bölgesel Gelişme Yatırımlarında 3 yıl ödemesiz, 6 yıl vadelidir. FON KAYNAKLI KREDİLERİN FAİZ ORANI % 30 '

** Teşvik Belgesi asgari sabit yatırım tutarı kalkınmada öncelikli yörelerde asgari sabit yatırım tutarı 25 Milyar TL, diğer yörelerde 50 Milyar TL olan yatırımlar için düzenlenir. Gelişmiş yörelerde sadece hizmet yatırımları ile ileri teknoloji yatırımları yapılması öngörülmektedir.

Belge Kapsamında ; elektrik enerjisi yatırımları, altyapı yatırımları, Yap/İşlet, Yap-İşlet-Devret Yatırımları, Ar-Ge, tasarım, yeni ürün ve model geliştirmeyatırımları , elektronik sanayi yatırımları, Gemi, Yat inşa ve tersane yatırımları, Teknopark, bilişim teknolojisi, eğitim, sağlık, turizm yatırımları gibi hizmet sektörü yatırımları

İHRACATI GELİŞTİRME DESTEKLERİ

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
YURTDIŞI FUAR VE SERGİLERE KATILIM DESTEKLERİ				
Yurtdışı Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi İmalat Sanayinde faaliyette bulunan 1-200 arasında işçi çalıştıran * Sabit Sermaye değeri \$ 2 milyon aşmayan KOBİ İşletmeleri * Sektörel Dış Ticaret Şirketleri *KOBİ' ler dışında kalan büyük ölçekli firmalar	DTM İGEME	Para Kredi Koordinasyon Kurulu'nun 31.07.1997 97/3 sayılı Tebliği	Milli düzeyde katılımıda iştirakçi firma destekleri	*Büyük firmalara m2 maliyet bedelinin %50'si \$7000 aşmamak kaydıyla *KOBİ'lere, bireysel katılan firmalara ve STDS'lerine \$ 8500 aşmamak kaydıyla katılım ücretinin %60'ı * Kalkınmada öncelikli yörelere, KOBİ'lere ve SDTŞ bünyesindeki firmalara \$10000'ı aşmamak kaydıyla katılım ücretinin %70'i * DTM'ce katılımı uygun bulunan fuarlar için \$12.000 aşmamak kaydıyla katılım ücretinin %70'i * Amerika, Avusturalya, Afrika ve uzak doğu ülkelerindeki fuar ve sergilere m2 başına 75 kg'yi aşmamak kaydıyla nakliye giderlerinin %70'i, \$5000 geçmemek üzere navlun desteği olarak verilir.
.	.	.	Milli düzeyde katılımlarda organizatör firma destekleri	*Fuar süresince düzenlenecek konferans, panel, seminer gibi tanıtım faaliyetlerine ilişkin masrafların %50'si, \$25.000 aşmamak üzere firmaya ödenir. *Firmanın 20-25 m2 arasındaki stand masraflarının %50'si, \$7500 aşmamak üzere firmaya ödenir.
.	.	.	Yurtdışı fuarlara bireysel olarak katılan firmalara	*Enformatik, ileri malzeme, biyoteknoloji, uzay teknolojileri konusunda; *Kiralanan standın kira ve dekorasyon masraflarının %50'si * m2 başına 75 kg' ye kadar nakliye giderlerinin %50 si \$5000 aşmamak kaydıyla ödenir.
Uluslararası fuarlara firma Katılım Desteği (1-150 arasında işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri)	KOSGEB	İcra Komitesi Kararı	*Yer kirası, stand inşaaı, nakliye, sigorta ve gümrükleme, ulaşım giderleri	Giderlerin %50 sine kadar \$ 5000 aşmamak kaydıyla Fuara gidiş-dönüş uçak/otabus bileti giderlerinin %50si ne kadar
İş Gezilerine Katılım Desteği (1-150 arasında işçi çalıştıran imalat sanayi işletmeleri)	KOSGEB	İcra Komitesi Kararı	Ulaşım giderleri	Ülkeye ve ülke içinde gidilecek şehirlere gidiş-dönüş ulaşım giderinin %50 sine kadar

Pazar Araştırma Desteği	DTM İGEME İKV	Para Kredi Koordinasyon Kurulu'nun 31.07.1997 97/6 tebliği	KOBİ ve SDTŞ'ler tarafından; * Potansiyel Pazarlara bilgi sağlanması amacıyla yapılan harcamalar * Pazarlara tanıtım için yapılan harca- malar	* Üretici şirketlerin \$75.000 tutarındaki projelerinin, yıl içerisinde kullanabileceği azami miktar \$15.000 dir. * SDŞ ve üretici derneklerince yürütülen projeler için yıllık azami destek tutarı \$50.000 olup, proje bazında azami destek tutarı \$10.000 dir.
Yurt Dışında Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi	DTM İGEME	Para Kredi Koordinasyon Kurulu'nun 31.07.1997 97/9 sayılı tebliği	* Türkiye'de yerleşik bir firmanın yurt dışında satış yapmak amacıyla depo, mağaza açması halinde *KOBİ statüsündeki şirketlerin biraraya gelerek kuracakları SDTŞ'lerin yapacağı harcamalar	* Sabit varlık alımlarının bir defaya mahsus olmak üzere giderlerinin \$20.000' ı aşmamak üzere %50'si * Yıllık kira giderlerinin \$50.000 aşmamak üzere ilk yıl %50'si, ikinci yıl %30'u * Reklam harcamalarının yıllık \$30.000 aşmamak üzere ilk yıl %30'u, ikinci yıl %20'si Şirketin bir defaya mahsus olmak üzere toplam harcamalarının %50'si
Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi	DTM	Para Kredi Koordinasyon Kurulu'nun 31.07.1997 97/5 sayılı tebliği	KOBİ'lerin TSE ile akredite edilmiş kuruluşlarından ; * Kalite Güvence Sistemi Belgeleri * Çevre Yönetim Belgeleri * CE işaretinin alınması için yapılan harcamalar * Uluslararası nitelikteki kalite ve çevre belgelerinin alma masrafları	Belgelerini almaları halinde %50 oranında

ARAŞTIRMA GELİŞTİRME DESTEKLERİ

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
Patent, Faydalı Model Belgesi, Endüstriyel Tasarım	DTM TPE	Para Kredi Koordinasyon Kurulu' nun 27.02.1998 98/3 sayılı tebliği	TPE'ye başvuran Türkiye'de yerleşik gerçek kişiler destekten yararlanabilir; * Patent * Faydalı Model *Endüstriyel Tasarım	*TPE'ne başvuru için dosya hazırlama bedelinin %75'i, \$1000 aşmamak kaydıyla *Patent işbirliği kapsamında TPE'ne patent başvuruları için ödenen ücretin %75'i *Patent koruma amacıyla TPE'ye ilk 5 için ödenen ücretin %75'i * Faydalı Model başvurusu dosyasının hazırlanması ve belge düzenlemesi ile ilgili ödenen miktarın \$500 aşmamak kaydıyla %75'i * İlk 5 yılda ödenen koruma ücretinin %75'i destek kapsamındadır. Endüstriyel tasarım tescil başvurusu için ödenen ücretin %75'i destek kapsamındadır.
Ar-Ge Desteği - 1-150 arasında işçi çalıştıran , -	Hazine Müsteşarlığı TTGV	Para Kredi Koordinasyon Kurulu' nun 4 11.1998	Proje bazında; Personel Giderleri Alet, Techizat, Yazılım Giderleri	* %50 sine sermaye desteği verilir. 2 yıl süreli, \$ 1 Milyon limitli 1 yıl süreli, \$100.000 limitlidir.

Gerçek usulde defter tutan , - Sabit sermaye değeri 2 Milyon \$ aşmayan KOBİ işletmeleri Bu kapsam içerisindedir.		98/10 sayılı Tebliği	Malzeme vb. Giderleri Ürün geliştirme bazında sermaye desteği Stratejik odak konulu projelere sermaye desteği	
Ar-Ge Desteği - 1-150 arasında işçi çalıştıran , - Gerçek usulde defter tutan , - Sabit sermaye değeri 2 Milyon \$ aşmayan KOBİ işletmeleri Bu kapsam içerisindedir.	DTM TÜBİTAK	Para Kredi Koordinasyon Kurulu' nun 4.11.1998 98/10 sayılı tebliği	Proje kapsamındaki; . *Personel * Alet, teçhizat, yazılım, yayın * Danışmanlık ve buna eşdeğer hizmet alımları *Ülke içindeki Ar-Ge kurum ve kuruluşlarına yaptırılan Ar-Ge hizmetleri *Patent başvurusu *Malzeme giderleri *Seyahat Giderleri	*Ar-ge patentle sonuçlanırsa %10 *Geçmişteki kendi Ar-Ge faaliyetlerine veya bu faaliyet sonucunda aldığı patente dayalı olan özgün ürün satışı halinde %20'ye kadar * Doktorali araştırmacı istihdamıyla ilgili giderin %15'i * Ar-Ge yi üniversite, Teknopark, ülke içindeki başka araştırma kuruluşunda gerçekleştirilmesi durumunda ilgili giderin %10' u * Ar-Ge faaliyetinin enformasyon, esnek üretim/esnek otomasyon, ileri malzeme, gen mühendisliği/bioteknoloji, havacılık ve uzay teknolojileri alanlarında olması halinde %20'dir. * Toplam destek Ar-ge harcamaları toplamının %50'sini geçemez. Destek süresi en çok 2 yıldır.
Ar-Ge Desteği 1-150 arasında işçi çalıştıran işletmeler kapsam içindedir.	KOSGEB	Para Kredi Koordinasyon Kurulu' nun 4.11.1998 98/10 sayılı tebliği	* Personel * Alet, teçhizat, yazılım, yayın * Danışmanlık ve buna eşdeğer hizmet alımları . Ülke içindeki Ar-Ge kurum ve kuruluşlarına yaptırılan Ar-Ge hizmetleri *Patent başvurusu *Malzeme giderleri *Seyahat Giderleri	DTM verdiği destek tutarına ilaveten %20 ek destek verilmektedir.

EĞİTİM VE İSTİHDAMA YOL AÇMA DESTEKLERİ (Destekleme ve İstikrar Fonu)

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
İstihdama Yol Açma Desteği	DTM KOSGEB	Para Kredi Koordinasyon Kurulu' nun 31.07.1997 97/8 tebliğ	İmalat sanayinde faaliyette bulunan 1-50 arasında işçi çalıştıran, gerçek usulde defter tutan KOBİ lerin nitelikli eleman ihtiyaçlarını karşılamak için verilmektedir.	İlk 6 aylık maaşlarının %70'i
KOBİ'lere Danışmanlık Desteği	KOSGEB		Pazarlama Teknik İdari Mali, konularda danışmanlık verilir.	KOBİ' lerden gelen talebe istinaden, yapılan inceleme sonrası danışman kullanımının uygun görülmesi halinde KOSGEB danışman envanterine kayıtlı bir danışman görevlendirilir.

Eğitim Yardımı	KOSGEB DTM	Para Kredi Koordinasyon Kurulu' nun 31.07.1997 97/8 tebliğ	KOSGEB tarafından uygulanacak eğitim konuları *İleri üretim teknikleri ve yeni teknolojiler * Toplam kalite yönetimi, tedarik, üretim, ambalajlama, ürün ve çevre standartları * Girişimci yönlendirme, iş planı, fizibilite hazırlama, şirket kurma *İç finansman olanakları ve teknikleri * Liderlik, örgüt yönetimi, büyüme, işgücü yönetimi İGEME tarafından uygulanacak eğitim konuları *Rekabet koşulları, uluslararası Pazar- lama teknikleri, fiyat verme *Dış ticaret mevzuatı * İletişim, iş grüşmeleri teknikleri *Dış finansman olanakları ve teknikleri	Yurt içi eğitim kurumları Yurt dışı eğitim kurumları Profosyonel danışmanlık Üniversite ile işbirliği İşletmeler arası işbirliği konularındaki eğitim programlarını yürütecek ve en fazla %50 oranında destekleyecektir. Yurt içi eğitim kurumları Yurt dışı eğitim kurumları Profosyonel danışmanlık konularında eğitim programlarını uygulacak ve yürütecektir.
----------------	------------	--	--	---

YARIM KALMIŞ YATIRIMLARIN EKONOMİYE KAZANDIRILMASI

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
Yarım kalmış , İşletme sermayesi yetersizliği nedeni işletmeye geçememiş	HM Bankalar (T.Vakıflar Bankası)	Bakanlar Kurulu'nun 5.3.1999 99/12477 Sayılı kararı	İmalat Sanayi (çırçır ve paketleme yatırımları hariç) Tarımsal sanayi (Soğuk hava depoları dahil)	Daha önce , KOBİ Finansmanından yararlanan işletme Ler , Kaynak Kullanımını Destekleme primi (KKDF) Kaynak Kullanımını Destekleme Kredisi tahsis edilmiş Firmalar da talep etmeleri halinde bu karar kapsamında Yatırım ve /veya işletme kredisinden yararlanabilirler .
Kısmen işletmeye geçmiş yatırımların Ekonomiye kazandırılması	İlgili Bakanlıklardan Yatırım ve İşletme Belgesi almak.	.	Sağlık ve Eğitim yatırımlarının teşviki İle Üretim ve İstihdamın artırılması Toplam sabit Yatırımın fiziki Gerçekleşme oranının % 50 olması	Yukarıda sayılan Destek unsurlarından yararlandırılan Miktar ile bu karar kapsamında yararlandırılacak miktarın Toplamı 300 Milyar TL ' yi geçemez.
.	.	.	Gerçekleşmiş sabit Yatırım da öz kaynak oranının asgari % 30 olması	Fon kaynaklarından kullanılacak Yatırım Kredisinin faizi % 20 , Yatırım Kredileri 2 yıl ödemesiz 5 yılda 7 eşit taksitte Geri ödemelidir. İşletme Kredisinin faizi % 30 olup ,1 yılı ödemesiz , Toplam 3 yılda 5 eşit taksitte geri ödenir.

Bu karar ; Adıyaman , Ağrı , Ardahan , Bayburt , Batman , Bingöl , Bitlis , Diyarbakır , Elazığ , Erzincan , Erzurum , Gümüşhane , Hakkari Hatay , Iğdır , Kars , Mardin , Muş , Ordu , Siirt , Şırnak , Tunceli , Van , Yozgat illerini kapsar

ELEKTRİK ENERJİSİ DESTEĞİ

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ TEBLİĞ NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
Elektrik Enerjisi Desteği	HM TEAŞ TEDAŞ	Bakanlar Kurulu'nun 26.2.1999 99/12478 Sayılı kararı	Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında (KOBİ yatırımları) dahil Tamamlama vizesi yapıldıktan sonra Üç işletme döneminde tüketecekleri Elektrik enerjisi bedellerinde İndirim uygulanır	Söz konusu firmaların ; 1. işletme yılında tüketecekleri elektrik enerjisi Fatura bellerine % 50 ,
.	.	.	.	2. işletme yılında tüketecekleri elektrik enerjisi Fatura bellerine % 40 ,
.	.	.	.	3. işletme yılında tüketecekleri elektrik enerjisi Fatura bellerine % 25 , Oranında indirim uygulanır.

Bu karar ; Adıyaman , Ağrı ,Ardahan , Bayburt , Batman , Bingöl , Bitlis , Diyarbakır , Elazığ , Erzincan , Erzurum , Gümüşhane , Hakkari Hatay , Iğdır , Kars , Mardin , Muş , Ordu , Siirt , Şırnak , Tunceli , Van , Yozgat illerini kapsar.

OLAGANÜSTÜ HAL BÖLGESİ ve K.Ö.Y. YATIRIMLARININ TEŞVİK EDİLMESİ ve İSTİHDAM YARATILMASI

DESTEK KONUSU	İLGİLİ KURULUŞ	YÜRÜRLÜK TARİHİ KANUN NO	DESTEK UNSURLARI	DESTEK KAPSAMI
Olağanüstü Hal Bölgesinde Ve Kalkınmada Öncelikli Yörelerde ; Vergi Teşvikleri uygulamak , Yatırımlara Bedelsiz arsa ve arazi temin etmek suretiyle İstihdam imkanlarını arttırmaktır.	MALİYE BAKANLIĞI	23.01.1998 Tarih Ve 4325 sayılı Kanun 98 / 1 sayılı tebliğ	GELİR ve KURUMLAR VERGİSİ İSTİSNASI ÇALIŞANLARDAN KESİLEN VERGİLERİN ERTELENMESİ SSK PRMİ İŞVEREN PAYI İSTİSNASI BEDELSİZ ARAZİ TAHSİSİ VERGİ ,RESİM, HARÇ İSTİSNASI	1.1.1998-31.12.1998 tarihleri arasında yeni işe başlayan(ticari,sınai,zirai,mesleki ve hizmet işletmeciliği kapsa mında sayılan) Gelir ve Kurumlar Vergisi mükellefleri ,10 işçi çalıştırmaları koşuluyla , işe başlama tarihinden itibaren 5 vergilendirme dönemi Gelir ve Kurumlar Vergisinden istisnadır. 31.12.2002 tarihine kadar uygulanmak üzere ; en son sigorta bordrolarında bildirdikleri işçi sayısına ek olarak işe aldıkları ve fiilen çalıştırdıkları işçilerin , ücretlerinden kesilen Gelir ve Damga Vergileri 1 yıl süre ile ertelenerek ödenir. Yeni iş yeri açan vergi mükelleflerinin bu iş yerlerinde Fiilen çalıştırdıkları işçilerin , prime esas kazançları üzerinden tahakkuk ettirilecek primlere ait işveren hissesi hazinece karşılanır. K.Ö.Y'lerde ,Organize Sanayi Bölgelerine öncelik verilmek üzere en az 10 kişilik istihdam öngören teşvik belgeli yatırımlar için gerçek ve tüzel kişilere,Hazineye ait arsa ve arazilerin mülkiyeti bedelsiz olarak devredilir. 31.12.2002 tarihine kadar uygulanmak üzere, teşvik belgeli yatırımlarla işlemlere uygulanan ;
.	.	.	.	- Banka ve Sigorta İşlemleri Vergisi , - Emlak Vergisi , - Damga vergisi ve harçlar , - Veraset ve intikal vergisi ,
.	.	.	.	- Belediye gelirleri kanununa göre alınan , Vergi , Resim ve Harçlardan muaftır.

Bu karar ; Adıyaman , Ağrı ,Ardahan , Bayburt , Batman , Bingöl , Bitlis , Diyarbakır , Elazığ , Erzincan , Erzurum , Gümüşhane , Hakkari Hatay , Iğdır , Kars , Mardin , Muş , Ordu , Siirt , Şırnak , Tunceli , Van , Yozgat illerini kapsar .

EK 3. ANKET ÖRNEĞİ

Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisansı Programında tez konusu olarak seçmiş olduğum "Kobi'ler ve Dış Ticaretle Karşılaşılacak sorunlar ve Örgütlenme üzerine uygulamalar" başlıklı bir tez için araştırma yürütmekteyim. Bu araştırma kapsamında hazırlanan anket formunun tarafınızdan yanıtlanması Ricasıyla Saygılarımı Sunarım.

Taner SUBAŞI
E-Mail: tanersubasi@yahoo.com
Gsm: 0 555 255 96 55

Anket Soruları

1. Firmanızın Ünvanı :						
2. Adınız / Soyadınız						
3. Sizin Ünvanınız						
4. İşletmede Çalışma Süreniz	<input type="radio"/> 1-5 Yıl	<input type="radio"/> 6-10 Yıl	<input type="radio"/> 11-15 Yıl	<input type="radio"/> 16 Yıl Üzeri		
5. Eğitim Durumunuz	<input type="radio"/> Lise Ve Dengi Okul	<input type="radio"/> Yüksek Okul	<input type="radio"/> Lisans	<input type="radio"/> Yüksek Lisans ve Üzeri		
6. İşletmenin Kuruluş Yılı	<input type="radio"/> 1960 ve Öncesi	<input type="radio"/> 1961-1990 Yılları Arası	<input type="radio"/> 1981-2000 Yılları Arası	<input type="radio"/> 2001 ve Sonrası		
7. İşletmenizdeki Personel Sayısı	<input type="radio"/> 20 den az	<input type="radio"/> 21 ile 50 Arası	<input type="radio"/> 51 ile 100 Arası	<input type="radio"/> 100 den fazla		
8. İşletmenizdeki Mevcut Kalite Belgeleri	<input type="radio"/> ISO 900X	<input type="radio"/> ISO 1400X	<input type="radio"/> CE	<input type="radio"/> Diğer Kalite Belgeleri	<input type="radio"/> Yok, Çalışmalar Sürüyor	
9. İşletmeniz Kobi Teşvik Belgesine Sahip mi ?	<input type="radio"/> Evet, Teşvik belgemiz var.	<input type="radio"/> Hayır, Yok.				
10. İşletmeniz Kredi Kullanım Durumu ?	<input type="radio"/> Evet, Kredi kullanıyoruz.	<input type="radio"/> Hayır, kullanmıyoruz.				
11. İşletmeniz İhracat Yapma Durumu	<input type="radio"/> Evet, İhracat yapıyoruz.	<input type="radio"/> Hayır, İhracat yapmıyoruz.				
12. İşletmeniz İhracat Yapmıyor ise Nedeni ? <small>Birden Fazla Seçebilirsiniz</small>	<input type="checkbox"/> Kaynak Yetersizliğimiz Var	<input type="checkbox"/> İç Pazarda Tatminiz	<input type="checkbox"/> Dış Pazarı Tanımıyoruz	<input type="checkbox"/> Yabancı Dil Eksikliği	<input type="checkbox"/> Aracı İşletme Bulamıyoruz	
		<input type="checkbox"/> Kaliteli Mal Sunamıyoruz	<input type="checkbox"/> Uygun Fiyat Sunamıyoruz	<input type="checkbox"/> Diğer Nedenler		
13. İşletmeniz Dış Ticaret Şirketine Üyelik Durumu	<input type="radio"/> Evet, Üyeyiz.	<input type="radio"/> Hayır, Üye Değiliz.				
14. İşletmeniz Fuarlara Katılma Durumu	<input type="radio"/> Sadece Yurtiçi Fuarları	<input type="radio"/> Sadece Yurtdışı Fuarları	<input type="radio"/> Yurtiçi ve Yurtdışı Fuarları	<input type="radio"/> Katılmıyoruz		
15. İşletmeniz E-Ticaret Yapıyor mu ?	<input type="radio"/> Evet, Yapıyoruz.	<input type="radio"/> Hayır, Yapmıyoruz.				
16. İşletmeniz İnternet Web Sitesi var mı ?	<input type="radio"/> Evet, Var.	<input type="radio"/> Hayır, Yok.				
17. İşletmeniz Stratejik İşbirliği Yaptığı Firmalar Var mı ?	<input type="radio"/> Evet, Var.	<input type="radio"/> Hayır, Yok.				
18. Yanda KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmalarında Engel Olabilecek İfadeler Yer Almaktadır. Lütfen her bir ifadeyi ölçek üzerinde değerlendiriniz.		Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Değil	Önemli	Çok Önemli
1. Ürün Güvenilirliği ile İlgili Sorunlar (E İşareti vs.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Ürünün Çevreye Karşı Duyarlılığı (ISO 14000 vs.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Kalite Güvence Belgesi (ISO 9000 vs.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Dil Sorunu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Hükümet Uygulamaları ve İthalat Kotaları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Teknoloji ve Ar-Ge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Kültür	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Diğer Farklı Nedenler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Yanda KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmalarında Karşılaşılan Sorunların Çözümünde Etkili Olabilecek Faktörler Yer Almaktadır. Lütfen her bir ifadeyi önem derecesine göre ölçek üzerinde değerlendiriniz.		Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Değil	Önemli	Çok Önemli
1. E-Ticaret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Stratejik İşbirliği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Veri Tabanı Pazarlaması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Dış Ticaret Şirketleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Barter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Fuarlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Kültür	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Diğer Faktörler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anketi Tamamladıysanız, Göndermek için Buraya Tıklayın

Anketi Temizle

EK 4. AVRUPA BİRLİĞİ ÜYE DEVLETLER DÜZEYİNDE KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERLE İLGİLİ OLARAK ALINAN ÖNLEMLER

Avrupa Komisyonu'nun KOBİ'lere İlişkin Olarak Üye Devletler Düzeyinde

Başlatılan Yeni Politika İnsiyatifleri Konusundaki Raporu (*)

GİRİŞ

Bu raporda, KOBİ'lerin kuruluşunu, geliştirilmesini ve devrini teşvik etmek amacıyla Üye Devletler düzeyinde son iki yıl içinde alınmış olan veya halen öngörülmekte bulunan önlemlerin bir özeti sunulmaktadır.

Rapor, aşağıdaki yedi başlık altında düzenlenmiştir:

A. KOBİ'lerde istihdamın gelişmesine yönelik destek

B. İdari, mali, sosyal ve diğer kısıtların azaltılması yoluyla KOBİ'lerin kuruluşunun ve gelişiminin kolaylaştırılması

C. KOBİ'lerde yönetim kalitesinin yükseltilmesi

D. KOBİ'lerdeki Ar-Ge Çalışmalarının Desteklenmesi

E. KOBİ'lerin finansman olanaklarından yararlanmasının kolaylaştırılması

F. KOBİ'lere İç Pazara daha iyi entegrasyon ve uluslararasılaşma konusunda yardım

G. Diğer önlemler

Bu rapor, bütün Üye Devletler'e gönderilen bir ankete verilen cevaplar temelinde hazırlanmıştır. Bazı ülkelerden alınan cevapların fazla genel nitelikli olması sebebi ile mümkün olan durumlarda, burada verilen bilgiler Komisyon'un kendi bünyesinde yaptığı analizle de tamamlanmıştır.

(*) Bu rapor Madrid'de toplanan Avrupa Doruğu'na Komisyon tarafından sunulmuştur (CSE-952087)

A. KOBİ'LERDE İSTİHDAMIN GELİŞMESİNE YÖNELİK DESTEK

Bu başlık altında alınan inisiyatiflerin çoğu sadece KOBİ'lere yönelik olmamakla birlikte, KOBİ'lerin bütün Üye Devletler'deki yaygınlığı nedeniyle bu inisiyatiflerden esas olarak yararlanacak olanların KOBİ'ler olması öngörülmüştür.

A.1. Sosyal Önlemler

Üye Devletler'in bu alandaki sosyal politikalarında önem verdikleri başlıca hususlar bir yandan işgücü piyasasının esnekliğinin artırılması, personelin işe alınma maliyetlerinin azaltılması, işsizlerin işe alınmasının teşviki ve çalışmak isteyenlerin becerilerinin geliştirilmesi yoluyla işgücü talebinin artırılmasını, öte yandan nitelikli kişilerin bulunmasının ve personel alımının kolaylaştırılması yoluyla işgücü arzının geliştirilmesini içermektedir.

Bazı Üye Devletler işgücü piyasasının esnekliğini artırmışlardır. Almanya'da sınırlı süreli hizmet akitlerine izin veren hükümlerin geçerliği 2000 yılına kadar uzatılmış ve daha esnek çalışma saatlerine izin veren yeni bir yasa çıkarılmıştır. Belçika'da, çalışma süresinin değiştirilmesine ilişkin usul basitleştirilmiş olup birbirini izleyen sınırlı süreli hizmet akitlerine artık izin verilmektedir. Yine Belçika'da, özellikle çeşitli geçici iş kategorilerinin ve çalışanların hizmet sürelerindeki kesintilerin teşvik edilmesi yoluyla mevcut işlerin yeniden dağıtımına yönelik araçlar geliştirilmektedir. Hollanda'da, özellikle işten çıkarmaya ilişkin önleyici deneme, çalışma süresi mevzuatı, deneme ve şartlı çalışma sürelerinin uzatılması ve geçici hizmet akitlerinin sürelerinin uzatılmasıyla ilgili olarak işten çıkarma usulleri daha esnek hale getirilmiş ve ilgili süreler kısaltılmıştır. İspanya'da, geçici süreli hizmet akitlerinin azami süresi üç yıldan dört yıla çıkarılmış olup geçici hizmet akitlerini süresiz akitlere dönüştüren işletmelere sübvansiyon sağlanmaktadır.

Bazı ülkeler, istihdam yaratma maliyetini azaltmaya yönelik önlemleri yürürlüğe koymuşlardır. İspanya'da, süresiz yarım gün istihdamla ilgili olarak yeni sübvansiyonlar uygulamaya konmuştur. Fransa'da yeni hükümet, ücretleri asgari ücretin (SMIC) 1,2 katını aşmayan düşük nitelikli işçilerle ilgili olarak ücret dışı giderleri % 10 oranında azaltmayı planladığını açıklamıştır. Belçika'da "Plan Plus Un" çerçevesinde, ilk işçisini istihdam eden işletmelerde, işverenin ödemek zorunda olduğu sosyal güvenlik giderlerinde ilk üç yıl için sırasıyla %100, %75 ve %50 oranında indirim yapılmaktadır; gerek Fransa'da gerek Belçika'da, düşük ücretli işçilerle ilgili olarak işverenin ödemesi gereken ücret dışı giderlerde bir indirim yapılmaktadır. Birleşik Krallık, Hollanda, İspanya, İtalya ve İrlanda'da işverenlerin ödemek zorunda oldukları sosyal sigorta katkı payları genel olarak azaltılmıştır. Lüksemburg'da, işverenlerin ücretler üzerinden ödedikleri sosyal güvenlik giderleri kaldırılarak bunların yerine Devlet tarafından yürütülen bir program yürürlüğe konmuştur. Almanya'da KOBİ'lerin doğum izniyle ilgili maliyeti karşılama yükümlülüğü kaldırılmıştır.

Avusturya, Hollanda ve Belçika, işsizlerin işe alınmasını işletmeler açısından daha çekici hale getirecek önlemleri yürürlüğe koymuştur. Avusturya'da, bir yıldan fazla bir süredir işsiz olan ve iş bulması güç olan bir kişinin istihdamı halinde, devlete bağlı iş ve işçi bulma kurumu bu kişinin ücretinin üçte ikisine kadar olan kısmını işverene geri ödeyebilmektedir. Hollanda'da, özellikle KOBİ'lere yönelik olarak 57 pilot proje başlatılacak olup bu projeler çerçevesinde, 20.000 işsiz iki yıl boyu işsizlik sigortası ödentilerini almaya devam ederek istihdam edilmeleri, daha sonra bu sübvansiyonun kaldırılması öngörülmektedir. Belçika'da yürürlüğe konulan bir uygulama, işsizlik destek programları yoluyla istihdam edilen işçilerle ilgili olarak işverenlerin sosyal sigorta katkı paylarının azaltılmasına izin vermektedir. KOBİ'lere destek çerçevesinde işe alınan işsizlerin ücretleri ve sosyal sigorta prim ödentilerine ilişkin bir destek de mevcuttur. Portekiz'de, ilk kez işe giren gençleri ve uzun süredir işsiz kalmış olanları işe alan işletmelere, aylık asgari ücretin 12 katı tutarında bir sübvansiyon sağlanmaktadır. İspanya'da, 45 yaşın üzerindeki işsizlerin ve engellilerin işe alınması durumunda sosyal sigorta primlerinde indirim yapılmaktadır. Finlandiya'da, işsizlerin işe alınması durumunda sübvansiyon sağlanmaktadır.

Bazı ülkeler, işgücü arzının niteliğini yükseltmek amacıyla çabalarını iş arayanların becerileri üzerinde yoğunlaştırmıştır. Avusturya'da "Arbeitstiftungen", başka şekilde iş bulamayacak olanların çalışma hayatıyla ilişkilerini sürdürmelerini sağlamakta, bir yandan KOBİ'lerin eleman bulmasına yardımcı olurken bir yandan da bu kişilere sürekli eğitim ve mesleki eğitim vermektedir. Belçika'da, 25 yaşın altındaki niteliksiz gençler için İstihdam-Eğitim Konvansiyonu, bu gençlere üzerinde mutabık kalınan bir merkezde mesleki eğitim vermekte ve şirketlerde çalışma imkanı sağlamaktadır. İsveç'te de işsizlerin eğitimi ve yeniden eğitimi konusunda programlar vardır.

Almanya ve Avusturya, bağımsız iş ve işçi bulma servisleri kurarak KOBİ'lerin nitelikli eleman bulma olanaklarını artırmayı amaçlamaktadır. Fransa ve Birleşik Krallık'ta bu alanda, işverenlere sağlanan bilgilerin niteliğinin yükseltilmesi üzerinde durulmaktadır. Fransa'da, özellikle KOBİ'ler tarafından işe alınan işçilerle ilgili idari işlemlerin basitleştirilmesi için "toplu işlem merkezleri"nin kurulması öngörülmektedir. Birleşik Krallık'ta, girişimcilerin bu konudaki bilgi eksikliğini telafi üzere eleman çalıştırılması konusunda yol göstermeyi amaçlayan kapsamlı uygulamalar gerçekleştirilmiştir.

A.2. Mali Önlemler

İstihdamı teşvik eden vergi istisnaları Üye Devletler'in başvurdukları başlıca mali yöntemdir.

Finlandiya'da, ailelere ait KOBİ'ler ve küçük işletmelerin gelirinin yatırıma giden bölümü tüketime giden bölümünden ayrılarak ilk bölüm, gelir vergisi oranları yerine standart kurumlar vergisi oranları üzerinden vergilendirilmektedir. İtalya'da ilave işçi çalıştıran firmalara vergi iadesi yapılabilmekte, yatırıma dönüştürülen karlar vergi dışı bırakılmaktadır. İrlanda'da, emek yoğun hizmet sektörlerinde uygulanan KDV oranı düşürülmüştür. Almanya'da KDV eşikleri yükseltilmiştir. İspanya'da, ulusal ve bölgesel teşvikler vergi düzeylerinde indirimleri ve istihdam yaratılmasıyla ilgili serbest amortismanı içermektedir.

B. İDARİ, MALİ, SOSYAL VE DİĞER KISITLARIN AZALTILMASI YOLUYLA KOBİLERİN KURULUŞUNUN VE GELİŞİMİNİN KOLAYLAŞTIRILMASI

B.1. İdari ve Hukuki Kısıtların Azaltılması

Basitleştirilmiş ve daha saydam usuller, beyan yükümlülüklerinden tanınan muafiyetler, toplu işlem merkezleri, işletmeler üzerindeki etki değerlendirmeleri ve mevzuatın ayıklanması, son yıllarda Üye Devletler'in KOBİ'lerin kuruluşunu ve gelişimini kolaylaştırmak üzere idari işlemleri basitleştirdikleri başlıca alanlardır.

İdari usullerle ilgili olarak, Fransa, Hollanda ve Finlandiya bir işletmenin kuruluşu için istenen belge ve bununla ilgili mevzuatın sayısını önemli ölçüde azaltmışlardır. Finlandiya'da şirketlerle ilgili bilgiler Ulusal İstatistik Bürosu'nda toplanıp koordine edilirken Fransa bu amaçla "İşletme İşlem Merkezleri"ni kullanmaktadır. İtalya'da eskiden mevcut olan altı ayrı verginin yerine tek bir vergi konulmuştur; ayrıca, bir izin başvurusu konusunda yetkili merci belirli bir süre içinde işlem yapmadığı takdirde, söz konusu izin otomatik olarak verildiği kabul edilmektedir. Finlandiya'da, şirket onay süreci basitleştirilmiş ve bütün vergiler için tek bir peşin ödeme usulü getirilmiş, yerel vergi daireleri bağlayıcı nitelik taşıyan emsal kararlar almaya yetkili kılınmıştır. İrlanda'da, her türlü vergi için tek bir kayıt formu uygulamasına başlanmıştır. Fransa'da, 1996'da aşağıdaki üç basitleştirme uygulamaya konulacaktır: tek sosyal güvenlik ve işe alım bildirimleri ve tek çıraklık sözleşmesi. Almanya'da ruhsat verme usulleri basitleştirilmiştir. Birleşik Krallık'ta cirosu düşük şirketler için, ayrıntıların önceden basılı olduğu ve üç hesap satırından oluşan yıllık beyannamelerin uygulamaya konmasıyla KOBİ'lerin yaptırmak zorunda

oldukları bürokratik işlemler azaltılmış ve yıllık hesapların zamanında verilmesi kolaylaştırılmıştır. İspanya'da, idari usullerin esnekleştirilmesi saydamlığı artırmakta ve cevapların daha hızlı verilmesini sağlamaktadır; bu ülkede de standart ve basitleştirilmiş formların kullanılması planlanmaktadır. Portekiz'de, şirket kuruluşuyla ilgili idari işlemlerin kolaylaştırılması amacıyla firma örgütleri Ulusal Şirketler Sicili'yle bir protokol imzalamışlardır.

Hukuki usullerdeki değişiklikler, KOBİ'lerin kuruluş kapsamını genişletmiş ve faaliyetlerinin tabi olduğu kuralları daha esnek hale getirmiştir. Almanya, Handelskammer tarafından tescil edilebilecek mesleklerin kapsamını genişletmiştir. Yunanistan'da, tek kişilik limited şirket kurulması artık mümkün hale gelmiştir. İspanya'da, yeni limited şirketler yasası şirketlerin tabi olduğu hukuki çerçeveyi basitleştirmekte ve daha esnek hale getirmektedir. Fransa'da, şirketin hukuki tanımının genişletilmesi, farklı işletme biçimlerinin tabi olduğu vergi ve sosyal güvenlik mevzuatındaki farklılıkları ortadan kaldırmıştır. Portekiz'de, noterlere şirket kuruluşunda daha geniş yetki tanınarak işlemler basitleştirilmiştir.

Uygulanan muafiyetler açısından, Avusturya'da daha fazla esneklik tanınarak cirosu düşük firmalara bilanço usulü yerine işletme defteri tutma imkanı verilmiştir. Birleşik Krallık'ta da, Şirketler Yasası'ndaki açıklama yükümlülükleri basitleştirilmiştir. Birleşik Krallık ve İrlanda'da, beyanname verilmesiyle ilgili külfetlerin azaltılması için KDV beyannemesi eşikleri artırılmaktadır.

Yeni işletmelerin kurulmasını teşvik etmek üzere Almanya'da ticaret odaları, İsveç'te ise bölgesel destek kuruluşları (ALMI) tarafından Toplu İşlem Merkezleri kurulacaktır. Belçika ve İspanya'da, KOBİ'lerin devlet dairelerindeki bütün işlemleri için tek bir bağlantı noktası kurulması öngörülmektedir.

Birleşik Krallık'ta, mevzuat ayıklama inisiyatifi, mevcut mevzuatın geliştirilmesi, yeni mevzuatın basitleştirilmesi ve uygulama duyarlılığının artırılması amacını taşımaktadır. Bu inisiyatif, bütün mevzuat önerilerinde özel sektörle bir danışma aşamasına yer verilmesini ve "küçüklerin gözetilmesi" ilkesinin uygulanmasını içermektedir. Bu inisiyatifin gelecekte geliştirilmesi, fason üreticilere/taşeronlara daha

fazla başvurulmasını içerecektir. Diğer ülkeler de benzer İşletme Etki Değerlendirmesi ve mevzuat ayıklama inisiyatiflerinin değişik aşamalarında. Almanya'da, tüketicilerin korunmasıyla ilgili yeni hükümlerin KOBİ'ler üzerindeki etkisi üzerinde durulmaktadır. İsveç bütün ticari mevzuatını sistematik biçimde elden geçirmektedir. Yunanistan, basitleştirme çalışmaları yapmak üzere her Bakanlık'ta ayrı bir birim oluşturmuştur. İrlanda'da, mevcut ve yeni mevzuatın KOBİ'ler üzerindeki etkisini incelemek üzere bir parlamento komisyonu kurulmuştur. İşletme Etki Değerlendirmesi uygulaması Hollanda'da başlamak üzere, İspanya'da ise incelenme aşamasındadır.

B.2. KOBİ'lerin Mali Ortamının Geliştirilmesi

Vergi reformu, çeşitli vergi muafiyetleri ve kurumlar vergisi oranlarının azaltılması, Üye Devletler'in sürdürdüğü başlıca mali önlemlerdir.

Almanya'da, vergi reformu birleşmeler ve reorganizasyonlar üzerinde yoğunlaşmıştır; tüzel kişiliğin, vergi açısından değişikliklere yol açmaksızın sermaye şirketinden şahıs şirketine dönüştürülmesi mümkün hale getirilmiş olup bu KOBİ'ler açısından özel önem taşıyan bir gelişmedir. İsveç'te, limited şirketler, adi ortaklıklar ve serbest meslek sahipleri vergi bakımından aynı işleme tabi tutulmaktadır. İtalya, işletmeye yatırılan faaliyet gelirini, duruma göre gelir vergisi veya kurumlar vergisinden muaf tutmaktadır. Fransa'da, kuruluşunun üzerinden üç yıl geçmemiş bir işletmeye veya cirosu 140 milyon frankın altında olan ve borsaya kote edilmemiş bir KOBİ'ye yapılan yatırımlara %25 vergi indirimi uygulanmaktadır. Belçika'da, işletmelerin öz kaynaklarını güçlendirmek üzere mali rejimin gözden geçirilmesi düşünülmektedir. İrlanda'da, gelir, kurumlar ve sermaye kazançları vergilerine ilişkin mevcut mevzuatın günün gereklerine uyarlanması planlanmaktadır.

Uygulanan muafiyetler arasında, Hollanda, Portekiz ve İspanya ile Fransa'nın gelişme bölgelerinde, işletmenin kuruluşunu izleyen ilk yıllarda indirimli vergi uygulaması yapılmaktadır. Hollanda'da da yeni kurulan işletmelere tanınan vergi indirimleri artırılacak olup İspanya'da ATG çalışmalarına yapılan yatırımlar için ayrıca bir vergi indirimi vardır. Avusturya'da, küçük işletmelere tanınan vergi muafiyetleri artırılmıştır. Finlandiya'da, KOBİ'lerden alınan emlak vergileri azaltılmış,

İrlanda'da ise şirketlerin ayda bir yerine üç ayda bir vergi beyannamesi vermesine olanak tanıyan eşikler yükseltilmiştir. Yeni Alman Eyaletleri'nde, belediyelerin aldığı ticaret sermayesi vergisi ("Gewerbekapitalsteuer") geçici olarak kaldırılmış, belediyelere ödenen ticari kazanç vergisi ("Gewerbeertragsteuer") ise KOBİ'lerin lehine azaltılmıştır; imalat yapan KOBİ'lerin satışlarından elde ettikleri kazançlara tanınan vergi istisnasının kapsamı genişletilmiştir. Almanya, İspanya, Hollanda ve İrlanda'da kurumlar vergisi oranları düşürülmüştür. Almanya'da gelir vergisinin en yüksek dilimindeki oran azaltılmış, işletme vergisi eşiği artırılmış ve uygulandığı matrah azaltılmıştır. Birleşik Krallık'ta, işletmeler eğitim giderleri karşılığında, işçiler ise ücretini kendi ödedikleri mesleki eğitim giderleri karşılığında vergi iadesi alabilmektedir. Finlandiya'da, kurumlar vergisi oranı, yatırım vergisi oranı ve stopaj oranı düşürülmektedir.

B.3 Sosyal Mevzuattan Kaynaklanan Kısıtların Azaltılması

Bu başlık altında iki ana eylem alanı vardır. İlk olarak, Belçika, Hollanda, Danimarka, Finlandiya ve İspanya'da, yeni bir işletme açan işsizlere işsizlik yardımının ödenmesinin sürdürülmesi uygulaması söz konusudur. İkinci olarak, Birleşik Krallık ve İrlanda'da küçük şirketler için basitleştirilmiş sağlık ve güvenlik kuralları uygulamaya konmuştur.

C. KOBİ'LERDE YÖNETİM KALİTESİNİN YÜKSELTİLMESİ

C.1. KOBİ'lerin Eğitim Programlarından Yararlanmasının Kolaylaştırılması

Eğitim için finansman sağlanması, özel ve genel eğitim programları, eğitim hizmetlerinin koordinasyonu ve niteliklerin daha geniş biçimde tanınması Üye Devletler'in bu alandaki politikalarının yoğunlaştığı başlıca alanlardır.

Almanya'da, eğitimin finansmanı, zanaat, sanayi ve dağıtım sektörlerine sübvansiyonlu, garantili krediler biçiminde gerçekleşmektedir. Birleşik Krallık'ta, işgücü eğitimi önemli bir iş yatırımı alanı olarak görülmekte ve bunu desteklemek için küçük işletmelere kredi verilmektedir. Birleşik Krallık ve İrlanda'da, on veya daha fazla KOBİ'nin katılımıyla gerçekleştirilen eğitim programları için özel hükümler vardır.

İspanya'da, KOBİ gruplarının katıldığı eğitim programları için kamu fonları kullanılmaktadır. Lüksemburg'da, Ticaret Odaları'nın eğitim merkezlerine finansman sağlanmaktadır.

Özel eğitim programları konusunda, Avusturya'da kalite sürecinin yönetimine önem verilmekteyken Fransa'da başlıca alanlar bakım, çevre ve kaliteyi kapsamakta, İspanya'da ise sınai tasarım tekniklerinin daha iyi anlaşılması üzerinde durulmaktadır. Birleşik Krallık'ta Uluslararası Kalitede İmalat ve KOBİ'lerdeki kilit işçilerin eğitimini güncellemeye yönelik bir program üzerinde durulmaktadır. Genel eğitim programları, Finlandiya'da lisans üstü kurumlar, Belçika'da ise şirket-içi tecrübe ve uzman eğitim merkezlerini içeren karma bir uygulama yoluyla gerçekleştirilmektedir. Danimarka'da, eğitim teknik okullar ve KOBİ federasyonu aracılığıyla koordine edilmektedir. Fransa'da görülen yeni bir eğilim, eğitim programlarının yöneticiler üzerinde yoğunlaşmasıdır.

Eğitim hizmetlerinin koordinasyonu, Birleşik Krallık'ta Eğitim ve İşletme Merkezleri'nin özel sorumluluğudur. İsveç'te, koordinasyon rolü, her bölgede il meclisleriyle ortaklaşa şubeleri bulunan bölgesel destek kuruluşları (ALMI) yoluyla yerine getirilir; yönetim kalitesinin yükseltilmesi bu kuruluşların işlerinin önemli bir bölümünü oluşturur. Portekiz'de, İşletme Kuruluş Programı, genç girişimcilerin kapasite ve uzmanlığını artırmaya yönelik entegre desteği sağlar. İrlanda'da, entegre yaklaşım PLATO ağı yoluyla sağlanır.

Almanya'da yeni uygulamaya konulan bir inisiyatifle niteliklerin tanınma alanı genişletilmiş olup birçok meslek için üniversite eğitimi şartı artık aranmadığından bu, KOBİ'lerde çalışanların niteliklerini geliştirme olanaklarının artması anlamına gelmektedir. Bu inisiyatif, şirket dışından tutulabilecek nitelikli uzman arzını da artırarak KOBİ'lerin uzman tutma maliyetini düşürebilecektir.

C.2. KOBİ'lere Sağlanan Bilginin Geliştirilmesi

En iyi uygulamanın anlaşılması, bilgilere daha iyi erişimin sağlanması ve daha kapsamlı bilgi hizmetleri Üye Devletler'in bu alandaki politikalarının temel unsurlarıdır.

Birleşik Krallık'ta, en iyi uygulamanın tanıtılmasına verilen öneme, kendi kendine yardım ve başkalarından öğrenme konularının vurgulandığı işletme bağlantıları öncülük etmektedir. İrlanda'da, kilit yönetim alanları için en iyi uygulama kılavuzları hazırlanmıştır.

Belçika, İsveç ve İrlanda'da, bilgiye erişimi güçlendirmek için ivedi başvuru telefon servisleri kurulmaktadır. Birleşik Krallık, İspanya ve Portekiz'de bu amaçla bilgisayar veri tabanları geliştirilmektedir.

Daha kapsamlı bilgi hizmetleri, Hollanda'da İşletme Evleri, Danimarka'da Teknoloji Bilgi Merkezleri, Finlandiya'da ise bölgesel yönetim büroları ağı yoluyla sağlanmaktadır. Avusturya'da, yeni teknolojilerin anlaşılmasında yönetimin karşılaştığı güçlüklerin üstesinden gelinmesi amacıyla, KOBİ yöneticilerinin önde gelen şirketlere ziyaretler düzenlemesini içeren bir program mevcuttur.

C.3. KOBİ'lere Sağlanan Danışmanlığın Geliştirilmesi

Danışmanlık hizmetlerinin sağlanması ve danışmanlara mali destek verilmesi

Üye Devletler'in politikalarının temel unsurlarıdır.

Genel danışmanlık hizmetleri, daha çok kapsamlı danışmanlık sağlanması üzerinde yoğunlaşmaktadır. Birleşik Krallık'taki "Supernet" sistemi küçük firmaları, ileri uzmanlık merkezlerinin ulusal ve uluslararası ağlarına tanıtılmaktadır. Finlandiya'da, genel programlar, bir yandan girişimcilerin kendi düşüncelerinin gerçekleştirilebilirliğini ve girişimci olmaya uygun olup olmadıklarını değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır; bu programlar varolan KOBİ'lerin mevcut konumlarını analiz etmelerine ve bir gelişme programı hazırlamalarına yardımcı olmaya yönelik dış danışmanlık desteği de sağlarlar. İrlanda'da, emekli işletme yöneticileri KOBİ'lere yol gösterme işlevini yerine getirmekte, PLATO programı ise KOBİ'lerin hem sahibi hem de yöneticisi olan kişilere büyük şirketlerin uzmanlığından yararlanma olanağı sağlamaktadır. Hollanda'da, temel inisiyatif ağların ve danışmanlık hizmetlerinin

koordinasyonu ile ilgilidir; kendi işyerlerini kuran işsizlere danışmanlık ve destek sağlamak üzere bir dizi pilot proje başlatılmıştır.

Özel danışmanlık hizmetleri, Fransa'da taklit ürünler ve stratejik yönetim, Danimarka'da bilgi ve kalite sistemleri ve çevre yönetimi, Finlandiya'da ise teknoloji ve ihracat üzerinde yoğunlaşmıştır.

Almanya, İspanya, Danimarka, Yunanistan, Birleşik Krallık ve İrlanda'da, danışman tutmak için mali destek de sağlanmaktadır.

D. KOBİ'LERİN AR-GE ÇALIŞMALARININ DESTEKLENMESİ

D.1. KOBİ'lerin Araştırma Programlarına Katılımının Kolaylaştırılması

Ulusal politikalarda, KOBİ'lerde yenilikleri kolaylaştırmak üzere KOBİ'ler ile Araştırma Merkezleri arasında işbirliğine ve Ar-Ge için dolaylı ve dolaysız mali desteğe ağırlık verilmektedir.

Almanya'da, federal araştırma işbirliği programı, ortaklaşa araştırma ve araştırma personelinin mübadelesi dahil işletmeler ile araştırma kuruluşları arasındaki bağlantıları teşvik eder. Avusturya sanayi ile araştırma kuruluşları arasındaki işbirliği konusunda bir program başlatmıştır. Birleşik Krallık'ta, LINK Programı yüksek öğretim kurumları ile KOBİ'ler arasında işbirliği yoluyla sürdürülen Ar-Ge çalışmalarını teşvik eder. Fransa'da, Teknoloji Yaygınlaştırma Ağı, özel araştırma ihtiyaçları olan KOBİ'ler ile ihtiyaçlarını en iyi biçimde karşılayabilecek durumda olan araştırma merkezi arasında bağlantı kurar. Finlandiya'da, TEKES ulusal ağı KOBİ'ler, üniversiteler ve araştırma merkezleri ile dünya ölçeğindeki bir teknoloji merkezleri ağı arasındaki bağlantıları koordine eder; bu ağ, hedeflenen KOBİ gruplarına programların ve projelerin pazarlanması üzerinde odaklaşmıştır. Yunanistan'da, ulusal politika KOBİ'lerin uzmanlaşmış Ar-Ge kuruluşlarıyla işbirliğini teşvik eder. İrlanda'da, KOBİ'lerin araştırma programlarına yakınlaştırılmasını sağlamak amacıyla üniversite kampüslerinde teknoloji merkezleri kurulmuştur.

KOBİ'ler tarafından yapılacak yenilikler, ticari bir uygulamayla sonuçlanacak piyasaya yönelik yeniliklerin özendirilmesi yoluyla desteklenir. Birleşik Krallık'ta, SMART programı küçük firmaların teknolojik fizibilite etüdlerini desteklerken SPUR programı yeni ürünlerin ve süreçlerin geliştirilmesinde KOBİ'lere katkıda bulunur. İrlanda'da, buluşlar servisi girişimcilere patent almalarında yardımcı olur. İsveç'te, Ulusal Sınai ve Teknik Geliştirme Kurulu KOBİ'lerin Ar-Ge çalışmalarını destekler. Yunanistan da KOBİ'lere uygulamalı teknolojiler ve yenilikçi ürünler geliştirmelerinde destek sağlar.

Avusturya, Ar-Ge ortağı arayan firmalara finansman sağlar. Fransa'da, Teknoloji Hizmetleri Enstitüsü, bir araştırma merkezi ve bir KOBİ ile ortaklaşa gerçekleştirdiği geliştirme projelerindeki geliştirme çalışmalarının finansmanına katılır. Hollanda'da mali destek daha dolaysız biçimde sağlanır: "Techno-starters" programları çerçevesinde, teknoloji araçları yüksek teknolojili çekirdek projeleri seçerler ve desteklemeleri için bu projeleri finansörlere sunarlar.

D.2. Ar-Ge Sonuçlarının KOBİ'ler Arasında Yaygınlaşmasının Teşviki

Teknoloji danışmanları, araştırma kuruluşları ile KOBİ'ler arasında personel mübadeleleri ve teknoloji transferi inisiyatifleri, Ar-Ge sonuçlarının KOBİ'ler arasında yaygınlaştırılmasında kullanılan başlıca araçlardır.

Birleşik Krallık'ta, tasarım ve teknoloji danışmanları Ar-Ge sonuçlarının nasıl özümzeneceği konusunda KOBİ'lere tavsiyede bulunurlar. Danimarka'da, Teknoloji Hizmeti Enstitüsü'nün rolü artırılarak bu enstitü yerli ve yabancı araştırma merkezleri ve KOBİ'ler arasındaki başlıca bağlantı noktası haline getirilmiştir. Fransa'daki ATOUT inisiyatifi, ileri malzemeler ve enformatik üzerinde yoğunlaşmıştır. İsveç'te, ALMI ağı teknoloji ve yenilik kaynaklarının standartlarını yükselterek KOBİ'lerin Ar-Ge çalışmalarını destekleyecek danışmanlar sağlar; bu ağ teknoloji yaygınlaştırması çalışmaları sürdüren çeşitli kuruluşlar arasında işbirliği ve koordinasyonu artırmaya yönelik bir inisiyatifi bir süre önce uygulamaya koymuştur. Yine İsveç'te, bir yenilikçi uygulama danışmanları ağı da dahil yeniliklerin ilk aşamasını ve diğer önlemleri finanse etmek üzere bir Yenilikler Merkezi kurulmuştur. Portekiz'de de belirli

sektörlerdeki yenilikçi teknolojilerin kullanımına ilişkin demonstrasyon eylemleri desteklenmektedir.

Danimarka'da, araştırma kuruluşları ile KOBİ'ler arasındaki personel mübadeleleri, bir geliştirme projesine katılım yoluyla şirkete yeni bilgiler getirmek üzere bir akademisyeni istihdam eden küçük şirketlere hibeler sağlayan Buzkıran Programı çerçevesinde teşvik edilmektedir. Birleşik Krallık'ta, Öğretici Şirketler Programı, yüksek nitelikli üniversite mezunlarının, ortak akademik/sanayi gözetmenlerin yanında KOBİ'lerde iki yıl süreyle yarım gün esasıyla çalışmasını olanaklı kılar.

İspanya'da, teknoloji transferi inisiyatifleri, araştırma sonuçlarını sanayiye aktarmak üzere bir program uygulayan Bakanlıklar-arası Bilim ve Teknoloji Komisyonu eliyle yürütülür. Finlandiya'da, TEKES KOBİ'lerin teknoloji transferi faaliyetlerine katılımını ulusal, bölgesel ve uluslararası programlar yoluyla teşvik eder. Belçika'da KOBİ'lerin patentlere erişimini ve prototipler ile yeni ürünleri piyasaya sunmalarını kolaylaştırmaya yönelik bir program vardır.

E. KOBİ'LERİN FİNANSMAN OLANAKLARINDAN YARARLANMASININ KOLAYLAŞTIRILMASI

E.1. İşletmelerin Kuruluşunun Finansmanı

Yeni işletmelerin kurulması, vergilere veya sübvansiyonlara dayanan devlet destekleri yoluyla teşvik edilmektedir. Ayrıca, bazı ülkeler işsizlerin kendi işlerini kurmasını desteklemeye yönelik önlemler uygulamaktadır.

Vergiye dayanan devlet desteği, İrlanda'da, bir girişimcinin daha önce istihdam edilirken ödediği vergilerin yapacağı yatırımda kullanmak üzere kendisine iade edilmesi biçimindedir. Almanya, İspanya, Portekiz, Yunanistan ve İrlanda'da işe yeni başlayanlara sübvansiyonlar sağlanır. İrlanda, İsveç, İspanya ve Yunanistan'da krediler, Birleşik Krallık ve Fransa'da ise teminatlar sağlanır. Ayrıca, Birleşik Krallık'taki Büyüme Başlangıcı Programı, hızla büyüyen yeni kuruluşların desteklenmesine ağırlık verir. İsveç ve İrlanda, yeni kurulan işletmelere

başlangıç sermayesi sağlarlar. Hollanda, işe yeni başlayan girişimcilerin finansörlere ulaşmasını kolaylaştıracak yeni bir projeyi uygulamaya koymayı planlamaktadır.

Almanya'da, kendi işini kuran işsizlerin altı ay süreyle işsizlik ödentisi almasına imkan verilmektedir. Fransa'daki ACCRE İnişiyatifi de işsizlere destek üzerinde yoğunlaşmıştır. İsveç'te, iş kurma planı olan işsiz bir kişi işsizlik ödentisinin %50'sini belirli bir süre almaya devam edebilir. Lüksemburg iş bulması güç olan kişilerin kurduğu işlere özel bir yardım sağlar.

E.2. İşletmelerin Gelişiminin Finansmanı

KOBİ'lere kredi finansmanın ve özel yatırımların kolaylaştırılması Üye Devletler'in öncelikleri arasındadır. Almanya'da, devlet yatırım fonları KOBİ'ler üzerinde yoğunlaşmıştır. Fransa'da SOFARIS büyüme aşamalarında KOBİ'lerin aldıkları kredilere teminat vermektedir. İsveç'te, KOBİ gelişim projeleri için sübvansiyonlu krediler verilmekteyken Belçika'da bölgesel yatırım şirketleri KOBİ kredilerine kefil olmaktadır.

Birleşik Krallık'ta, KOBİ'lere yapılan özel yatırımlar, büyüme potansiyeline sahip, ancak borsada kote edilmemiş şirketler için Alternatif Yatırım Piyasası'nın uygulamaya konmasıyla, Risk Sermayesi Sandıkları için ilave vergi indirimi sağlanması yoluyla ve borsada kote edilmemiş şirketlerin öz sermaye bulmasına yardımcı olan İşletme Yatırım Programı yoluyla kolaylaştırılmaktadır. Bir başka uygulama olan "İşletme Meleği" sistemine göre, borsada kote edilmemiş şirketlere yapılan yatırımlardan elde edilen karlar, yeniden bu hisselerle yatırıldığı takdirde vergi dışı bırakılmaktadır.

İtalya, yeniden yatırılan işletme sermayesinin vergilendirilemeyeceğini öngören yeni bir yasa çıkarmıştır. Bu muafiyet kurumlar vergisi sisteminin ötesine geçerek gelir vergisine tabi olan diğer işletmeleri de (örneğin şahıs ortaklıklarını) kapsamaktadır. Fransa'da başlatılan bir uygulamaya göre, üç yaşından küçük bir işletmeye ya da borsada kote edilmemiş ve cirosu 140 milyon franktan düşük olan bir KOBİ'ye yapılan yatırımlara, yatırımın %25'ine eşit bir vergi indirimi sağlanmaktadır.

İrlanda'da uygulamaya konulan bir önlemle yeni girişimcilere ve yeni bir işletmeye yatırım yapan diğer kişilere önceki üç yıl boyunca istihdam edildikleri süre içinde ödedikleri gelir vergisi (belirli sınırlara tabi olarak) iade edilebilmektedir. Belçika ve Alman hükümetleri de, vergi açısından öz sermayeye uygulanan işlemlerdeki farklılığa son vermek amacıyla tasarlanmış önlemlerle ilgilenmektedir.

Birleşik Krallık ve İtalya'da da, işletmeler için yabancı kaynak ve öz sermaye finansmanının tabi olduğu işlemlerdeki farklılığı ortadan kaldırmaya yönelik projeler tartışılmaktadır. Önerilerin temel bir özelliği, hissedarın işletmeye yatırılan fonları temelinde işletmelere "Kurum Sermayesi İndirimi" olarak adlandırılan bir vergi indirimi tanınacak olmasıdır.

Fransa'da, onaylanmış gelişme şirketlerinin büyümekte olan işletmelere yaptıkları yatırımın %50'si devlet tarafından garanti edilmekte, İsveç'te ise borsada kote edilmemiş şirketlere yapılan yatırımlara vergi istisnaları tanınmaktadır. Lüksemburg'da, işletmeye yeniden yapılan yatırımlar vergi indiriminden yararlandırılmaktadır. Danimarka'da, KOBİ'ler konusunda uzmanlaşmış risk sermayedarlarına devlet yardımı sağlanmaktadır.

E.3. İşletme Devirlerinin Finansmanı

Miras vergilerinde elverişli işlem ve sübvansiyonlu krediler, işletme devirlerinin finansmanını kolaylaştırmak için uygulanan başlıca önlemlerdir.

Birleşik Krallık'ta, şirket statüsünde olmayan işletmelerin ve KOBİ'lerdeki hisselerin devri miras vergisinden tamamen muaf tutulmaktadır. Belçika ve İspanya'da, işletmelerin devirlerini kolaylaştırmak için sübvansiyonlu krediler sağlanmaktadır. Fransa'da, SOFARIS işletmelerin devrini kolaylaştırmak üzere kredi teminatları vermektedir. 1996'da yürürlüğe girmesi öngörülen bir yasaya göre, işletmeyi devralanların ilerideki beş yıl boyunca işletmeyi sürdürmeleri şartıyla intikal vergisinde %50 indirim yapılmaktadır. İrlanda'da yeni kabul edilen bir yasa, şirketlerin dağıtılmamış karlarından "ticaret yararına" hisse satın almalarına olanak tanımakta ve devredilen işletme varlıklarının tamamının %50'si miras ve intikal

vergisinden muaf tutulmaktadır. Danimarka'da, işletmenin devri halinde miras ve intikal vergilerinde önemli bir indirim yapılmakta ve bu vergiler ertelenmektedir. Finlandiya'da, tarımsal girişimciler, varlıkların bir kuşaktan diğerine intikali durumunda özel finansman düzenlemelerinden yararlanabilmektedir. Almanya'da, işletmelerin devri, miras ve intikal vergisi ödemesinin 7 ile 10 yıl arasında değişen bir zaman çerçevesine yayılması ve bu süre içinde faiz alınmaması yoluyla kolaylaştırılmaktadır. Ayrıca, intikal vergisinin alınmasından önce işletme sermayesinin birim değerinden %25 indirim yapılmaktadır. Bu, finansman şirketlerinin hisselerine de uygulanmaktadır. Hollanda'da, miras vergisinin faizsiz olarak ödenmesi için tanınan süre 5 yıldan 10 yıla uzatılacaktır.

F. KOBİ'LERE İÇ PAZARA DAHA İYİ ENTEGRASYON VE ULUSLARARASILAŞMA KONUSUNDA YARDIM

Bazı Üye Devletler hem İç Pazar'a daha iyi entegrasyon hem de uluslararasılaşmaya yönelik inisiyatiflerin mevcut olduğunu belirtmişlerdir. Bu inisiyatifler genel nitelikte oldukları durumlarda uluslararasılaşma başlığı altında açıklanmıştır.

F.1. KOBİ'lerin İç Pazara Entegrasyonu

İç Pazar'a girişi, danışmanlık hizmetlerini ve etüdleri teşvik etmeye yönelik programlar, Üye Devletler'in İç Pazar'a ilişkin olarak başvurdukları başlıca araçlardır.

Birleşik Krallık'ta, KOBİ'lerin Avrupa'daki piyasa tabanlarını geliştirmek üzere "Opportunity Europe" (Avrupa Fırsatı) Programları tasarlanmıştır. Fransa'daki "Partenaires pour L'Europe" (Avrupa İçin Ortaklar) inisiyatifi bu alandaki standartlar ve kalite üzerinde odaklanmıştır. Yunanistan İç Pazar işbirliği projelerine destek vermekte, Portekiz ise Avrupa'daki ihalelere katılma çabalarına ortak finansman sağlamaktadır.

Birleşik Krallık'ta, İç Pazar'da ticaret yaparken güçlüklerle karşılaşan şirketlere danışmanlık hizmetleri sağlayan bir Tek Pazar Uyum Birimi vardır. Birleşik Krallık,

ayrıca, iç pazardaki ticaret fırsatları hakkında ayrıntılı sektörel çalışmalar yürütmektedir.

F.2 KOBİ'lerin Üçüncü Ülkelere Yaptığı İhracat

Mali destek, danışmanlık hizmetleri, ihracatı teşvik hizmetlerinin daha iyi koordine edilmesi ve daha iyi biçimde sağlanması ve ihracat riskini azaltma önlemleri Üye Devletler'in yeni politikalarının başlıca özellikleridir.

İspanya'da, mali destek, yurt dışına açılmakta olan şirketlere yatırım yapılması yoluyla sağlanmaktadır. Finlandiya teknolojiye dayalı KOBİ'lerin uluslararasılaşması için özel destek sağlamaktadır. Danimarka, Doğu Avrupa'daki işletmelerle işbirliği için finansman sağlamaktadır.

Birleşik Krallık'ta, danışmanlık hizmetleri KOBİ'lerin ihracat ihtiyaçlarını belirlemelerine yardımcı olmakta ve ihracat stratejilerinin başarıyla uygulanması için destek sağlamaktadır. Almanya'da, örneğin Asya ve Latin Amerika ülkeleriyle ticari işbirliği programları türünden programlar konusunda danışmanlık verilmektedir. Yunanistan'da ihracat konsorsiyumlarının oluşturulması kolaylaştırılmıştır.

Hollanda'da, uluslararasılaşma ile ilgili bilgilerin daha iyi yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla devletin, ticaret odalarının, bankaların ve KOBİ'leri temsil eden kuruluşların verdikleri hizmetlerin daha fazla koordine edilmesi üzerinde durulmaktadır. Belçika'da, Dış Ticaret Dairesi'nin ilgili diğer organlarla daha fazla işbirliği yapması ve dış kredi sigortası olanaklarının daha iyi kullanımını da dahil ihracatın teşvikiyle ilgili federal organlar arasında daha fazla koordinasyon sağlanmaktadır. Alman büyükelçilikleri artık dış pazarlara giren KOBİ'lere yardımcı olmaktan özel olarak sorumludur.

İhracatla ilgili risklerin azaltılması amacıyla, Doğu Avrupa'yla iş yapan şirketlerin bu ülkelerdeki kuruluş giderleri %50 oranında sübvansiyonla desteklenmektedir. Finlandiya'da, ihracatın çeşitlendirilmesini teşvik etme amacına yönelik sübvansiyonlar uygulanmaktadır. Birleşik Krallık'ta, deneyimli ihracatçılar KOBİ'lere

İhracatı Geliştirme Danışmanlığı yapmak üzere istihdam edilmektedir. İrlanda'da, Avrupa'nın kilit piyasa bölgeleriyle resmi bağlantılar oluşturulmaktadır.

G. DİĞER ÖNLEMLER

G.1 KOBİ'lerin Bilgi Toplumundan Yararlanmasının Teşviki

Bilgi teknolojisinin kullanımını ve İNTERNET ve diğer altyapılara erişimi teşvik etmeye yönelik programlar, KOBİ'lerin bilgi toplumundan yararlanmasını desteklemekte kullanılan başlıca araçlardır.

Finlandiya'da, KOBİ'lerin bilgisayar donanımı, yazılımı ve hizmetlerine ilişkin mevcut işbirliği projelerine katılmak üzere bilgi teknolojisini kullanmalarını teşvik etmek amacıyla bir KOBİ tele-programı başlatılmıştır. Birleşik Krallık'ta, KOBİ'leri bilgi teknolojisinin ve bilginin kullanımı ve yararları konusunda eğitmek üzere bilgi teknolojisi üreticileriyle ortaklaşa eğitim kursları verilmektedir. Yunanistan'da, bilgi ve ağ uygulamaları konusunda KOBİ'lere destek sağlanmaktadır.

Birleşik Krallık'taki İleri Bilgi Teknolojisi Servisi, abonelerin İNTERNET yoluyla bilgiye erişmesine yardımcı olmaktadır. Hollanda'da ve Avusturya'da, Ticaret Odaları'na İNTERNET yoluyla bilgi verme olanağı sağlanmaktadır. İrlanda'da, KOBİ'ler için uzaktan bilgilendirme sanayiinin kuruluşunu kolaylaştırmak üzere gelişmişlik düzeyi görece düşük yörelerde en yeni telekomünikasyon altyapıları kurulmaktadır.

G.2 KOBİ'lerin Kamu Piyasalarına Girişinin Kolaylaştırılması

Veri tabanlarının sağlanması ve tanıtım kampanyaları, KOBİ'lerin kamu piyasalarına erişimini kolaylaştırmakta kullanılan başlıca araçlardır.

Avusturya ve Finlandiya'da (bölgesel olarak) TED (İhale Günlüğü) veri tabanı kullanılmaktadır. Fransa'da, ihaleler Minitel veri tabanı yoluyla öğrenilebilmektedir. Birleşik Krallık'ta, video konferans ve ulusal üretici veri tabanlarına bölgesel bürolar yoluyla erişilebilmektedir.

Birleşik Krallık'ta, kamu sektörü satın alma bürolarına küçük işletmelerle iş yapmanın yararları konusunda bilgi verilerek tanıtım çalışmaları desteklenmektedir. İrlanda'da bilgi rehberlerine, seminerlere ve "alıcıyla tanışma" sergilerine ağırlık verilmektedir.

İrlanda'da da, KOBİ'lerin kamu sektörüne yaptıkları satışları artırmak ve kamu ihalelerine daha iyi hazırlanmalarını sağlamak üzere uzmanlaşmış danışmanlık desteği verilmekte olup ulusal satın alma ve taşeronluk veri tabanı kurulması ve KOBİ'ler ve satın alma görevlileri için bir danışmanlık servisi geliştirilmesi planlanmaktadır. Belçika'da, kooperatiflerin kamu piyasalarına daha kolay girmelerini sağlamak amacıyla mevzuat değiştirilmiştir.

G.3 Bir İşletme Kültürünün Geliştirilmesi

Girişimciliğin teşviki, işletme kültürünün geliştirilmesinde başvurulan başlıca yoldur. Almanya, Avusturya ve Lüksemburg'da tanıtım programları Ticaret Odaları tarafından yürütülmektedir. Finlandiya'da "Girişimciler Onyılı" projesi, istihdam yaratmakta gönüllü bir yol olarak girişimciliğe ve bağımsız çalışmaya elverişli bir ortam yaratılmasına yöneliktir. İrlanda'da, kendi işlerini kurmaya teşebbüs eden üst düzey işletme yöneticileri için bir İşletme Hazırlık Programı başlatılmış ve işe yeni başlayan çok küçük işletmeleri desteklemek üzere İşletme Kurulları oluşturulmuştur.

EK-5. SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ BAŞVURU FORMU

Şirket unvanı
Adres-Telefon-Faks-E-Posta
Adres:
Telefon:
Faks:
E-Posta:
Vergi dairesi ve vergi no:
Ticaret sicil no:
İlgili üretim dalı (Ek-1'de yer alan üretim dallarından biri yazılmalıdır.)
Sermayesi (Taahhüt edilen sermayenin hangi süre zarfında ödeneceği belirtilmelidir.)
Taahhüt edilen:
Ödenen:
Ortaklar ve hisse payları (Her bir ortağın unvanı ve ortaklık payı açık olarak yazılmalıdır.)
KOBİ: 250'den Fazla Çalışan İstihdam Eden Şirket: Gerçek Kişi: Mal, Ekipman ve Hizmet Sağlayan Şirket: Üretici Derneği, Üretici Birliği, Vakıf , Mesleki Federasyon v.b. Kuruluşlar:

Varsa ihracatınız ve ihracat yaptığınız ülkeler (Son takvim yılı itibarıyla)		
<u>Ülke</u>	<u>Miktar</u>	<u>Tutar</u>
Şirketin yönetim yapısı hakkında bilgi veriniz.		
Şirketin yönetim birimlerinde çalıştırılan veya çalıştırılması öngörülen eleman sayısı, öğrenim ve yabancı dil düzeyleri hakkında bilgi veriniz.		
İhracat:		
Muhasebe:		
Denetim:		
Ortaklarınız adına sektörünüzde düzenlenen uluslararası nitelikteki fuarlara veya Türk İhraç Ürünleri Fuarlarına katılmayı planlıyor musunuz? Planlıyorsanız yılda kaç fuara katılım sağlayacağınızı ve gerekçelerini belirtiniz.		
Ortaklarınız adına yurt dışında düzenlenen KOBİ'ler arası işbirliği programlarına katılmayı veya ortaklarınızın katılımıyla bu tür bir organizasyon gerçekleştirmeyi planlıyor musunuz?		
Ortaklarınız adına yurt dışında yürüttüğünüz ve/veya yürütmeyi planladığınız pazar araştırması/pazarlama faaliyetleri hakkında bilgi veriniz		
Dış Ticaret Müsteşarlığınca koordine edilen Ticaret Heyeti programlarına katılmayı planlıyor musunuz?		
Şirketiniz veya ortağınız şirketlerinin personel ve yöneticileri için yurt içinde veya yurt dışında seminer/eğitim programları düzenlemeyi veya düzenlenen seminer/eğitim programlarına katılmayı planlıyor musunuz? Planlıyorsanız eğitim konularını, eğitim vermesi öngördüğünüz kurum ve/veya kişileri, bir yıl içinde düzenleyeceğiniz eğitim faaliyeti sayısını belirtiniz.		
Yurt dışında faaliyette bulunan ofis/mağaza/şube/temsilcilik v.b. var mı? Varsa ülke ve şehir belirtiniz. Yoksa yurt dışında ortaklarınızın ürünlerini pazarlamak üzere		

ofis/mağaza/şube/temsilcilik v.b. açmayı planlıyor musunuz?
Ortaklarınız adına yurt dışında markalaşma faaliyetleri yürütmeyi planlıyor musunuz?
Şirketinizce yürütülmesi planlanan diğer pazarlama faaliyetleri hakkında bilgi veriniz.
Şirketinizin geleceğe yönelik öngörülerini, gelişme stratejilerini ve yıllar itibariyle ihracat hedeflerini anlatınız.
SDŞ statüsü almanın şirketinize sağlayacağı avantajları belirtiniz.
Yararlanmayı planladığınız ihracata yönelik devlet yardımlarını sıralayınız.
Diğer görüşlerinizi belirtiniz.

SDŞ Yetkilisinin Adı-Soyadı-Unvanı:

İmza ve kaşe:

Bu Forma İlave Edilecek Belgeler: (Tüm belgelerin asıllarının veya noter onaylı örneklerinin intikali gerekmektedir.)

1-Şirket kuruluşuna ve değişikliklere ait ticaret sicil gazeteleri. (Şirket ana sözleşmesinde imalatçı ibaresinin yer almamasına, her bir ortağın hisse oranının belirtilmesine dikkat edilmelidir.)

2-Şirketiniz ile ortağınız tarafından uygulanacak aracı ihracatçı sözleşmesi. (Müştaşarlık gerektiğinde aracı ihracatçı sözleşmesinde değişiklik yapılmasını talep edebilir.)

3-Şirket imza sirküleri.

4-Bağlı olduğunuz vergi dairesinden alınan, şirketiniz tarafından muhteviyatı itibariyle yanıltıcı belge düzenlenmediğini veya kullanılmadığını belgeleyen yazı.

SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ ORTAĞI BAŞVURU FORMU

Bu form ortaklar tarafından doldurulacak ve ekte istenen belgeler ile Diő Ticaret Müsteşarlığı'na yapılacak başvuruda kullanılmak üzere SDSŞ statüsü talep eden Şirkete verilecektir.

Şirket unvanı
Adres-Telefon-Faks-E-Posta
Adres:
Telefon:
Faks:
E-Posta:
Vergi dairesi ve vergi no:
Ticaret sicil no:
Ortağı olduğunuz başka Sektörel Diő Ticaret Şirketi var mı? Varsa unvanını belirtiniz.
Varsa Şirketinizce son iki yılda gerçekleştirilen ihracat ve ihracat yaptığımız ölkeleri belirtiniz.
<u>Ölke</u> <u>Miktar</u> <u>Tutar</u>
SDŞ ortağı olmanızın Şirketinize sağlayacağı faydaları belirtiniz.
SDŞ'lerin ortakları adına uluslararası fuarlara katılım sağlaması, pazar araştırması ve aktif pazarlama faaliyetleri yürütmesi hakkında önerilerinizi sıralayınız.

KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi hususunda önerilerinizi belirtiniz.		
Bugüne kadar ihracata yönelik devlet yardımlarından yararlandınız mı? Yararlandıysanız isimlerini ve destek tutarlarını belirtiniz.		
<u>Devlet Yardımı</u>	<u>Dönem</u>	<u>Miktar (ABD Doları)</u>
Diğer görüşlerinizi belirtiniz.		

Şirket Yetkilisinin Adı-Soyadı-Unvanı:

İmza ve kaşe:

Bu Forma İlave Edilecek Belgeler: (Tüm belgelerin asıllarının veya noter onaylı örneklerinin intikali gerekmektedir.)

1. Şirket kapasite raporu veya faaliyet belgesi. (profesyonel yönetici ve kuruluşlar hariç)
*Kapasite raporunun TOBB onaylı olmasına ve geçerlilik süresinin geçmemesine, faaliyet belgesinin ilgili meslek kuruluşundan (TESK v.b.) onaylı olmasına dikkat edilmelidir.
2. Şirket kuruluşuna ilişkin ticaret sicil gazeteleri. (TESK'e bağlı meslek federasyonları üyeleri için Esnaf ve Sanatkarlar Sicili aranır.)
3. Üretici Derneği, Üretici Birliği, vakıf, mesleki federasyon v.b. kuruluşlar için kuruluş belgeleri.
4. Gerçek kişi ortağın özgeçmişi.
5. Şirket imza sirküleri.
6. Bağlı olduğunuz vergi dairesinden alınan, şirketiniz tarafından muhteviyatı itibariyle yanıltıcı belge düzenlenmediğinin veya kullanılmadığının belgeleyen yazı.

KAYNAKLAR

Adomeit, Gerd; *Almanya 'da Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Sorunları Sempozyumu*; İstanbul Sanayi Odası Yayını, Lebib Yalkın Basımevi, İstanbul, 17 Mayıs 1991, s 85.

Akat, Ömer (1996); *Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi*; Ekin Kitabevi, Bursa

Akgemici, Tahir (2001); *KOBİ 'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, KOSGEB Yayınları, Ankara

AKIN, B.(1995); *Küçük Ve Orta Boy İşletmeler 'de Büyüme Sürecinde Yönetim Organizasyon ve Karaman Sanayinde Bir Uygulama*, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Akın, F.; (1996-5) *Avrupa Birliği Teknik Mevzuatı ve Gümrük Birliği 'nde Türkiye İçin Önemi* ; Makine Magazin, İstanbul

Aksu, M. (1993); *Uluslararası Pazarlamanın Önemi ve Dışa Açılma Düşüncesinde Olan İşletmelerin Dikkate Alması Gereken Faktörler*; Pazarlama Dünyası Dergisi, Kasım-Aralık, Yıl:7, Sayı:42

Akyüz, Kadri Cemil - Cındık, Hicabi (2001); *Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinde Pazarlama Fonksiyonu Üzerine Bir Araştırma (Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği)*; Pazarlama Dünyası Sayı.2001/3

Alagoz, Selda ve Alagoz, Mehmet (1998); *İhracatta Bir Örgütlenme Modeli Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticaretteki Performansları*, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:8 Sayı:1 Yıl:1998.

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

Alpugan, Oktay (1994); *Küçük İşletmeler, Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. 2.b., Der Yayınları, Ankara .:

Altınok, S. ,Alagöz, M.,Alagöz, S. ,Mercan, B.(1998). *Karaman Ekonomisini Yapısal Durumu, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticarete Rekabet Şansı*. S.Ü. Araştırma Fonu Proje No:97/041, Konya.

Altıntaş , Berra (1985); *Bir Finansman Tekniği Olarak Risk Sermayesi*, Para ve Sermaye Piyasası Dergisi

Arevalo, Martinez (1991); *İspanya'da KOS Kuruluşlarına Destek Programları, Finansman ve İhracatı Teşvik Uygulamaları, Küçük ve orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Sorunları Sempozyumu*, İstanbul Sanayi Odası Yayını, Lebib Yalkın Basımevi, İstanbul, 17 Mayıs 1991, s. 34-35.

Baykal, Cevdet (1996); *Küçük Ve Orta Boy İşletmeler'in İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*; DTM Yayınları, Ankara.

Berki, Ö.(1997). *Bir İhracat Klasığı Teşvik*. İGEME Dergisi, Sayı: 4, DTM Yayınları, Ankara.

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

Budak, Gülay. (1996); *KOBİ'lerde Toplam Kalite Yönetimi*; Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir

Connel, G; (1996-4); *ISO 14000 Çevre Standartları*, Standart Dergisi, Sayı. 412

Çetin, Canan (1996). *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*. İstanbul : Der Yayınları, 1996.

Çetin, Murat (2000). *Avrupa Birliği'nde KOBİ'lere Yönelik Teknoloji Politikaları*, Dış Ticaret Dergisi. Yıl.5, Sayı.19

Çetinkaya, Fehmi (1992); *Esnaf ve Küçük Sanayicilerin Sorunları ve Çözümleri*; II. Türkiye İktisat Kongresi Sosyal Gelişme ve İstihdam Komisyonu Tebliği, Ankara

Demir, N. ve Diğerleri (1998); *Pazarlama Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler*; MPM Yayınları No:633, Ankara

Dilik, B.Duran M (1998), *Türkiye'de uygulanan KOBİ teşvik politikası ve Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi*, Hazine Dergisi, Nisan 1998, s.71

Doğan, Ö.İ.; (2000); *Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi*; Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yayınlanmış Doktora Tezi; Cilt:2, Sayı:1, Ocak-Şubat-Mart

Doğan, Özlem (2002); *Kobi'lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri Ve Bir Uygulama*; Dış Ticaret Dergisi, Nisan 2002, DTM Yayınları, Ankara

DPT (2004); *KOBİ Stratejisi Ve Eylem Planı*; DTM Yayınları, Ankara

DTM (1998); *Cumhuriyet Döneminde Dış Ticaretimiz Gelişmeler, Yapı Ve Rejim Değişiklikleri*, DTM Yayınları, Ankara

Ekonomik Vizyon Dergisi (2001); *KOBİ'lere Yönelik Finansal Destekler ve Yardımlar*; İZTO Yayınları, Yıl:73, Sayı.47

Erçel Gazi (2000); *Enflasyonu Düşürme Programı ve Bunun KOBİ'lere Etkisi, Yeni Yüzyılda Girişimci Ruhu ve KOBİ'ler*, Ortak Konferanslar Dizisi (26.08.2000–10.09.2000) Kitap 1, TOSYÖV, İzmir.

Erdil, O.; (1994), *Stratejik Yönetim Sürecinde İşletmelerde Uluslar arası Ortak Girişimler ve Türk Otomotiv Sektörünün Eğilimi İle İlgili Bir Araştırma*; İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Organizasyon ve İşletme Politikası Bölümü Yayınlanmamış Doktora Tezi; İstanbul

Erem, T. ; Bayraktar, A. (1999); *2000'li Yıllarda İnternet Yoluyla Pazarlamanın Rolü ve Önemi*; 4. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Antakya-Hatay

Ertaş, Hüseyin (1999), *Kobiler Hakkında Beklentiler ve Gerçekler*, Yeni İpek Yolu Konya Ticaret Odası Dergisi, S:132, Konya

European Commission (1993); *The European Observatory for SMEs, First Annual Report*, European Network for SMEs Reserach (ENSR) and Coordinated by Small Business Research and Consultancy (EIM), May 1993.

Gövdere, Bekir (1999); *Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma*; Dış Ticaret Dergisi Ocak 1999, DTM Yayınları, Ankara

Gücelioğlu, Ömer. (1994) *Küçük Ölçekli İşletmelerin KOSGEB' den Beklentileri*. Tes- Ar Yayınları, No.13, Ankara

Gültekin, K. (1999) *KOBİ Finansman Kaynakları*; İzmir Ticaret Odası Yayını, No:59, İzmir.

Gündüz, M. Ve Ergün, Ö.(1997). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Yönlendirilmelerinde Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri* . İGEME Yayınları, Ankara.

Güven, Tarık Celal (1998); *Cumhuriyetin 75. Yıldönümünde Dış Ticaretimizin Geçmiş ve Bugünü*, Dış Ticaret Dergisi, Ankara.

<http://www.kosgeb.gov.tr>; Dünya'da ve Türkiye'de KOBİ Tanımları, 2000, s.9

İGEME.(1997). “Japon Küçük Ve Orta Boy İşletmeler Sistemi”. İGEME Yayınları, Ankara

İsmailoğlu, A. Hamdi (1992); *Küçük İşletmelerin Toplumsal Özellikleri ve Sorunları*, Pazarlama Dünyası.

Karakaya, F. ; Stahl, M.J.; (1991); *Entry Barriers and Market Entry Decisions: A Guide for Marketing Executive*, Wesport, CT: Greenwood Press Inc.

Karataş, Süleyman (1991); *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*; İstanbul : Veli Yayınları

Koçel, Tamer (1993); *İşletme Yöneticiliği: Yönetici Geliştirme, Organizasyon ve Davranışı*. 3.b. İstanbul : Beta Yayınevi

Koray Kural, F. Karakeçili Ve A. Sakızoğlu (1995); *GATT Normları ve Uluslararası Bütünleşmeler Açısından Devlet Yardımları*, DPT Yayın ve Şube Müdürlüğü Matbaası, Ankara.

KOSGEB (1999); KOSGEB 1999 Yılı Faaliyet Raporu, KOSGEB Yayınları, Ankara

KOSGEB (2004); *KOBİ Rehberi*; KOSGEB Yayınları, İstanbul

KOSGEB (2004); *KOSGEB Tanıtım Broşürü*; KOSGEB Yayınları, Ankara

KOSGEB (2005), *2002 Yılı Genel Sanayi İşyerleri Sayımı İmalat Sanayi Değerlendirmesi*, KOSGEB Yayınları, İstanbul

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

Köksal, Bilge A., İlkın, A.Rasih. (1973); *Türkiye'de İktisadi Politikanın Gelişimi (1923-1973)*; Yapı ve Kredi Bankası Yayını, İstanbul

Küçükçolak, R. Ali (1998); *KOBİ'lerin Finansman Sorununun Sermaye Piyasası Yoluyla Çözümü*, İstanbul: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları

Lapini, Carlo (1991); *'İtalya'da Küçük Sanayi ve Gelişimi'*, Küçük ve orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Sorunlan Sempozyumu, İstanbul Sanayi Odası, Yayım, Lebib Yalkın Basımevi, İstanbul,

Leonidou, L.C; (1995-3); *Emprical Research on Export Barriers: Review, Assesment and Synthesis*; Journal of International Marketing

Marangoz, M.; (1997); *Uluslararası Pazarlamada Uluslararası Stratejik Birleşmelerin Önemi*, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B. F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Sayı: 3

Marangoz, M.; (2001); *KOBİ'ler ve E-ticaret*; 12.02.2001 Tarihli Dünya Gazetesi

Marangoz, M.; (2001); *Yeni Bir Pazarlama ve Finansman Aracı Olarak Barter*, 16.04.2001 tarihli Dünya Gazetesi

Melemen, M.(1997). *Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler*. Dünya Gazetesi, 7 Ekim 1997

Müftüoğlu, Tamer (1991); *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler : Sorunlar ve Öneriler*. Ankara : Sevinç Yayınevi.

Müftüoğlu, Tamer (1993); *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*, Desen Ofset A.Ş., Ankara

Oktav, Mete (1990); *Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Ankara: Semih Ofset.

Oktav, Mete, Günal Önce, Alican Kavas ve Mustafa Tanyeri (1990); *Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri*, TOBB Yayınları No: Genel:176, Ankara.

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

Özalp, Şan (1971); *Küçük İşletmeler*; Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları No:90/49, Sevinç Matbaası, Ankara.

Özbek, O.; (2000); *Oto Yan Sanayii*; İzmir Ticaret Odası Yayın No: 84

Özcan, H.Avni (1998); *Dünden Bugüne Dış Ticaretimizdeki Gelişmeler*; Dış Ticaret Dergisi Ekim 98, DTM Yayınları, Ankara

Özel, Mustafa (1998); *Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (Japonya, Tayvan, Güney Kore, Türkiye)*, Türk Dış Ticaret Demeği Yayını, Ankara

Pamuk, Şevket (1995); *19. Yüzyılda Osmanlı Dış Ticareti*; Ankara: DİE, 1995.Tarihi İstatistikler Dizisi; No:1

Resmi Gazete (1996), 6 Ocak 1996 – Sayı:22515 nolu Resmi Gazete’de Yayınlanan, *Sektörel Dış Ticaret Şirketi Statüsüne İlişkin Tebliğ (İhracat 96/5)*.

Sariaslan, Halil (1994); *Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları*; Ankara: TOBB Yayınları, No. 281-25, Ankara.

Sariaslan, Halil (1996); *Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*; Ankara: TOBB Yayınları, No. 35.

Savaşır, R. (1997); *Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Küçük ve Orta Boyutlu İşletmeler Açısından İstihdam Politikaları*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sübidey, Togan (1993); *1980'li Yıllarda Türk Dış Ticaret Rejimi ve Dış Ticaretin Liberizasyonu*; Türk Eximbank Araştırma Dizisi 1, İstanbul

Şengezer, Ermukan (1992); *Türk KOS 'u İçin Uygun Büyüklük Tanımı*, Ankara Sanayi Odası Dergisi. Sayı. 115 (Mayıs-Haziran-Ağustos 1992)

Şenyurt, Deniz (1995); *KOBİ'lerin Avrupa Topluluğu'nda ve Türkiye'de Teşviki*; Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yayını, Ankara, 1995, s.85.

Şimşek, M. Şerif (1996); *Yönetim ve Organizasyon*. 3.b. Konya: Damla Ofset, 1996

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

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

Tomanbay , M.(1995); *Dış Ticaret Rejimi ve İhracatın Finansmanı*; Hatiboglu Yayınevi, Yayın No: 85, Yüksek Öğretim Dizisi:23, Ankara.

Tosyalı Sarıkaya, Birgöl (1995); *KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri*; İzmir Ticaret Odası İzmir-1995 Yayın No:20

TSE Bülteni (1996); *CE: Gümrük Birliği ve Türk Standartları*, TSE Yayınları, İstanbul

Turan, Güngör ve M. Faysal Gököl (1993); *Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Teknoloji Sorunu ve Çözüm Önerileri*; Dünya Gazetesi. 21 Kasım 1993.

Uludağ, İlhan, Serin, V.(1991),*Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler*, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1991-25

Uslu, A.T. (1992); *Uluslararası Pazarlamada Uluslararası Stratejik Birleşmelerin Rolü ve Önemi*; Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul

Uzun, A.(1997); *Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Çoğalıyor*. Ekonomik Forum Dergisi, Sayı:9 Yıl:4, TOBB Yayınları, Ankara.

Yalçın, İ.(1998); *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri*; Dış Ticaret Dergisi, Sayı: 8, Yıl: 3, DTM Yayınları, Ankara.

Yönel, Ali; *Uzakdoğu Ülkelerinde İhracatı Teşvik Yöntemleri ve Destek Politikası*; Dünya Gazetesi, 7 Mayıs 1984.

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

Yüzal; S.;www.igeme.org.tr/tur/foyler/sanayi/oto3.htm, Erişim Tarihi: 17.04.2001

SPK Mevzuatı, Seri VIII. No:21

Avrupa Birliği Bülteni No: 3 (Mayıs 1996),

INTERNET Kaynakları

<http://www.denizli2000.com>, 30 Kasım 2004

<http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/KOSIsletmeler.asp> 05.08.2003

<http://www.kobinet.org.tr/kosgebabm/hizmetler/dokumantasyon/001.html>

<http://www.dto.org.tr/duyuru.asp?ID=190>, Haziran 2005

http://www.ttg.gov.tr/tur/02_ttg_hakkinda/21.htm, Haziran 2005

<http://www.dtm.gov.tr/ihr/dvyardim/dvyardim.htm>, Haziran 2005

<http://www.ttpnl.org/tur/nmcp.htm>, Haziran 2005

http://www.un.org.tr/unic_tur/turkey_unido_tr.htm, Haziran 2005

<http://www.ito.org.tr>, Haziran 2005

<http://www.tobb.org.tr>, Haziran 2005