



**KONYA'DA MAKİNE –AKSAM İMALATI YAPAN
İHRACATÇI KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI
SORUNLAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

(Yüksek Lisans Tezi)

Refika ATALAY

Kütahya-2017

T.C.
DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İktisat Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**KONYA’DA MAKİNE –AKSAM İMALATI YAPAN İHRACATÇI
KOBİ’LERİN İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI
SORUNLAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Danışman:
Yrd. Doç. Dr. Süleyman Emre ÖZCAN

Hazırlayan:
Refika ATALAY

Kütahya – 2017

Kabul ve Onay

Refika ATALAY'ın hazırladığı “Konya’da Makine –Aksam İmalatı Yapan İhracatçı KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama” başlıklı yüksek lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği ile kabul edilmiştir.

.../.../2017

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Yrd. Doç. Dr. Süleyman Emre ÖZCAN (Danışman)		
Yrd. Doç. Dr. Özer ÖZÇELİK		
Yrd. Doç. Dr. Cumhur ŞAHİN		

Doç. Dr. İsmail KÜÇÜKAKSOY

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Konya’da Makine –Aksam İmalatı Yapan İhracatçı KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

....../.../2017

Refika ATALAY

Özgeçmiş

1988 yılında Konya İlinde doğdu. İlköğretim, ortaokul ve lise öğrenimini Konya’da tamamladı. 2007 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi iktisat bölümünü kazandı, 2011 yılında lisans eğitimini tamamladı.2011-2013 yılları arasında Selçuk Üniversitesi Hadim Meslek Yüksekokulu’nda dış ticaret dersleri verdi. 2013 yılından bu yana Selçuk Üniversitesi Akören Ali Rıza Ercan Meslek Yüksekokulu’nda dış ticaret bölümünde öğretim görevlisi olarak görevini sürdürmektedir. 2012 yılında Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, iktisat programında yüksek lisans eğitimine başlamış olup eğitimi devam etmektedir.



ÖZET

KONYA'DA MAKİNE –AKSAM İMALATI YAPAN İHRACATÇI KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA

ATALAY, Refika

**Yüksek Lisans Tezi, İktisat Ana Bilim Dalı
Tez Danışmanı Yrd. Doç. Dr. Süleyman Emre ÖZCAN
Ocak, 2017, 147 sayfa**

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ) tüm dünya ekonomilerinde olduğu gibi Türkiye ekonomisinin de bel kemiğini oluşturmaktadır. Bu bağlamda KOBİ'ler istihdama sağladıkları katkılar ve işsizlikle mücadelede ülkeler için önemli bir politika aracıdır. KOBİ'ler üretimde esnek yapıları, yenilikçi ve girişimci özellikleri ile büyük ölçekli işletmelere nazaran ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenirler. Söz konusu nedenlerden dolayı KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelerden daha istikrarlıdır.

Gelişmekte olan ekonomisiyle Türkiye'nin en önemli sorunlarının başında gelen cari açık ve döviz darboğazının aşılmasında, ihracat önemli bir yere sahiptir. Türkiye'de toplam girişimlerin tamamına yakını KOBİ'ler tarafından üstlenilmekte olup ihracatta KOBİ'lere önemli bir rol düşmektedir. Bu bağlamda KOBİ'lerin ihracat sorunlarının tespit edilmesi, bu işletmelerin ihracata teşvik edilmesi için zorunludur.

Çalışmada; öncelikle ihracat kavramı ve Türkiye'de ihracatın genel durumu üzerinde durulmuş daha sonra dünyada ve Türkiye'de KOBİ'lerin tanımlanması ve önemine değinilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise Konya İlinin ihracatında önemli bir yere sahip olan makine-aksam imalat sanayisinde imalat yapan ihracatçı konumunda ve KOBİ niteliğinde olan 83 firmaya anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler kapsamında KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, İhracat, İhracat Sorunları, Makine İmalat Sanayi, Konya.

ABSTRACT

AN APPLICATION CONCERNING THE PROBLEMS CONFRONTED BY THE EXPORTER SME'S (SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES) MANUFACTURING MACHINE AND SPARE PARTS IN KONYA/TURKEY

ATALAY, Refika

Master Thesis, Department of Economics

Thesis Advisor: Asst. Prof Dr. Süleyman Emre ÖZCAN

January, 2017, 147 pages

Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) form the backbone of the Turkish economy as well as in all world economies. In this context, SMEs are an important policy tool for the countries with their contribution to employment and their struggling with the unemployment. SMEs are less affected by economic fluctuations if they are compared to large-scale enterprises with their flexible structures in the production, their innovative and entrepreneurial features. SMEs are more stable than large-scale enterprises because of these reasons.

The exportation has an important role in overcoming the current account deficit and foreign exchange bottleneck, which are the most important problems of Turkey with its developing economy. Almost all of the initiatives in Turkey are undertaken by SMEs, and they play an important role in the exportation. In this context, it is necessary for the SMEs to identify their exportation problems and to encourage them to export.

In this study, firstly the concept of exportation and the general situation of exportation in Turkey and then the importance of SMEs in the world and in Turkey are emphasized by us. Finally a questionnaire was applied to 83 SMEs that manufacture and export in the Machine-Spare Parts Manufacturing Industry having an important place in the exportation sector in Konya Province. Within the scope of the obtained data, we tried to offer solutions for the problems encountered by SMEs in the exportation.

Key Words: SME, Exportion, Exportion Problems, Machine Manufacturing Industry, Konya

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	xi
GRAFİKLER LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM İHRACAT KAVRAMI, TÜRKİYE’DE İHRACATIN GENEL DURUMU

1.1. İHRACATIN TANIMI	4
1.2. İHRACAT TÜRLERİ.....	5
1.2.1. İhracat Yönetmeliği Kapsamındaki İhracat Türleri.....	5
1.2.1.1. Öz İzne Bağlı İhracat.....	5
1.2.1.2. Kayda Bağlı İhracat.....	6
1.2.1.3. Kredili İhracat	6
1.2.1.4. Konsinye İhracat	7
1.2.1.5. Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım ve İhracat	8
1.2.1.6. İthal Edilmiş Malın İhracı	9
1.2.1.7. Serbest bölgelere yapılacak ihracat	9
1.2.1.8. Diğer İhracat Şekilleri ve Transit Ticaret	11
1.2.2. Doğrudan İhracat	14
1.2.3. Dolaylı İhracat	14
1.3. İHRACATTA TESLİM ŞEKİLLERİ	15
1.3.1. İşyerinde Teslim – EXW (Ex-Work)	16
1.3.2. Taşıyıcıya Teslim - FCA (Free Carrier)	16
1.3.3. Taşıma Ücreti Ödenmiş Teslim - CPT (Carriage Paid To)	17
1.3.4. Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Teslim – CIP (Carriage and Insurance Paid to)	17
1.3.5. Terminalde Teslim- DAT (Delivered At Terminal)	18
1.3.6. Belirtilen Yerde Teslim - DAP (Delivered At Place)	18
1.3.7. Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim - DDP (Delivered Duty Paid)	19
1.3.8. Gemi Bordasında Teslim - FOB (Free On Board)	19
1.3.9. Gemi Doğrultusunda Teslim -FAS (Free Alongside Ship)	19
1.3.10. Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Teslim - CFR (Cost and Freight)	20
1.3.11. Mal Bedeli, Sigorta ve Navlun Ödenmiş Teslim -CIF (Cost, Insurance and Freight)	20
1.4. İHRACATTA ÖDEME ŞEKİLLERİ	21

1.4.1. Peşin Ödeme	21
1.4.2. Mal Mukabili Ödeme	22
1.4.3. Vesaik Mukabili Ödeme	23
1.4.4. Akreditifli Ödeme	24
1.4.5. Kabul Kredili Ödeme	25
1.4.6. Karşı -Ticaret	26
1.4.7. Konsinye Ticaret	26
1.5. TÜRKİYE’DE İHRACATI GENEL YAPISI VE İHRACAT TEŞVİKLERİ	27
1.5.1. Türkiye’de İhracatın Genel Yapısı	28
1.6. TÜRKİYE’DE İHRACAT TEŞVİKLERİ	30
1.6.1. İhracatta Devlet Destekleri	31
İKİNCİ BÖLÜM	
KOBİ KAVRAMI, KOBİ’LERİN TEMEL SORUNLARI VE İHRACATTA KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR	
2.1. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE KOBİ’LERİN TANIMLANMASI	39
2.1.1. Dünya’da KOBİ’lerin Önemi ve Bazı Ülkeler Açısından Tanımlanması	39
2.1.1.1. Avrupa Birliği’nde KOBİ’ler ve Bazı AB Üyesi Ülkelerin KOBİ Tanımlamaları	39
2.1.1.2. ABD’nin KOBİ Tanımı	44
2.1.1.3. Bazı Uzak Doğu Ülkelerinin KOBİ Tanımları	45
2.1.1.4. Diğer Bazı Ülkelerde Kobi Tanımları	47
2.1.2. Türkiye’de KOBİ’lerin Tanımlanması ve Türkiye Ekonomisi İçin KOBİ’lerin Önemi	47
2.1.2.1. Türkiye’de KOBİ’lerin Tanımlanması ve Çeşitli Kuruluşların KOBİ Tanımları	47
2.1.2.2. Türkiye’de KOBİ’lerin Yeri ve Önemi	50
2.2. KOBİ’LERİN GENEL ÖZELLİKLERİ, GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ	55
2.2.1. KOBİ’lerin Genel Özellikleri	55
2.2.2. KOBİ’lerin Güçlü Yönleri	57
2.2.3. KOBİ’lerin Zayıf Yönleri	59
2.3. KOBİ’LERİN TEMEL SORUNLARI	60
2.3.1. Finansman Yönetimi İle İlgili Sorunlar	61
2.3.2. Yönetim ve Organizasyonla İlgili Sorunlar	64
2.3.3. Pazarlama İle İlgili Sorunlar	66
2.3.4. Üretim İle İlgili Sorunlar	67
2.3.5. Tedarikle İlgili Sorunları	68
2.3.6. Teknoloji ve AR-GE Faaliyeti ile İlgili Sorunlar	68

2.3.7. Muhasebe Yönetimi İle İlgili Sorunlar	69
2.3.8. Halkla İlişkilerle İlgili Sorunlar	69
2.3.9. İnsan Kaynaklarıyla İlgili Sorunlar	70
2.4. KOBİ'LERİN İHRACAT İÇİNDEKİ YERİ VE İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	71
2.4.1. KOBİ'lerin İhracattaki Yeri	71
2.4.2. KOBİ'leri İhracat Yapmaya Zorlayan Nedenler	72
2.4.3. İhracatın KOBİ'lere Sağladığı Faydalar	73
2.4.4. KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar	74
2.4.4.1. İhracatta Güvenlik (CE) İşaretiyle İlgili Sorunlar	76
2.4.4.2. İhracatta Çevre (ISO 14000) Sorunları	77
2.4.4.3. İhracatta ISO 9000 Kalite Sorunları	77
2.4.4.4. İhracatta Kalifiye Eleman ve Yabancı Dil Sorunu	78
2.4.4.5. İhracatta Pazarlama Sorunu	79
2.4.4.6. İhracatta Ülkenin ve Firmanın İmajından Kaynaklanan Sorunlar	79
2.4.4.7. İhracatta Üretim Maliyetlerinden Kaynaklanan Sorunlar	80
2.4.4.8. İhracatta Taşımada Karşılaşılan Sorunlar	80
2.4.4.9. İhracatta Taklit Mallarda Yaşanan Sorunlar	81
2.4.4.10. İhracatta Fiyatlandırmada Yaşanan Sorunlar	82
2.4.4.11. İhracatta Hükümet Uygulamalarında ve İthalat Kotalarında Yaşanan Sorunlar	82
2.4.4.12. İhracatta Finansman ve Teşvik Sorunları	83
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
MAKİNE- İMALAT SANAYİNİN MEVCUT DURUMU VE KONYA'DA MAKİNE-AKSAM İMALATI YAPAN İHRACATÇI KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA	
3.1. MAKİNE-İMALAT SANAYİSİNİN MEVCUT DURUMU	86
3.1.1. Dünyada Makine İmalat Sektörünün Mevcut Durumu	87
3.1.2. Türkiye'de Makine İmalat Sektörünün Mevcut Durumu ve GZFT Analizi ...	88
3.1.3. Konya İlinin Ekonomisinde Makine- İmalat Sanayisinin Mevcut Durumu	93
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	95
3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI	95
3.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	96
3.5. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	97
3.6. ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM	98
3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI	98

3.8. VERİ ANALİZİ	110
3.8.1. İhracat Sorunları ile İstihdam Edilen Çalışan Sayısı Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	110
3.8.2. İhracat Sorunları İle Firmaların Yıllık Bilançosu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	111
3.8.3. İhracat Sorunları ile Ankete Katılan Firmaların Hukuki Yapısı Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	111
3.8.4. İhracat Sorunları ile Ankete Katılan Firmaların Sektördeki Faaliyet Süresi Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	112
3.8.5. İhracat Sorunları ile Firmalarda Yönetimi Üstlenen Kişi/Kişilerin Firmadaki Konumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	113
3.8.6. İhracat Sorunları İle Firmaların Faaliyet Gösterdiği Makine İmalat Sanayi Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	114
3.8.7. İhracat Sorunları ile Firmaların Kalite Güvencesine Sahip Olma Durumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	115
3.8.8. İhracat Sorunları ile Firmaların İhracata Atılma Süresi Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	116
3.8.9. İhracat Sorunları ile İhracat Departmanına Sahip Olma Durumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	117
3.8.10. İhracat Sorunları İle Firmaların En Fazla İhracat Yaptığı Bölge Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	118
3.8.11. İhracat Sorunları ile Firmaların Üretim Yöntemleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	119
3.8.12. İhracat Sorunları İle Firmaların Üretimlerinden İhracata Ayırdıkları Pay Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	120
3.8.13. İhracat Sorunları İle İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	121
3.8.14. İhracat Sorunları İle Uluslararası Fuarlara Katılım Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	122
SONUÇ VE ÖNERİLER	124
EKLER	129
KAYNAKÇA	136
DİZİN	147

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1: Türkiye'nin Yıllara Göre İhracat Rakamları ve Değişim Oranları	29
Tablo 1.2: Yıllara Göre Sektörlerin İhracat Rakamları	29
Tablo 2.1: AB'nin Güncel KOBİ Tanımı	40
Tablo 2.2: Almanya'da KOBİ'lerin Tasnifi	41
Tablo 2.3: Fransa'da Çalışan Sayısına Göre İşletme Ölçeği	42
Tablo 2.4: İngiltere'de Sektörlere Göre KOBİ Tanımları	43
Tablo 2.5: İngiltere'de Şirketler Yasası Tarafından Yapılan KOBİ Tanımı	43
Tablo 2.6: İtalya'da Çalışan Sayılarına Göre İşletme Ölçekleri	44
Tablo 2.7: ABD'de KOBİ Ölçeği (Milyon \$)	45
Tablo 2.8: 2013 Yılı TÜİK İş Kayıtlarına Göre İstihdam Sayıları ve Sektör Kriter Alınan Girişimlerin Dağılımı	52
Tablo 2.9: 2011 ve 2013 Yılı Verileriyle KOBİ'lerin İnternet Kullanım İstatistikleri .	54
Tablo 2.10: Bazı Ülkelerde KOBİ'lerin Payı	55
Tablo 2.11: KOBİ'lerin Genel Özellikleri	57
Tablo 2.12: Finans Kaynaklarına Göre İşletmelerin Dağılımı (%)	63
Tablo 3.1: Makine İmalat Sanayinde Alt Ürün Grupları	87
Tablo 3.2: Konya'nın 2015 Yılında En Çok İhracat Yaptığı 20 Ülke	94
Tablo 3.3: Konya'nın Sektör Bazında İhracatı (2012)	94
Tablo 3.4: Firmaların İstihdam Sayısına Göre Dağılımı	98
Tablo 3.5: Ankete Katılan Firmaların Yıllık Bilançolarına Göre Dağılımları	99
Tablo 3.6: Ankete Katılan Kişilerin Görev Dağılımları	99
Tablo 3.7: Ankete Katılan Firmaların Hukuki Yapılarına Göre Dağılımları	100
Tablo 3.8: Ankete Katılan Firmaların Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımları	100

Tablo 3.9: Ankete Katılan Firmaların İhracat Yapma Sürelerine Göre Dağılımları ...	101
Tablo 3.10: Ankete Katılan Firmaların Yönetiminde Yer Alan Kişi/Kişilere Göre Dağılımı	101
Tablo 3.11: Ankete Katılan Firmaların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektöre Göre Dağılımları	102
Tablo 3.12: Ankete Katılan Firmaların Kalite Güvence Belgesine Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımı	103
Tablo 3.13: Ankete Katılan Firmaların Sahip Oldukları Kalite Güvence Belgelerine Göre Dağılımları	103
Tablo 3.14: Ankete Katılan Firmaların İhracat Departmanına Sahip Olma Durumuna Göre Dağılımları	104
Tablo 3.15: Ankete Katılan Firmaların En Fazla İhracat Yaptıkları Bölgeye Göre Dağılımları	104
Tablo 3.16: Ankete Katılan Firmaların Üretim Tipine Göre Dağılımları	105
Tablo 3.17: Ankete Katılan Firmaların Üretimlerini İhraç Ettikleri Orana Göre Dağılımları	105
Tablo 3.18: Ankete Katılan Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Faydalanma Durumuna Göre Dağılımları	106
Tablo 3.19: Ankete Katılan Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanmama Nedenleri	106
Tablo 3.20: Ankete Katılan Firmaların En Fazla Faydalandıkları İhracat Teşviklerinin Dağılımı	107
Tablo 3.21: Ankete Katılan Firmaların Uluslararası Fuarlara Katılımına Göre Dağılımı	107
Tablo 3.22: Ankete Katılan Firmaların Konya Makine İmalat Sanayisinin Sorunlarını Değerlendirmeleri	108
Tablo 3.23: Ankete Katılan Firmaların İhracatta Karşılaştığı Sorunların Değerlendirilmesi	109

Tablo 3.24: Firmaların İstihdam Ettikleri Kişi Sayısı İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	110
Tablo 3.25: Firmaların Yıllık Bilançosu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	111
Tablo 3.26: Firmaların Hukuki Yapısı İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	112
Tablo 3.27: Firmaların Sektördeki Faaliyet Süresi İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	113
Tablo 3.28: Firmaların Yönetiminde Görev Alan Kişi/Kişilerin Firmadaki Konumu İle İhracat Sorunları Arasındaki ilişkının Test Edilmesi	114
Tablo 3.29: Firmaların Faaliyette Bulunduğu Makine Sanayi Alt Kolu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	115
Tablo 3.30: Firmaların Kalite Güvence Belgesine Sahip Olma Durumları İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	116
Tablo 3.31: Firmaların İhracata Atılma Süreleri İle İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	117
Tablo 3.32: İhracat Departmanına Sahip Olma Durumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	118
Tablo 3.33: Firmaların En Fazla İhracat Yaptıkları Bölge İle İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	119
Tablo 3.34: Firmaların Üretim Yöntemleri İle İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	120
Tablo 3.35: Firmaların Üretimlerinden İhracat Ayırdıkları Pay İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	121
Tablo 3.36: Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	122
Tablo 3.37: Uluslararası Fuarlara Katılma Durumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi	123

GRAFİKLER LİSTESİ**Sayfa**

Grafik 2.1: Türkiye’de KOBİ’lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı52

Grafik 2.2. 2013 Yılı KOBİ İhracatının İşletme Ölçeklerine Göre Dağılımı72



KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
CFR	Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Teslim (Cost and Freight)
CIF	Mal Bedeli,Sigorta ve Navlun Ödenmiş Teslim(Cost, Insuranc and Freight)
CIP	Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Teslim (Carriage and Insurance Paid to)
CPT	Taşıma Ücreti Ödenmiş Teslim (Carriage Paid To)
DAP	Belirtilen Yerde Teslim (Delivered At Place)
DAT	Terminalde Teslim (Delivered At Terminal)
DDP	Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim(Delivered Duty Paid)
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
EXW	İşyerinde Teslim (Ex Works)
FAS	Gemi Doğrultusunda Teslim (Free Alongside Ship)
FCA	Taşıyıcıya Teslim (Free Carrier)
FOB	Gemi Bordasında Teslim (Free On Board)
ICC	Uluslararası Ticaret Odası (International Chamber of Commerce)
INCOTERMS	Uluslararası Teslim Şekilleri (International Commercial Terms)
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
TOSYÖV	Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu



TEZ METNİ

GİRİŞ

Türkiye ekonomisinin temel taşlarından biri olan KOBİ'ler istihdama katkıları, katma değerdeki ve toplam girişimlerdeki payları ile hem ekonomik hem de sosyal açıdan önemli bir yere sahiptirler. Bu kapsamda Türkiye'de KOBİ'ler 2015 TÜİK verilerine göre toplam girişimlerin %99,8'ini, istihdamın %74,2'sini, katma değer ise %52,8'ini oluşturmaktadırlar. Türkiye ekonomisinin neredeyse tamamına hâkim olan KOBİ'lerin ihracattaki payı ise %56,5'tir.

KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi bu işletmelerin dışarı açılmasını sağlayacağı gibi kendilerine özgü yapısal sorunların aşılmasında da alternatif çözümler sunacaktır. Ayrıca ülke ekonomisinin büyük bir bölümüne hâkim olan KOBİ'lerin ihracata teşvik edilmesi Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinde öngördüğü 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmasına da önemli bir katkıda bulunacaktır.

Konya, 2015 TÜİK verileri ile 1.354 milyar dolarlık ihracata sahiptir. Konya, ihracatıyla Türkiye'nin ekonomik büyümesine ve ihracatına önemli katkı sağlayan illerin başında gelmesine karşın hala gereken potansiyele ulaşamamıştır. Bu bağlamda Konya'nın 2023 ihracat hedefi olan 15 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşması için KOBİ'lerin ihracat sorunlarının üstüne gidilmesi şarttır. 30 bini aşkın KOBİ'si ile tam bir KOBİ başkenti olan Konya, söz konusu işletmelerin yalnızca %55'i ile ihracat faaliyetini yürütmektedir.

Konya Ticaret Odası'nın verilerine göre 2012 yılı makine imalat sanayi 452 milyon dolarlık ihracatı ile Konya'nın ihracatında lokomotif konumundaki sektördür. Konya'nın makine imalat sanayisinde ise en önemli rolü tarım makineleri, değirmen makineleri ve otomotiv yedek parça imalatı oluşturmaktadır. Konya ilinin dışarı açılmasında son derece önemli bir yere sahip olan ve büyük bir kısmını KOBİ niteliğindeki firmaların oluşturduğu makine imalat sanayisinin ihracat sorunlarının tespiti önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmamızda Konya'nın makine imalat sanayisinde faaliyet gösteren ihracatçı KOBİ'lerin sorunları tespit edilmeye ve çeşitli öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

Çalışma toplamda dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ihracata yönelik bazı kavramlara ve Türkiye'de ihracatın genel yapısına yer verilmiştir. İkinci

bölümde çeşitli ülkelerde KOBİ tanımları üzerinde durulduktan sonra Türkiye’de KOBİ’lerin tanımı ve önemine yer verilmiştir. Son bölüm olan üçüncü bölümde ise makine imalat sanayisinin genel yapısı hakkında bilgi verilmiş ve Konya Makine İmalat Sanayisinin mevcut durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca son bölümde Konya Makine İmalat Sanayisinde faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki ihracatçı firmaların ihracat sorunlarını tespit etmek amacıyla yapılan saha araştırmasına ait veriler ortaya koyulmuş ve çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.





BİRİNCİ BÖLÜM

İHRACAT KAVRAMI, TÜRKİYE'DE İHRACATIN GENEL DURUMU

1.1. İHRACATIN TANIMI

Geçmişten günümüze ülkeler; coğrafyalarındaki, iklimlerindeki, yetişmiş işgücündeki, fiyatlardaki farklılıklar, üretim fazlalıkları veya eksikliği gibi pek çok nedenle dış ticarete başvurmuşlardır. İnsanlık tarihi kadar eski olan ve kısaca mal ve sermayenin ülke sınırları dışına çıkması olarak tanımlayabileceğimiz dış ticaret, ithalat ve ihracat olmak üzere iki önemli faaliyetten oluşmaktadır.

Globalleşmeyle birlikte ihracat hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde daha da önemli bir yere sahip olmuş, ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanmasında, cari açığın kapatılmasında, işsizlikle mücadelede, ülkeye döviz girdisi sağlayarak sanayileşmeye ivme kazandırılmasında ve ithalata finansman oluşturulmasında önemli bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Dış satım olarak da anılan ihracat Arapça kökenli bir kelime olup hariçte kalan, çıkmış olan anlamına gelen “harece” kelimesinden türemiştir.

İhracat kavramıyla ilgili literatürde pek çok tanım mevcuttur. İhracatla ilgili farklı tanımlamalar şu şekildedir:

Dış pazarlarda faaliyette bulunmanın en geleneksel yolu olan ihracat, en basit tanımıyla mal ve hizmetlerin ulusal sınırların dışına sevk edilmesidir (Canitez, 2012:2) İhracat, bir malın yabancı ülkelere döviz karşılığı yapılan satışıdır (Kaya, 2011: 13).

Başka bir tanımlamayla ihracat, kazanç elde etmek amacıyla müşterilerin ihtiyaçlarını, isteklerini ve tercihlerini karşılamak için işletme olanaklarının saptanması, planlanması, kullanılması ve denetlenmesi gibi faaliyetlerin dış pazarlarda yapılmasıdır (Beşeli, 1997:3).

06 Haziran 2006 tarihli 26190 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış olan İhracat Yönetmeliğine göre ihracat;

“Bir malın, yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemleri” olarak tanımlanmıştır.

İhracat, bir işletmenin uluslararası piyasaya girmesi için en uygun ve en kolay yöntemdir. Bu kapsamda bir işletme için ihracat, dışa açılma sürecindeki ilk adımdır (Kaplan, 2013:4).

1.2. İHRACAT TÜRLERİ

İhracat türleri, İhracat Yönetmeliğinde yer alan ihracat türleri, doğrudan ihracat ve dolaylı ihracat olmak üzere üç farklı başlık altında incelenecektir.

1.2.1. İhracat Yönetmeliği Kapsamındaki İhracat Türleri

06 Haziran 2006 tarihli 26190 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış olan İhracat Yönetmeliğinin ikinci bölümünün ilk 12 maddesinde, ihracat türlerine yer verilmiştir. Bu kapsamda ihracat türleri şu şekilde sıralanabilir:

- Ön izne bağlı ihracat
- Kayda bağlı ihracat
- Kredili ihracat
- Konsinye ihracat
- Yurt dışı fuar ve sergilere katılım ve ihracat
- İthal edilmiş malın ihracı
- Serbest bölgelere yapılacak ihracat
- Diğer ihracat şekilleri ve transit ticaret

1.2.1.1. Öz İzne Bağlı İhracat

Yürürlükte olan İhracat Yönetmeliği'nin 6. Maddesine göre öz izne bağlı ihracat;

“ihracı uluslararası anlaşma, kanun, kararname ve ilgili sair mevzuat uyarınca belli bir merciin ön iznine bağlı malların ihracatında, ilgili merciden ön izin alındıktan sonra ihracat mevzuatı hükümlerinin uygulandığı” ihracat türüdür.

18 Eylül 2009 tarihli 27353 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Tebliğin 2. Maddesinde “İhracı Öz İzne Bağlı Mallar Listesi” yer almaktadır. Söz konusu listede hangi malların özel izne tabii oldukları ve izni hangi kurumdan alacakları belirtilmiştir. Örneğin; tehlikeli atıkların sınırlar ötesi taşınmasının ve bertaraf edilmesinin kontrolüne

ilişkin Basel sözleşmesi kapsamındaki malların ihracında ve yaban domuzu, kurt, çakal, tilki, sansar, porsuk, yılanlar, kaplumbağa ve kertenkelelerin canlı ve cansız halde ihracı Çevre ve Orman Bakanlığı'ndan alınacak özel izinle mümkündür (www.resmigazete.gov.tr, 2016).

1.2.1.2. Kayda Bağlı İhracat

Yürürlükteki İhracat Yönetmeliği'nin 7. Maddesine göre; ihracı kayda bağlı mallar, Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yayınlanacak Tebliğ ile belirlenir. Tebliğde yer alan liste kapsamındaki malların ihracından önce gümrük beyannamelerinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından kayıt altına alınması gerekmektedir. Kayda alınmış gümrük beyannamelerinin, gümrük idarelerine sunulma süresi İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğinin onay tarihinden itibaren uzatılmamak üzere 30 gündür. Ancak, ülkemiz ihraç ürünlerine miktar kısıtlaması uygulayan ülkelere yapılan, kısıtlama kapsamındaki malın ihracına ait kayıt meşruhatı düşülerek, onaylanmış gümrük beyannamelerinin gümrük idarelerine sunulma süresi, 30 günden daha kısa veya daha uzun olarak Dış Ticaret Müsteşarlığınca belirlenebilir. 6 Ocak 1996 tarihinde 2215 sayılı Resmi Gazete ile yürürlüğe giren eski İhracat Yönetmeliği'nde beyannamelerin gümrük idarelerine sunulma süresi onaylanma tarihinden itibaren uzatılmamak üzere 90 gündür.

İhracı kayda bağlı mallara, Türkiye ile Rusya arasındaki doğal gaz anlaşması kapsamındaki, işlem görmemiş zeytinyağı ve işlem görmüş dökme veya varilli zeytinyağı, meyan kökü, ham lületaşı ve taslak pipo, torba, çuval ve kutulu halde işlem görmemiş zeytin, orijinal bağırsak, canlı koyun, kıl keçisi, büyükbaş hayvan, dökme halde kopya cinsi biber, mayalanması tamamlanmamış ham zeytin, bakır ve çinko hurda döküntüleri, çimento, kornişonlar, çam fıstığı, mercimekler, buğday ve mahlût, karabuğday, buğday ve çavdar melezi örnek verilebilir. Kayda bağlı ihracata diğer bir örnek de Türkiye'nin ihraç ürünlerine miktar kısıtlaması uygulayan ülkeler kapsamındaki ihracattır (Cengiz, 2010:12-13).

1.2.1.3. Kredili İhracat

Kredili ihracat, iki ya da çok taraflı sözleşmeler haricinde kalmak şartıyla, ihracatın karşılığının Türk Parası Kıymetini Koruma Mevzuatında ön görülmüş olan

süreleri aşacak şekilde yurda getirilmesine imkan tanıyan ihracat şeklidir (Canitez, 2008:24-25).

Yürürlükte bulunan İhracat mevzuatının 8. Maddesine göre;

“ Kredili ihracat talepleri, alıcı ile satıcı arasında imzalanan ve ihraç edilecek malın cinsi, değeri, ödeme planı ve ödeme süresini içeren satış sözleşmesinin aslı ve Türkçe çevrisi veyahut aracı banka tarafından onaylanmış akreditif metinlerinin aslı ve Türkçe çevrisi ile birlikte ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine yapılır”.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından düzenlenmiş olan mallarla ilgili müsteşarlığın görüşü alındıktan sonra belirlenmiş olan bu malların dışında kalan mallara ilişkin talepler ihracatçı birliklerle sonuca ulaştırılır (Çolakoğlu, 2002:301).

Bu kapsamdaki kredili ihracat süresi tüketim mallarında iki, yatırım mallarında ise beş yıldır. Yürürlükte belirtilen bu süreleri aşan kredili ihracat talepleri Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından sonuçlandırılır (Çolakoğlu, 2002: 302).

Yönetmeliğin ilgili maddesine göre, Genel Sekreterlik tarafından kredili ihracat şerhi düşülerek onaylanmış gümrük beyannamesi, Genel Sekreterliğin onayından sonra otuz gün içinde gümrük idarelerine arz edilmelidir.

1.2.1.4. Konsinye İhracat

İhraç malının satış işleminin daha sonra gerçekleşmesi şartıyla söz konusu malın dış alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurtdışındaki şube ve temsilciliklerine mal gönderilmesi şeklinde yapılan ihracat şeklidir (Canitez, 2008: 25).

İhracat Yönetmeliğinin 9. Maddesine göre konsinye ihracatla ilgili başvurular ilgili İhracatçı Birliklere yapılmaktadır. Aynı madde gereğince İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince konsinye ihracat açıklaması düşülerek kabul edilmiş gümrük beyanları otuz iş günü içinde gümrük idarelerine sunulmalıdır. İhracatçılar, malların kesin satışının yapılmasını izleyen otuz gün içinde durumu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine ve aracı bankaya bildirirler.

Konsinye ihracatta konsinyatör olarak da adlandırılan ihracatçı, kesin satış faturasını düzenlemeden malını dış ülkeye gönderilir. Söz konusu mallar dış ülkede satıldıkça, satılan kısım kadar fatura düzenlenmektedir. Konsinye malların bir yıl içinde

kesin satışının yapılması şarttır. Yürürlükte verilen bu süre dolmadan haklı ve zorunlu nedenler gösterilerek başvuru yapılırsa İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince bu süre iki yıl kadar uzatılabilir. Malların bu süreler içinde satılmaması halinde ise ülkeye geri getirilmesi zorunludur. (Cengiz, 2010: 14).

1.2.1.5. Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım ve İhracat

Yurtdışında düzenlenen fuar ve sergiler bir ihracat faaliyetinden ziyade işletmenin kendi ürünlerini, markasını tanıtmaya çalışmasıdır. Bu kapsamda ulusal sınırlar dışındaki fuar ve sergiler işletmeye pazarlama faaliyetlerinde katkı sağlamaktadır. Söz konusu fuar ve sergilerin işletmelere sağladığı diğer faydaları ise şu şekilde sıralayabiliriz (Canitez, 2012: 35);

- Rakiplerini tanıma fırsatı yakalar,
- Rakiplerin yenilik ve eğilimlerinden zamanında haberdar olarak üretimini bu yönde günceller,
- Müşteri ve tüketicilerle birebir görüşme olanağı bulunarak onların istekleri ve beklentileri daha iyi analiz edilebilir,
- Ulusal ve uluslararası piyasada oluşan yeni fikir ve teknolojilerin tanınmasını kolaylaştırır,
- İç ve dış pazarda imajı güçlendirir,
- Üretilen tüm ürünlerin aynı anda tanıtılması mümkün hale gelir,
- Fuar ve sergilerle ilgili yayınlanan dergi ve kataloglarda yer alma fırsatı yakalanır.

İşletmelerin dış pazarlarda tanınması için pek çok avantaj sunan yurtdışı fuar ve sergilerle ilgili düzenleme, İhracat Yönetmeliğinin 10. Maddesinde yer almaktadır. Söz konusu düzenlemeye göre Türkiye'nin temsil edileceği yurtdışı fuar ve sergiler Dış Ticaret Müsteşarlığınca belirlenecektir. Ülkemizi temsil etmek amacıyla yurtdışında fuar ve sergi düzenleyecek olan organizatör işletmeler “*Yeterlilik Belgesi*” veya “*Geçici Yeterlilik Belgesi*” olarak, başvuru formunu doldurup, bağlı bulundukları odaya onaylatarak fuar ve sergilere katılabilirler (Cengiz, 2010: 18).

İhracat Yönetmeliğinin söz konusu maddesine göre yurtdışında düzenlenen fuar ve sergilere katılacak firma ve kuruluşlarca gönderilecek bedelli veya bedelsiz

malların yurtdışına çıkışıyla ilgili başvurular doğrudan gümrük idarelerine yapılacaktır. Gümrük idareleri, bilim, sanat, kültür, tanıtım amaçlı fuar ve sergiler hariç, yurt dışına çıkmasına izin verdikleri mallar ile ilgili gümrük çıkış beyannamelerinin onaylı bir örneğini, beyannamenin kapanış tarihinden itibaren, en geç on beş gün içinde firmanın beyan ettiği İhracatçı Birliği Genel Sekreterliğine gönderilecektir. Yurtdışı fuar ve sergilerdeki malların kesin satışına ilişkin talepler gümrük beyannamesinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince onaylanmasından sonra gümrük idarelerince sonuçlandırılır.

“Fuarlarda sergilenen ürünler satılmış ise bedelinin, satılmamış ise kendisinin 90 gün içinde ülkeye geri getirilmesi gerekir” (Cengiz, 2010: 18).

1.2.1.6. İthal Edilmiş Malın İhracı

İhracat Yönetmeliğinin 11. Maddesine göre serbest dolaşıma giriş rejimi kapsamında ithal edilmiş ve vergileri ödenmiş olan dış menşeli yeni veya kullanılmış malların ihracı genel esaslar çerçevesinde yapılmaktadır.

Ancak daha önce ithal edilmiş bir malın ihracatı gündeme geldiğinde, bu tür bir ihracatta KDV iadesi alınmayacak olup ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından da faydalanılması mümkün olmayacaktır (Canitez, 2012: 31).

1.2.1.7. Serbest bölgelere yapılacak ihracat

Serbest bölgeler, genelde aynı coğrafi bölgede yer alan, iktisadi sistemleri ve gelişme düzeyleri birbirlerine benzeyen bir grup ülkenin aralarındaki gümrük tarifelerini ve dış ticarete kısıtlama getiren diğer tedbirleri kaldırarak dış ticareti serbestleştirmeye dayanan bir iktisadi birleşme hareketi olarak tanımlanabilir (Seyidoğlu, 2002:551).

Başka bir tanımlamayla serbest bölge;

“Ülkenin siyasi sınırları içinde olmakla birlikte gümrük hattı dışında sayılan, ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulandığı, sınai ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerlerdir” (Şahin, 2007: 38).

Ülkemizde 1980'lerden sonra önemi anlaşılmış ve 1990'lı yıllarda sayısı hızla çoğalmış olan serbest bölgeler (Canitez, 2008: 30) 06.06.1985 tarihli 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu'nun 1. maddesine göre;

“ihracata yönelik yatırım ve üretimi teşvik etmek, doğrudan yabancı yatırımları ve teknoloji girişini hızlandırmak, işletmeleri ihracata yönlendirme ve uluslararası ticareti geliştirmek amacıyla” kurulmuşlardır.

Ülke ekonomisi ve işletmelere için önemli bir yere sahip olan serbest bölgelerin sağlamış olduğu avantajları şunlardır (Canitez, 2012: 36);

- Serbest bölgelerdeki işletmeler gelir vergisi ve kurumlar vergisine tabii değillerdir, aynı şekilde bu bölgelerde çalışan kişilerde gelir vergisi ödemezler,
- Gümrük vergisinin ödenmediği bu bölgelerde gümrüksüz alan olması sebebiyle yüksek miktarda mal depolanabilmektedir,
- Serbest bölgelerde elde edilen gelirler istenilen ülkeye aktarılabilir,
- Bürokratik işlemlerin asgari düzeylerde olduğu serbest bölgelerde bütün alt yapı hizmetleri de tek elde toplanmıştır,
- Yatırımcılar işletmelerini diledikleri zaman devredebilirler,
- Bu bölgelerde yer alan bankalardan daha cazip krediler alınabilir,
- İşletmelere lojistik açısından büyük faydalar sağlar.

Serbest bölgeler ihracatta da işletmelere avantajlar sunmaktadır. Serbest bölgelere gelen malların ithal malı sayılmamasından dolayı üretilen malların fiyatlarının düşmesi işletmelere rekabet üstünlüğü kazandırmaktadır. Ayrıca serbest bölgede faaliyet gösteren ve ürünlerini dış pazara satmayı planlayan işletmeler bu ürünleri önce ihraç ederler daha sonra serbest bölgede depolanan malları zaman kaybı yaşamadan piyasaya sürebilirler (Orhan, 2003:122).

Yürürlükteki İhracat Yönetmeliğinin 12. maddesinde serbest bölgelere yapılacak ihracat hakkında düzenlemeler yer almaktadır. Söz konusu düzenlemeye göre;

“Serbest bölgelere yapılacak ihracat, ihracat hükümlerine tabidir. Ancak, Dâhilde İşleme Rejimi, KDV uygulamaları ve Türkiye İhracat Kredi Bankası uygulamalarına dair mevzuat hükümleri saklıdır”.

1.2.1.8. Diğer İhracat Şekilleri ve Transit Ticaret

Yürürlükteki İhracat Yönetmeliğinin 13. Maddesi kapsamında şu şekilde belirtilmiştir;

“Diğer İhracat Şekilleri ve Transit Ticaret” başlığı altında “Kayda bağlı ihracat, ticari kiralama yoluyla yapılacak ihracat, takas ve bağlı muamele kapsamında yapılacak ihracat, bedelsiz ihracat, transit ticaret ile savunma sanayii dışındaki alanlarda offset kapsamında yapılacak ihracata ilişkin usul ve esaslar Müsteşarlığın bağlı olduğu Bakanlıkça yayımlanan Tebliğlerle düzenlenir” .

Söz konusu kanun maddesinde yer alan bazı ihracat şekillerini şu şekilde açıklamak mümkündür;

(1) *Ticari kiralama yoluyla yapılacak ihracat:* İhracata konu olan malın bir süreliğine yurt dışında kiralanmasını içeren ihracat şeklidir. Söz konusu ihracatla ilgili talepler yurt dışındaki işletme ya da kuruluşla yapılan kiralanacak malın cinsi, teknik özellikleri, gümrük tarife istatistik pozisyon numarası, miktarı, birim fiyatı, değer tutarı, kira süresi, kira bedeli ve bu bedelin ödeme şekli, teslim yeri gibi bilgileri içeren kira anlaşmasıyla birlikte bölgedeki ihracatçı birliklerine başvurulur (Canitez, 2014: 34).

Ticari kiralama yoluyla ihracı yapılan mal için süre üç yılı geçemez. Bu yolla ihracı yapılan malın yurt dışında kalma süresi bir yıldır, bu sürenin bitiminden sonra başvurularak süre bir yıl daha uzatılabilir. Süre uzatımı iki yılı aşan mallar için süre uzatma talepleri, Gümrük Müsteşarlığı’nın görüşü alınarak yapılır. Ayrıca ticari kiralamaya konu olan malın yurt dışında kiralanma izninin bitiminden itibaren bir ay içinde ülkeye getirilmesi gerekmektedir (Şahin, 2007: 36; Canitez, 2014:34).

Ticari kiralama yoluyla ihraç edilen malın yurt dışında satışının gerçekleştirilmesi de mümkündür. Satış işlemi için kirayla ilgili süre dolmadan önce izin almak için İhracatçı Birliklerine başvurulmalıdır. Yurt dışında satışı yapılan malın kesin satış faturası tarihinden itibaren otuz gün içinde satış bedelinin ülkeye getirilmesi gerekmektedir (Canitez, 2014: 34).

(2) *Takas ve Bağlı Muamele Kapsamında Yapılacak İhracat*

“Karşılıklı Ticaret” olarak da adlandırılan takas ve bağlı muamele yoluyla yapılacak ihracatta ödemenin bir kısmı veya tamamı mal, hizmet, teknoloji transferi

veya kısmen dövizle ödenebilir. Genelde ihracatın finansmanında sorun yaşayan ülkelerde uygulanan bu ihracat şeklinde işlem iki ülke arasında yapılıyorsa takas, söz konusu ihracat işleminden ikiden fazla taraf varsa bağlı muamele olarak adlandırılır (Şahin, 2007: 36;Canitez, 2014:33).

Bağlı muamele veya takas işlemini gerçekleştirmek isteyen yabancı firmaların başvuru formuyla birlikte bölgelerindeki ihracatçı birliklere başvurmaları gerekmektedir (Canitez, 2014:33).

(3)Bedelsiz İhracat

Bedelsiz ihracatın tanımı yürürlükteki İhracat Yönetmeliğinin 4. Maddesinin (c) bendinde yer almaktadır. Söz konusu kanun maddesine göre bedelli ihracat: “*bedeli yürürlükteki kambiyo mevzuatı çerçevesinde yurda getirilmesi zorunlu olmaksızın yurtdışına yapılan mal çıkışları*” olarak tanımlanmıştır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi ihraç edilen mal bedellerinin ülkeye transfer edilmesi gerekmemektedir.

Bedelsiz ihracatta (a) ve (b) bendlerinde yer alan malların değerine göre izin alınan mercii farklılık göstermektedir söz konusu bendlerde yer alan malların değeri 100.000 ABD Dolarını aşmıyorsa izin için doğrudan ilgili gümrük dairesine başvurulması gerekmektedir, bu malların değeri 100.000 ABD Dolarını aşıyorsa izin için İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine başvuru yapılır (Şahin, 2007: 38).

Bedelsiz ihracatın kapsamı şu şekilde özetlenebilir (Şahin, 2007: 37);

- Gerçek ve tüzel kişiler tarafından gönderilen hediyeler, miktarları ticari teamüllere uygun örnekler, reklam ve tanıtım malları, yeniden kullanıma veya geri dönüşüme konu ithal edilmiş mal ve ambalaj malzemeleri,
- Önceden usulüne uygun olarak ihraç edilmiş malların parçaları, fireleri ile garantili olarak ihraç edilmiş malların garanti süresi içinde yenilenmesi gereken parçaları,
- Yabancı misyon mensuplarının, Türkiye’de çalışan yabancıların, yurt dışına hane nakli suretiyle gidecek Türk vatandaşlarının, daima veya geçici görevle yurt dışına giden kamu görevlilerinin, götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek mal ve taşıtlar,

- Yurt dışında yerleşik tüzel kişiler, yabancı turistler ve yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek mal ve taşıtlar.

(4) Transit İhracat

Transit ticaret, serbest bölgelerde veya yurtdışından bulunan bir işletmeden ya da antrepodan satın alınan malın, yurtdışında veya başka bir serbest bölgeye veya antrepoya satılmasını ifade eder. Bu kapsamda Türkiye’de satın alınan malın, Türkiye üzerinden geçmeksizin veya transit olarak geçirilerek başka bir ülkedeki alıcıya teslimi yapılabilmektedir (Gürsoy, 2014:181). Bu kapsamda firmalar transit ticaretle hem dış alım hem de dış satım yapabilir. Ancak transit ticaret yapabilmek için alış ve satış fiyatı arasında aleyhte bir fiyat farkı olmaması gerekir (Cengiz, 2010:15).

Transit ticaret için transit ticaret formu düzenleyerek, ticari bankalara başvurulur. Söz konusu bu mallardan vergi, resim, harç ve fon alınmamaktadır. Gümrük idarelerinin vereceği izin kapsamında transit ticarete konu olan malların ulusal gümrük sınırlarını aşarak, işçilik görmek üzere fiktif depo veya antrepolar kapsamında tutulması “fiili ithalat” olarak değerlendirilmez. Dış ticaret anlaşmalarıyla ticareti yasaklanmış olan mallar ve Dış Ticaret Müsteşarlığınca transit ticareti yapılması uygun bulunmayan mallar transit ticarete konu olamaz (Canitez, 2014:35).

(5) Offset Anlaşmaları Kapsamında Yapılan İhracat

Offset kavramı yürürlükteki İhracat Yönetmeliğinin 4. Maddesinin (k) bendinde şu şekilde yer almaktadır;

“Kamu kurum ve kuruluşları ile kamu ortaklıklarının açacakları uluslararası ihaleler çerçevesinde yapacakları ithalat neticesinde gerçekleştirecekleri döviz ödemelerini asgari seviyeye indirmek amacıyla, ihaleyi kazanan firma ve/veya kuruluşların taahhüdü gereğince Türkiye’den yapılacak ihracat ile taahhüt gereğince Türkiye’nin mevcut üretim ve ihracat potansiyelinin geliştirilmesine yönelik diğer işlemler”.

1.2.2. Doğrudan İhracat

Direkt veya dolaysız ihracat olarak da isimlendirilen bu ihracat türünde ihracatçı, hiçbir aracıya başvurmadan tüm ihracat işlemlerini kendisi yapmaktadır (Kaya, 2011: 15). Doğrudan ihracat genelde ihracat hacmi büyük olan işletmelerin tercih ettiği bir yöntemdir bunun nedeni doğrudan ihracatın maliyetli olmasıdır (Balantekin, 2006:8).

Doğrudan ihracat, işletmelerin ihracattaki aracıları aradan çıkarmak suretiyle kar marjlarını artırmalarında, şirket alıcısıyla birebir ilişkiler kurmalarında, tüm ihracat aşamalarını kontrol etmelerinde işletmelere pek çok avantaj sunmaktadır. Bununla birlikte ihracatçı işletme daha fazla kaynak ve zaman harcamak zorunda kalabilmekte ve doğrudan risklere maruz kalmaktadır (Kaya, 2011:15).

İşletmelerin dolaysız ihracat için başvurdukları yöntemler şunlardır (Canitez, 2014:6-7);

- Uluslararası pazarlamanın yapıldığı, işletme içinde ayrı bir ihracat bölümü kurulabilir,
- Müşterilerle birebir ilişkiler kurmak ve pazarlama faaliyetlerini kontrol etmek gibi amaçlarla yabancı ülkelerde ihracat büroları kurulabilir,
- Yabancı ülkelerdeki dağıtımıcılar veya acenteler aracılığıyla malların dış pazarda pazarlanması sağlanabilir,
- İşletme bünyesinde çalışan satış temsilcileri yabancı ülkelerdeki istekleri tespit etmek amacıyla görevlendirilerek gezici satış temsilcileri oluşturulabilir,
- Yabancı ülkelerdeki toptancı ve ithalatçılara yapılan satışlar yardımıyla doğrudan ihracat yapılabilir,
- Büyük perakendeci işletmeler ulusal sınırlar dışında doğrudan ihracat yapabilirler.

1.2.3. Dolaylı İhracat

Dolaylı ihracatta işletme ihracatı kendisinden bağımsız bir kurum yardımıyla gerçekleştirir dolayısıyla ihracat sürecinde pek çok aracıdan yardım almaktadır (Canitez, 2014:4). Dolaylı ihracat yöntemine başvuran işletmeler, ihracat yapmak isteyen buna karşın yeterli personel ve kaynağa sahip olmayan işletmelerdir. Söz

konusu bu işletmeler dolaylı ihracat sürecinde komisyonculardan, acentelerden, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden (SDŞ), Dış Ticaret Şirketlerinden (DTŞ), yerel alım ofisleri gibi araçlardan yardım alırlar (Kaya, 2011: 15).

Dolaylı ihracat yöntemi sayesinde işletmeler ihracatın teknik ve hukuki yönlerini araştırarak güçlerini bölmek yerine kendi üretimlerine odaklanma fırsatı yakalarlar (Kaya, 2011: 15). Ancak dolaylı ihracatta aracı kuruluşların sayısı çok fazla olduğu için işletmenin pazarlama faaliyetleri üzerindeki kontrolü sağlaması gerekir aksi takdirde işletmenin karları düşecektir (Balantekin, 2006:5).

1.3. İHRACATTA TESLİM ŞEKİLLERİ

1930'lu yıllarda dünya ticaret hacminin genişlemeye başlaması, mal sevkiyatı sırasında hak ve sorumlulukların kime ait olacağı, taşıma esnasında risklerin kim tarafından üstlenileceği, maliyetlerin hangi taraf ve taraflar tarafından karşılanacağı gibi pek çok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur (Karagül ve İlter, 2011:40;Canitez, 2012:158). Tüm bu sorunların yanında dış ticaret farklı ülkeleri bünyesinde barındıran bir ticaret olmasından dolayı kültür, dil, ekonomik sistemler gibi pek çok farklılığı beraberinde getirmektedir. Söz konusu bu farklılıklar dış ticarete konu olan malların tesliminde ek maliyet ve zaman kaybına neden olmaktadır. Bu bağlamda dış ticarete konu olan malların teslim şekilleriyle ilgili sorunları ortadan kaldırmak amacıyla ICC (Uluslararası Ticaret Odası) tarafından 1936 yılında ilk INCOTERMS (International Commercial Terms) yayınlanmıştır (Canitez, 2012:158).

INCOTERMS zamanla dış ticarete yaşanan değişiklikler göz önüne alınarak pek çok kez yenilenmiştir. INCOTERMS 2000'de teslim şekilleri 4 temel gruptan ve 13 teslim şeklinden oluşmaktadır. 1 Ocak 2011 'de uygulamaya giren ve hala uygulamada olan INCOTERMS 2010'da ise 2 ana grup ve 11 teslim şekline yer verilmektedir (<https://tr.wikipedia.org>, 06.09.2015; Yılmaz vd., 2011:3817-3818). INCOTERMS 2010'da yer alan teslim şekilleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yılmaz vd., 2011:3818):

Tüm taşıma şekillerini kapsayan kurallar:

- EXW(Ex-Work)/İşyerinde Teslim
- FCA (Free Carrier)/ Taşıyıcıya Teslim
- CPT (Carriage Paid To)/ Taşıma Ücreti Ödenmiş Teslim

- CIP (Carriage and Insurance Paid to)/ Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Teslim
- DAT (Delivered At Terminal)/ Terminalde Teslim
- DAP (Delivered At Place)/ Belirtilen Yerde Teslim
- DDP (Delivered Duty Paid)/Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim

Deniz ve iç su taşımalarına özgü kurallar;

- CFR (Cost and Freight)/ Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Teslim
- CIF (Cost, Insurance and Freight)/ Mal Bedeli,Sigorta ve Navlun Ödenmiş Teslim
- FOB (Free On Board)/ Gemi Bordasında Teslim
- FAS (Free Alongside Ship)/ Gemi Doğrultusunda Teslim

1.3.1. İşyerinde Teslim – EXW (Ex-Work)

Tüm taşıma şekillerini kapsayan bu teslim şeklinde ihracatçı konumundaki firma, ihraç edeceği malları kendi işletmesinde belirlenen tarih ve şartlarda ithalatçıya hazır hale getirir (Sabuncu, 2009: 38;Karagül ve İlter, 2011:41).

İşyerinde teslim şeklinde ihracatçı firmanın sorumluluğu dış ticarete konu olan malları kendi işyerinde ithalatçıya teslim etmekle sona erer (Kaya, 2011: 74). Bu nedenle işyerinde teslim, ihracatçıya en az sorumluluk yükleyen buna karşın ithalatçının ise en fazla sorumluluk yüklendiği teslim şeklidir (Karagül ve İlter, 2011: 41).

İthalatçının en fazla sorumluluk üstlendiği bu teslim şeklinde “*gümrük giriş çıkış işlemleri, malların varış yerine kadar taşınması için, navlun ve sigorta priminin ödenmesi, yükleme boşaltma ve gümrük giriş işlemlerinin tamamı*” ithalatçıya aittir (Karagül ve İlter, 2011: 41).

1.3.2.Taşıyıcıya Teslim - FCA (Free Carrier)

Genellikle kombine taşımacılığın kullanıldığı bu teslim şeklinde yalnızca deniz yolunu içeren taşıma şekilleri kullanılmamaktadır (Karagül ve İlter, 2011: 41-42).

Söz konusu teslim şeklinde ihracatçı firmanın sorumluluğu, ihracata konu olan malların gümrük işlemlerini tamamladıktan sonra ithalatçının belirlediği yerde ve belirlediği taşıyıcıya teslimiyle son bulur. İthalatçı malların yükleme yapılacağı yer

civarında bir yer belirleyebilir (Canitez ve Tümer, 2008:162; Karagül ve İlter, 2011: 42).

İthalatçı belirttiği yerde ihracatçıdan malları teslim aldıktan sonra kendi firmasına taşırken ortaya çıkan navlun, sigorta, gümrük işlemleri, taşıma gibi masraflara katlanmakla yükümlüdür (Karagül ve İlter, 2011: 42).

1.3.3. Taşıma Ücreti Ödenmiş Teslim - CPT (Carriage Paid To)

Deniz ve iç su taşımacılığını kapsayan bu teslim şekli ihracatçının dış ticarete konu olan malın taşınması için navlunu ödediğini ifade eder (Karagül ve İlter, 2011:43; Çolakoğlu, 2002:308).

CPT teslim şeklinde ihracatçının görev ve sorumlulukları dış ticarete konu olan malları hazır hale getirmek, gümrük işlemlerini yapmak, malların taşınması için gemi tedarik etmek, taşıma şirketiyle sözleşme yapmak ve navlunu ödemekle sınırlıdır. Malların gemi küpeştesini aşmasından sonra oluşabilecek risk ve sorumluluklar ithalatçı firmaya aittir. Dolayısıyla bu aşamadan sonraki sigorta, gümrük, boşaltma gibi masraflar ve oluşabilecek riskler ithalatçının sorumluluğu altındadır (Karagül ve İlter, 2011:43).

1.3.4. Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Teslim – CIP (Carriage and Insurance Paid to)

Bu teslim şekli satıcının, dış ticarete konu olan malları daha önce belirlenen varış yerine ulaşıncaya kadar navlun ve sigorta bedeli ödenmiş olarak teslim etmesi gerektiğini ifade etmektedir. Söz konusu teslim şeklini CIP (mal bedeli, sigorta ve navlun ödenmiş teslim) teslim şeklinden ayıran en önemli özellik yalnızca deniz ve iç su taşımacılığını içermemesi, kombine taşımacılıkta uygulanmasıdır (Kurtoğlu, 2012:47).

Taşıma ve sigorta bedeli ödenmiş teslimde ihracatçının görev ve sorumlulukları dış ticarete konu olan malları anlaşılmaya uygun bir şekilde hazır hale getirmek, gümrük işlemlerini tamamlamak, taşıyıcıya teslim ederek malların ulaşacağı yere kadar navlun ve sigorta bedelini ödemektir. Bu kapsamda malların taşıyıcıya tesliminden sonra navlun ve sigorta bedeli dışındaki masraflar ve sigorta kapsamına girmeyen riskler ithalatçının sorumluluğu altındadır. Bunun dışında ithalatçı firmanın

görev ve sorumluluğu gümrük işlemlerini tamamlamak, varış noktasından sonraki boşaltma ve nakliye masraflarını üstlenmektir (Karagül ve İlter, 2011:45).

1.3.5. Terminalde Teslim- DAT (Delivered At Terminal)

DAT (terminalde teslim) 01.01.2011 tarihinde yürürlüğe giren ve INCOTERMS 2010'da yer alan yeni bir teslim şeklidir. DAT daha önce INCOTERMS 2000'de yer alan DEQ klotunun yerine getirilmiş, kombine taşımacılığa uygun bir teslim şeklidir. Bu teslim şekli dış ticarete konu olan malın daha önce belirlenmiş olan terminal noktasında boşaltma masrafları ihracatçı tarafından karşılanmış olarak alıcının emrine bırakılmasını ifade etmektedir (www.mevzuat.net, 2016). Bu bağlamda teslim yerine ulaşıncaya kadar oluşabilecek tüm risk ve hasarlardan ihracatçı firma sorumludur. İhracatçının diğer sorumlulukları ise malları hazır hale getirmek, çıkış gümrüğü lisans işlemlerini yapmak, navlun masraflarını ve malın boşaltma işlemini üstlenmektir. İthalatçının sorumluluğu varış gümrüğü işlemlerini üstlenmekle sınırlıdır (Kurtoğlu, 2012:48).

1.3.6. Belirtilen Yerde Teslim - DAP (Delivered At Place)

DAP (belirtilen yerde teslim) 01.01.2011 tarihinde yürürlüğe giren ve INCOTERMS 2010'da yer alan yeni bir şeklidir. Bu teslim şekli daha önce INCOTERMS 2000'de yer alan DAF, DES ve DDU'nun yerini almıştır (www.mevzuat.net, 2016). DAP teslim şekli kısaca ihracatçının, ithalatçının ülkesinde belirlenen bir yerde taşıttan boşaltmadan teslimini ifade eder (Yılmaz vd., 2011:3819). Bu teslim şeklinde ihracatçının sorumluluğu dış ticarete konu olan malları sözleşmeye uygun şekilde hazır hale getirmek, malların çıkışıyla ilgili gümrük işlemlerini tamamlamak, taşıma şirketiyle anlaşmaya varmakla sınırlıdır ihracatçının ithalatçıya karşı sigorta sözleşmesi yapma yükümlülüğü yoktur, sözleşme şartlarına bağlıdır. İhracatçının sorumluluğu malları kararlaştırılan tarihte, yerde veya noktada gelen taşıma aracından boşaltılmaya hazır şekilde ithalatçıya teslim etmekle sona erer. İthalatçının sorumlulukları ise malların boşaltma işlemini üstlenmek ve varış gümrük işlemlerini tamamlamakla sınırlıdır (www.mevzuat.net,2016; Kurtoğlu, 2012:49).

1.3.7. Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim - DDP (Delivered Duty Paid)

Tüm taşıma şekillerinin kapsayan DDP teslim şekli kısaca malların varış yerinde gümrük vergilerinin ihracatçı tarafından ödenmiş şekilde ithalatçıya teslimini ifade eder (Karagül ve İlter, 2011: 47).

DDP (gümrük resmi ödenmiş teslim) ihracatçıya en fazla görev ve sorumluluk yükleyen buna karşın ithalatçının sorumluluklarının en az olduğu teslim şeklidir. Söz konusu teslim şeklinde ihracatçının sorumlulukları dış ticarete konu olan malları sözleşmeye uygun şekilde hazırlamak, gümrük izinleriyle ilgili her türlü izni ve masrafi üstlenmek, taşıtıcıyla anlaşarak navlun ücretini ödemektir bu kapsamda mallar ithalatçıya ulaşıncaya kadar oluşabilecek tüm risk ve hasarlar ihracatçıya aittir. İhracatçının sorumluluğu daha önce belirlenen yer ve zamanda malları taşıttan boşaltılmamış olarak ithalatçıya teslim etmekle sona erecektir. İthalatçının sorumluluğu ise yükleme öncesi muayene masraflarını ödemek ve malları boşaltmakla sınırlıdır (Kaya, 2011:163-164).

1.3.8. Gemi Bordasında Teslim - FOB (Free On Board)

Yalnızca deniz yolu taşımacılığında kullanılan bu teslim şeklinde ihracatçı firma söz konusu malların gümrükleme işlemlerini yaptıktan sonra gemiye yükleme yapar, ihraç edilen mallar gemi küpeştesini aştıktan sonra tüm gider ve risklerden ithalatçı firma tek başına sorumludur (Karagül ve İlter, 2011:43; Gürsoy, 2014:15). Gemi küpeştesi uygulamada bir anlam ifade etmiyorsa taşıyıcıya teslim (FCA) tercih edilmelidir (Canitez ve Tümer, 2008:162). Uygulamada en çok tercih edilen teslim şekillerinden biridir.

1.3.9. Gemi Doğrultusunda Teslim -FAS (Free Alongside Ship)

Gemi yanında teslim olarak da adlandırılan, yalnızca deniz yolu ve iç su taşımacılığında kullanılan bu teslim şeklinde ihracatçı malların yükleneceği geminin bulunduğu limanda malları rıhtım veya mavnaya bırakır (Sabuncu, 2009:39; Çolakoğlu, 2002:307).

Gemi doğrultusunda teslimde ihracatçının sorumluluğu malları akreditife uygun bir şekilde hazırlamak ve gemi doğrultusunda teslim etmekle sona erer.

İthalatçının malları yükleyeceği gemi herhangi bir sebepten limana yanaşamamış ise ihracatçı, açık denize demir atmış gemiye malları ulaştırmakla yükümlüdür (Karagül ve İlter, 2011: 42).

Söz konusu bu teslim şeklinde sorumluluğun büyük bir kısmı ithalatçıya aittir. İhracatçı gemi doğrultusunda malın teslimini yaptıktan sonra malla ilgili boşaltma, nakliye, sigorta gibi masraflar ithalatçı tarafından üstlenilir (Çolakoğlu, 2002:307).

1.3.10. Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Teslim - CFR (Cost and Freight)

CFR yalnızca deniz ve iç su taşımacılığını kapsayan bir teslim şeklidir (Sabuncu, 2009:40). Söz konusu teslim şeklinde dış ticarete konu olan malların hazırlanması, gümrük çıkış işlemlerinin yapılması, bu malları taşıyacak olan geminin temin edilmesi, navlun bedelinin ödenmesi ihracatçının sorumluluğundadır. Malların gemi küpeştesinin geçmesinden sonra ise ortaya çıkabilecek tüm riskler ithalatçının sorumluluğu altındadır. Dolayısıyla ithalatçının sorumluluğu malların gemi küpeştesini geçmesinden sonra ortaya çıkan sigorta, nakliye, gümrük işlemleri gibi masraf ve sorumlulukları üstlenmektir (Karagül ve İlter, 2011:43).

1.3.11. Mal Bedeli, Sigorta ve Navlun Ödenmiş Teslim -CIF (Cost, Insurance and Freight)

CIF teslim şeklinde, CFR teslim şekline ek olarak taşıma esnasında oluşabilecek kayıp ve hasar riskine karşın masrafları satıcıya ait olmak üzere deniz sigortası yapılmaktadır (Kaya, 2011:157).

CIF teslim şeklinde ihracatçının sorumlulukları, ihraç edeceği malları hazır hale getirmek, gümrük işlemlerinin yapmak, gemi temin ederek taşıma sözleşmesini yapmak, navlunu ödemek, malların sigortasını yapmak ve ithalatçı firmaya malların gemiye yüklendiğini haber etmekle sınırlıdır. Mallar gemi küpeştesini aştıktan sonra ortaya çıkabilecek hasar ve kayıplardan ithalatçı firma sorumludur (Karagül ve İlter, 2011:44; Kaya, 2011:158).

Bu kapsamda ithalatçının sorumlulukları ise malların gemi küpeştesini aşmasından sonra sigorta kapsamının dışında kalan riskleri, gümrük işlemlerinden ve

boşaltma işleminden ortaya çıkacak masrafları üstlenmektir (Karagül ve İlter, 2011:44; Kaya, 2011:158).

1.4. İHRACATTA ÖDEME ŞEKİLLERİ

Dış ticarette taraflar aralarındaki anlaşmazlıkları önlemek amacıyla tüm dünyada kabul edilmiş olan ödeme şekillerine başvurumaktadırlar (Sabuncu, 2009:15). Dış ticaret işleminde hangi ödeme şeklinin kullanılacağını belirleyen etmenleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Kaya, 2011:89);

- Sektör ve ürünün niteliği,
- İhracatçı ile ithalatçı arasındaki güven düzeyi,
- Dış ticaret yapan ülkelerdeki genel politika,
- İthalatçının ödeme gücü.

Bu kapsamda dış ticarette en çok kullanılan ödeme şekilleri şunlardır (Sabuncu, 2009:15);

- Peşin Ödeme
- Mal Mukabili Ödeme
- Vesaik Mukabili Ödeme
- Akreditif
- Kabul Kredili Ödeme
- Karşı –Ticaret
- Konsinye Satışlar

1.4.1. Peşin Ödeme

Bu ödeme türünde ihracatçı ihraç ettiği malların bedelini, ithalatçı malı teslim almadan önce ithalatçı veya ithalatçının vekilinden tahsil edebileceği gibi bankalar aracılığıyla da tahsil edebilir. Başka bir ifadeyle peşin ödeme şeklinde, ithalatçı firma satın aldığı malların bedelini malı teslim almadan önce ihracatçıya ödemekle yükümlüdür (Kaya, 2011:89).

Peşin ödeme ihracatçı için en elverişli ödeme şekli olmasına rağmen ithalatçı açısından pek çok risk barındırdığı için fazla tercih edilmeyen bir ödeme şeklidir

(İGEME, 2010:172). Bu riskler ithalatçı tarafından ihracatçıya ödeme yapıldıktan sonra malların teslim alınamaması veya teslim alınan malların ithalatçı firmanın isteklerini karşılamaması olarak özetlenebilir. İthalatçı için pek çok risk barındıran peşin ödeme yöntemi genellikle ihracatçının monopol gücü olduğu veya çok satılan bir malın ihracatçısı olduğu, ithalatçı ile ihracatçının birbirlerini çok iyi tanıdığı ve güvendiği veya farklı ülkelerde faaliyet gösteren aynı firmaya bağlı kuruluşlar olması durumlarında tercih edilen bir yöntemdir (Karagül ve İlter, 2011:60).

Peşin ödeme şekli ithalatçı açısından yoğun riskler barındırdığı için diğer uluslararası ödeme şekillerinde yapılmayan kambiyo takibine bu ödeme şeklinde önem verilmekte ve kanunen verilen sürelerle uyularak taahhütlerin kapatılması gerekmektedir. Bu bağlamda ihracatçının, ithalatçıdan mal bedelini tahsil etmesinden itibaren en geç 18 ay içinde ihracatın gerçekleştirilmesi (bu süre hazır gemiler hariç, gemi inşaatı ve gemi ihracatında 24 aydır) gerekmektedir (Keser, 2012:60).

1.4.2. Mal Mukabili Ödeme

Mal mukabili ödemede ihracatçı, ihraç ettiği malın bedelini ithalatçı malları teslim aldıktan sonra tahsil etmektedir. Ancak ithalatçının malları teslim alması malın mülkiyetini aldığı anlamını taşımamaktadır. İthalatçı yalnızca malın zilyetliğine sahiptir malı devir ve tesliminden sonra mülkiyetini almaya hak kazanacaktır (İGEME, 2010:166).

Peşin ödemede ithalatçı firmanın yüklendiği riskleri, mal mukabili ödemede ihracatçı firma üstlenmektedir. İhracatçı firma için yoğun risk taşıyan bu ödeme şekli kambiyo mevzuatında önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda malların ithalatçıya gönderilmesini takip eden 180 iş günü içinde ihracatçı firmaya malların bedeli ödenmediği takdirde söz konusu malların ülkeye dönüşü zorunludur (Sabuncu, 2009:30).

Mal mukabili ödemenin diğer özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Canitez, 2014:256;Sabuncu, 2009:31;İGEME, 2010:166);

- Bir anlamda ihracatçının ithalatçı firmaya kredi açması anlamına gelen mal mukabili ödeme şeklinde ihracatçı firmanın malın tesliminden sonra sattığı

malın bedelini tahsil edememesi riski söz konusudur bu nedenle taraflar arasında güven şarttır.

- Satılan malın bedeli taraflarca sözleşmede kabul gören vadelerde tahsil edilebilir.
- Belirli bir ödeme tarihi taşımadığı için esnek bir ödeme şeklidir.
- İthalatçı açısından esnek bir uygulama olduğu halde ihracatçıya yoğun riskler yüklemesi bakımından fazla tercih edilmeyen bir ödeme şeklidir.

1.4.3. Vesaik Mukabili Ödeme

“Belge karşılığı ödeme” olarak da adlandırılan vesaik mukabili, *“ithalatçı firmanın bankasının ihracat bedelini, ihracatçının bankasına ödemesi karşılığında belgelerin ithalatçıya teslimini öngören bir ödeme şeklidir”*. İthalatçı, bu belgeyle söz konusu malları gümrükten çekme hakkı elde eder (Gürsoy, 2014:13).

Bu ödeme yönteminde dış ticarete konu olan malın bedeli genellikle vesikalar ve söz konusu mallar ithalatçının eline ulaştıktan sonra ödeme yapılır. İthalatçı için güvenli olan bu ödeme yönteminde ithalatçı firma malları kontrol ettikten sonra ödeme yapma şansına sahiptir ve mal bedeli ihracatçıya ödenmediği takdirde ihracatçı firma yurtdışındaki mallarını teslim alabilmek için nakliye masraflarına katlanacak veya ıskonto yaparak söz konusu malları ucuza satmak zorunda kalacak ve mali kayba uğrayacaktır (Canitez, 2012:215;Keser, 2012:69). Bu kapsamda değerlendirildiğinde mal mukabili ödemeye kıyasla ihracatçı için daha güvenli olan bu ödeme türünde de riskler söz konusudur (İGEME, 2010:167)

Vesaik mukabili ödemede ihracatçı veya ithalatçının bankasından “aval” ve “garanti” talebinde bulunulmadığı sürece söz konusu bu bankaların hiçbir ödeme taahhüdü bulunmamaktadır (İGEME, 2010:167). Bu nedenle ihracatçı firmalar genellikle ibraz bankasından “aval” ve “garanti” istemektedirler (Sabuncu, 2009:27).

Vesaik mukabili ödemenin diğer özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (İGEME, 2010:167-168; Sabuncu, 2009:26-27; Kurtoğlu, 2012:23);

- Vesaik mukabili ödemede, ihracatçı, ihracatçının bankası, ithalatçı ve ithalatçının bankası olmak üzere dört taraf vardır.

- İki tür vesaik mukabili ödeme yöntemi mevcuttur. İlki “ödemeli poliçe” dir ve bu yöntemde sevk belgeleri ithalatçıya malın bedelini ödediği takdirde teslim edilir. İkinci yöntem olan “ticari kabul” de ise sevk belgeleri ithalatçıya poliçedeki bedeli ödeyeceğine dair “kabul” alındıktan sonra teslim edilir.
- Vesaik mukabili ödeme de konşimento ve CMR sıkça kullanılan belgelerdir.

1.4.4. Akreditifli Ödeme

Uluslararası ticarete L/C (Letter of Credit) kısaltmasıyla kullanılan akreditif, İhracatçının sözleşmedeki şartlara uyarak malları göndermesi durumunda ithalatçının ödemeyi yapacağını bir banka tarafından taahhüt etmesini içeren ödeme yöntemidir (Sabuncu, 2009: 17).

Uluslararası ticarete ithalatçı ve ihracatçı arasında en büyük sorun güvensizliktir ve akreditifli ödeme yöntemi bu sorunu ortadan kaldırır (Tomanbay, 2003:75).Çünkü bu ödeme yönteminde, ihracatçı firma malları sözleşmeye uygun sevk ettiği takdirde mal bedelini tahsil edebileceğini, ithalatçı firma ise sevkiyattan önce ödeme yapmak zorunda olmadığını bilmektedir (Sabuncu, 2009:18).

Akreditifli ödeme yönteminde akreditifin lehtar (ihracatçı),akreditifin amiri (ithalatçı),ithalatçının bankası olan amir bank ve ihracatçının bankası olan muhabir banka olmak üzere dört taraf vardır. Akreditifli ödeme yönteminin işleyişini aşamalar halinde şu şekilde özetlemek mümkündür (Tomanbay, 2003:75-76);

- İhracatçı ve ithalatçı dış ticarete konu olan malın özellikleri ve dış ticarete kullanacakları yöntemler üzerinde anlaşarak sözleşme yaparlar,
- İthalatçı amir bankadan ihracatçı adına akreditif açmasını ister,
- Amir banka akreditif açtığını muhbir bankaya bildirir,
- Muhbir bank ihracatçıya, ihracatçı adına akreditif açıldığını bildirir,
- İhracatçı akreditif koşulları kapsamında malları sevk eder ve belgeleri hazırlar,
- Malları sevk eden ihracatçı sevk belgelerini muhbir bankaya gönderir.
- Bunun karşılığında muhbir banka mal bedelini ihracatçıya öder,
- Muhbir banka sevk belgelerini amir bankaya iletir ve ödemeyi tahsil eder,
- İthalatçı akreditif tutarını amir bankaya ödeyerek akreditif belgelerini alır ve akreditif işlemi sona erer.

Akreditifli ödemenin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Sabuncu, 2009:18; İGEME, 2010:169);

- İthalatçı tarafından açılan akreditifte istenilen koşullar küşat mektubu adı verilen bir belge ile ihracatçıya bildirilir.
- Akreditif işleminde mal bedeli banka taahhüdündedir bu nedenle transfer riski yoktur. Ayrıca akreditif, bankalar ve belgeler üzerinden işlem yapılan bir ödeme şeklidir. Çünkü akreditif işlemi mallarla ilgili değildir dolayısıyla satış ve diğer sözleşmelerden farklı bir işlemdir.
- Akreditifte belirlenen koşulların yerine getirilmesinden itibaren bir hafta içinde ödeme yapılmak zorundadır.
- Ödeme şekillerine göre pek çok akreditif türü mevcuttur.
- Diğer ödeme şekillerine göre daha masraflı olduğu halde taraflara güven verdiği için dış ticarete en çok tercih edilen ödeme şeklidir.

1983 yılında düzenlenen Uluslararası Ticaret Odası (ICC) toplantısında kuralları revize edilen ve günümüz dış ticaretinde en yaygın kullanım alanına sahip olan ödeme şekli akreditifli ödemedir (Tomanbay, 2003:76).

1.4.5. Kabul Kredili Ödeme

Kabul kredili ödeme, ithalatçı firmanın ihracatçı tarafından düzenlenen ve malın bedelinin belirli bir vadede ödenmesini ön gören poliçeyi kabul ederek malları gümrükten çekmesini sağlayan ödeme şeklidir (Kaya, 2011:98; Gürsoy, 2014:14).

İhracatçı firma tarafından keşide edilen poliçe yalnızca ithalatçı tarafından kabul edilmiş ise “*trade acceptance*” söz konusudur. Ancak istendiği takdirde bankaların taraflara aracılık etmesi mümkündür. Bankaların aracılık ettiği ve poliçeyi kabul ettiği veya ithalatçının kabule aval verdiği kabul kredili ödemeye ise “*banker’s acceptance*” denilmektedir (İGEME, 2010:173).

İhracatçı söz konusu ithalatçı ile ilk kez dış ticaret ilişkisinde bulunacak ise ithalatçının tanınmışlığını ve güvenilirliği araştırılmalıdır. Bu bağlamda ihracatçı, ithalatçı firmadan finansal durumunu gösteren belgeler, kar-zarar durumuna ilişkin muhasebe kayıtları, geçmiş 3 yılın nakit akışını içeren belgeler ve gelecek 6 aya yönelik finansal tahminleri isteyebilir (İGEME, 2010:174).

1.4.6. Karşı -Ticaret

Bu ödeme şekli genellikle dış ticarete finansman zorlukları yaşayan ve döviz darboğazında olan ülkelerin başvurduğu bir yöntemdir. Genel anlamda bir takas muamelesi olan karşı-ticarete satılan malın bedeli yine mal olarak tahsil edilir, başka bir ifadeyle tahsilat işleminde genellikle döviz kullanılmamaktadır (Sabuncu, 2009:33).

Karşı-ticaretin çeşitlerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Şahin, 2002:23; Sabuncu, 2009:34);

- **Takas:** Genellikle tek seferlik bir anlaşma olan takas, eşit değerde olduğu kabul edilen iki mal gurubunun eş zamanlı ve doğrudan değiştirilmesi işlemidir. Takas işlemi özel takas ve bağlı muamele olmak üzere ikiye ayrılır (Şahin, 2002:23)
- **Kliring:** Takas işleminin geliştirilmiş şeklidir. Bu ödeme şeklinde ithalatçılar, satın aldıkları malların bedelini kendi ülkelerinde yer alan Merkez Bankasına veya Kliring Ofisine ulusal para cinsinden ödemektedirler (Sabuncu, 2009:34). Dönem sonunda iki ülke arasındaki ihracat ve ithalat birbirini dengelemezse hesapların altın veya konvertibl dövizlerle denkleştirilmesi gerekmektedir. Kliring anlaşmaları malın bedelini malla veya ulusal parayla ödemeyi ön gören anlaşmalardır. Bu anlaşmalar genellikle kısa dönemlidir ve ülkeleri dış ticarete bağımlı hale getirdiği için ticari hayatta tercih edilen bir uygulama değildir (<https://tr.wikipedia.org>, 2016)
- **Karşı-alım:** Karşı-ticaretin en çok tercih edilen çeşidi olan karşı-alımda ihracatçı dış ticaret sözleşmesindeki değer belli bir yüzdesindeki malı ithalatçı konumundaki firmadan satın alır (Sabuncu, 2009:34).
- **Dengeleme:** İhracatçı sattığı malın bir kısmını tamamını mal karşılığında tahsil eder.

1.4.7. Konsinye Ticaret

Dış ticarete fazla tercih edilmeyen ve genelde pazara yeni giren bir malın tanıtımını amaçlayan bu ödeme şeklinde ihracatçı, ithalatçının satış ve ödeme koşullarını kabul ederek malları gönderir. Dış ticarete konu olan malları teslim alan ithalatçı malı rayiç değerinden satar, komisyon giderinin satış bedelinden düştükten

sonra geriye kalan kazancı ihracatçıya döviz cinsinden gönderir, satışı yapılamayan mallar ise tekrar ihracatçıya gönderilir (Kaya, 2011:103; Karagül ve İlter, 2011:61).

Konsinye ticaretin özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Kaya, 2011:103; Şahin, 2002:25);

- Taraflar arasındaki güvene dayalı bir ödeme şeklidir.
- Mal bedelinin gönderilmesinde yaşanan sorunlar açık hesaptaki sorunlara benzemektedir.
- Konsinye ticaretin özellikle ihracatçı açısından riskli olması, bu riski azaltmak için “müşterek hesap” adı verilen yeni bir konsinye ticaret yöntemini ortaya çıkarmıştır. Bu yeni yöntem de kısaca konsinyatör adı verilen ithalatçı, ihracatçıya asgari bir satış fiyatını garanti eder ve bu fiyatla satış fiyatı arasındaki farktan giderler düşüldükten sonra kalan kısım ithalatçı ve ihracatçı tarafından paylaşılır.
- Konsinye ihracat talebi ihracatçı birliklerine yapılmaktadır söz konusu bu izinlerin süresi 90 gündür. Konsinye ticarete konu olan malların fiili ihracat tarihinden itibaren 1 yıl içinde satışının gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

1.5. TÜRKİYE’DE İHRACATI GENEL YAPISI VE İHRACAT TEŞVİKLERİ

Küreselleşen dünyada uluslararası toplumların en belirgin özelliği ülkelerin karşılıklı olarak birbirine bağımlılığıdır. Uluslararası ticaretin temel faaliyetlerinden biri olan ihracat en geniş tanımıyla bir ülkenin döviz karşılığında yabancı ülkelere mal satmasıdır. Ülkeler ve firmalar mukayeseli üstünlüklerin getirdiği avantajlardan faydalanmak, satış gelirlerini artırmak, teknolojiyi daha yakından takip edebilmek, rakiplerinin gerisinde kalmamak, ölçek ekonomilerinin maliyet avantajından yararlanmak, atıl kapasiteyi değerlendirmek, döviz stokunu artırarak ekonomik kalkınmaya ivme kazandırmak gibi nedenlerden ihracata yönelmektedirler. Bu kapsamda Türkiye gibi gelişmekte olan ülke sıfatına sahip ülkeler için ihracat özel bir önem taşımakta ve devlet tarafından çeşitli şekillerle desteklenmektedir.

1.5.1. Türkiye’de İhracatın Genel Yapısı

Türkiye, Cumhuriyetin kurulduğu yıllardan 24 Ocak 1980 kararlarına kadar dış ticarete ithal ikameci politikayı benimsemiştir. İthal ikameci politika, daha önce yurt dışından ithal edilen malların gümrük tarifeleri, kotalar gibi korumacı politikalarla kısıtlanması ve yerli malına özendirilmesine dayanan bir dış ticaret politikasıdır (Seyidoğlu, 2002:314). Korumacılığa dayanan bu politika sanayileşme çabalarının yaşandığı ilk yıllarda yeni kurulan endüstrileri korumak için etkili bir politika olmasına karşın; zamanla tekelleşme, rekabet eksikliğinden kaynaklanan kalitesiz üretim, yüksek fiyatlar, yüksek maliyet gibi pek çok sorunu beraberinde getirmiştir. İthal ikameci politikanın ekonomiyi hantallaştırması sonucunda, 24 Ocak 1980 kararlarıyla tüm ekonomide olduğu gibi dış ticarete de liberalizmi öngören serbest dış ticaret politikaları ve ihracata dayalı büyüme benimsenmiştir.

1980 yılından günümüze serbest dış ticaret politikasını benimseyen Türkiye için ihracatın artması son derece elzemdir. Çünkü Türkiye ekonomisi ihracata dayalı bir şekilde büyümektedir, başka bir ifadeyle üretim için gerekli olan ithalat, ihracattan elde edilen döviz gelirleriyle finanse edilmektedir. Türkiye ekonomisinin kronik bir sorunu olan cari açığın azaltılmasında da ihracat önemli bir paya sahiptir.

Türkiye’nin yıllara göre ihracat rakamları ve ihracat değişim yüzdeleri Tablo 1.1’de yer almaktadır. Türkiye’de İhracat bazı yıllarda düşme eğiliminde olmasına karşın 2000 yılından 2014 yılına kadar yaklaşık 130 bin \$ artış göstermiştir. Ancak söz konusu rakamlar potansiyel ihracat düzeyinin altındadır.

Tablo 1.1: Türkiye’nin Yıllara Göre İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

Yıllar	İhracat Değeri (Bin \$)	İhracat Değişim (%)
2000	27 774 906	4,5
2001	31 334 216	12,8
2002	36 059 089	15,1
2003	47 252 836	31,0
2004	63 167 153	33,7
2005	73 476 408	16,3
2006	85 534 676	16,4
2007	107 271 750	25,4
2008	132 027 196	23,1
2009	102 142 613	-22,6
2010	113 883 219	11,5
2011	134 906 869	18,5
2012	152 461 737	13,0
2013	151 802 637	-0,4
2014	157 610 158	3,8
2015	143 838 871	-8,7

Kaynak: www.tuik.gov.tr, 2017.

İhracatın yıllara göre sektörel dağılımına Tablo 1.2. de yer verilmiştir. Kalkınma Bakanlığı’nın verilerinden derlenmiş olan istatistiklere göre ihracatta en büyük pay ana sektör bazında imalat sektörüne aittir. İmalat sektöründe ihracata en önemli katkıyı “Ana metal sanayi” ve “Motorlu Kara Taşıtı ve Römorklar” başlığı altındaki faaliyetler sağlamaktadır.

Tablo 1.2: Yıllara Göre Sektörlerin İhracat Rakamları

Ana Sektörler	Yıllık İhracat Rakamları (Bin \$)					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tarım ve Ormancılık	4.347,5	4.934,7	5.166,6	5.188,9	5.653,3	6.029,7
Balıkçılık	189,0	156,0	186,0	190,3	258,2	346,5
Madencilik ve Taşocaklığı	1.682,9	2.687,1	2.805,4	3.160,8	3.879,4	3.406,1
İmalat	95.449,2	105.466,7	125.962,5	143.193,9	141.358,2	147.063,7
Elektrik, Gaz ve Su	139,7	181,4	148,8	190,2	29,0	88,9
Toptan ve Perakende Ticaret	330,5	451,7	631,9	534,8	606,0	672,9
İş Faaliyetleri	1,2	2,0	0,6	0,5	3,4	2,6
Diğer Sosyal Toplumsal ve Kişisel Hizmet	2,4	3,6	5,0	2,3	15,1	4,0
Toplam	102.142,6	113.883,2	134.906,9	152.461,7	151.802,6	157.614,4

Kaynak: www.kalkinma.gov.tr, 2016.

İhracat gelişmekte olan ülke konumundaki Türkiye'nin kalkınma ve büyümesinde önemli bir yere sahiptir bu nedenle kısa ve uzun dönemli stratejiler geliştirmek zorunludur. 6/6/2012 tarih ve 2012/8 nolu Resmi Gazetede yayınlanan “2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı” kapsamında belirlenen ihracat vizyonuna göre Türkiye'nin 2023 yılına kadar ihracat rakamlarının 500 milyar dolar olması ve dünya ihracatından aldığı payın %1,5'e yükselmesi hedeflenmektedir.

1.6. TÜRKİYE'DE İHRACAT TEşVİKLERİ

Türkiye'nin ekonomik sorunlarını aşabilmesinin, refah düzeyinin ykseltilebilmesinin ve dünya ticaretinden pay alınabilmesinin öncelikli şartı ihracatı artırmaktır (Atayeter ve Erol, 2011:2). Türkiye, 1980'den sonra ihracata dayalı büyüme modelini benimseyerek dış pazarlara açılmaya başlamıştır. Ancak dış pazarlara açılmak isteyen ve genellikle KOBİ niteliğini taşıyan pek çok işletme uluslararası pazarlarla ilgi bilgi eksikliği, deneyimsizlik, rekabet gücünün yeterli olmaması gibi sorunlardan dolayı ihracat yapmak konusunda çekimser davranmaktadır. İhracat yaparak dış pazarlara açılan işletmeler ise dış pazarda tutunmanın ön koşulu olan devamlılığı sağlayamamaktadırlar (Sönmez vd., 2007:441).

İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunları zmek ve ihracattaki paylarını artırmak amacıyla tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ihracat devlet kapsamında yer alan teşviklerle desteklenmektedir. Bir bakıma teşvikler, devletin ekonomiye müdahalesi niteliğindedir ve WTO (Dünya Ticaret rgt) gibi çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından disiplin altına alınmaya çalışılmaktadır (Atayeter ve Erol, 2011:2). Ancak tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de ihracat yapan işletmelerin dış pazarlardaki sorunlarını aşarak rekabet gücü kazanmaları ve pazar paylarını artırmaları için ihracata yönelik faaliyetlerinin gerek üretim, gerekse pazarlama aşamalarında desteklemektedir (Uzay ve Uzay, 2004:1). İhracatta devlet desteklerinin uluslararası anlaşmalara ters düşmeyecek ve doğrudan parasal yardımlar içermeyecek şekilde yürütülmesi Avrupa Birliğiyle 1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği Anlaşmasıyla yürürlüğe girmiştir (Atayeter ve Erol, 2011:2).

Türkiye'de devletin ihracata verdiği teşviklerini ř şekilde sıralayabiliriz (Atayeter ve Erol, 2011:4);

- AR-GE teşvikleri,
- Uluslararası fuarlara katılım desteği,
- İstihdam yardımı ve kalifiye eleman istihdam desteği,
- Eğitim desteği,
- Çevre maliyetlerinin desteklenmesi,
- Pazar araştırması desteği,
- Türk markalarının yabancı ülkelerde tanıtılması, Türk malı imajının yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin desteklenmesi,
- Yurt dışında ofis-mağaza açma, işletme ve marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi.

1.6.1. İhracatta Devlet Destekleri

Nihai amacı, ihracat yapmak isteyen ve genellikle KOBİ niteliğindeki işletmelerin dış ticaret faaliyetlerini desteklemek ve makro düzeyde ise ülke ekonomisinin kalkınmasına ve büyümesine ivme kazandırmak olan devlet desteklerinin bazı genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Atayeter ve Erol, 2011:3-4);

- Söz konusu teşvikler genellikle KOBİ'lerin bir organizasyon altında toplanarak örgütlenmesini hedefler.
- İşletmelerin mevcut ihracatlarıyla ve gelecekte yapacakları ihracatla devlet destekleri arasında ilişki yoktur.
- İhracatta devlet desteklerinden yararlanmanın temel koşulu işletmelerin belirli şartları sağlamalarıdır.
- Söz konusu destekler belirli bir süre ve faaliyet için geçerlidir.
- Bu desteklerin kaynağı Destekleme ve Fiyat İstikrarı Fonu'dur.

Avrupa Topluluğu Anlaşması'nın 87. maddesine uyarınca AB'de ortak pazarıyla da uyumlu olarak devlet desteklerini üç kategoride incelemek mümkündür. Bu bağlamda devlet desteklerini şu şekilde kategorize edilmektedir (Sönmez, 2007:443);

- Sektörel destekler: gemi yapımı, tekstil ve sentetik fiber, motorlu taşıtlar, kömür ve çelik, taşımacılık, tarım ve balıkçılık sektörlerine verilen destekleri kapsamaktadır.

- Yatay destekler: AR-GE desteği, çevresel destek, kurtarma ve yeniden yapılandırma desteği, KOBİ desteği, istihdam ve eğitim desteklerini kapsamaktadır.
- Bölgesel destekler: bölgelerin özelliklerini dikkate alarak yapılan destekleri kapsamaktadır.

Türkiye’de uygulamada olan ihracata yönelik devlet desteklerini şu şekilde özetlenebilir;

(1) *AR-GE Yardımı:*

Devletin AR-GE çalışmalarına destek vermesindeki temel amaç ticari değeri olan yeni ürünlerin oluşturulmasına katkı sağlamak veya mevcut ürünlerde rekabet gücünün artırılmasına ivme kazandırmaktır (Kemer, 2003:92). Bu kapsamda sanayi kuruluşları tarafından hazırlanan AR-GE projelerinin izlenip, değerlendirilebilen giderlerinin belirli bir oranının karşılanması veya bu projelere sermaye desteği sağlanması amaçlanmaktadır (Duran, 2004:22).

AR-GE desteklerinden, sanayi sicil belgesi olan kuruluşlar, yazılım geliştirmeye yönelik firmalar ve katma değer oluşturabilen kuruluşlar faydalanabilmektedir (Duran, 2004:23). Bu nitelikteki firma ve kuruluşlar AR-GE desteğinden faydalanabilmek için TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) ve TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) başvurmaldırlar (Kemer, 2003:92).

AR-GE destekleri bir sonraki dönemde ölçülebilir olmak şartıyla proje desteği ve sermaye desteği olarak iki farklı şekilde verilmektedir (Kemer, 2003:92). Ancak genel olarak desteklenen AR-GE harcamalarını şu şekilde özetleyebiliriz (Kaya, 2013:124);

- AR-GE faaliyetinde yer alan araştırmacıların giderleri,
- Araştırma faaliyetinde kullanılan alet, teçhizat, yazılım giderleri,
- Araştırma faaliyeti için kullanılan danışmanlık hizmeti giderleri,
- Ülke içinde faaliyet gösteren AR-GE kurumlarına yaptırılan AR-GE hizmet giderleri,
- Doğrudan AR-GE faaliyetleri ile ilgili malzeme alım giderleri,

- Patent başvuru giderleri.

Söz konusu desteklerden firmalar, 6 aylık dönemler halinde 3 yıl faydalanabilirler. Destek oranı AR-GE harcamalarının ölçülebilir ve faturalandırılabilir olması şartıyla en az %50, ek desteklerle birlikte ise en fazla %60 olmaktadır (Kemer, 2003:92; Kaya, 2013:124).

(2) *Uluslararası Fuarlara Katılımın Desteklenmesi*

Gerek yurt içinde gerekse yurt dışında düzenlenen uluslararası fuarlar firmaların dışarıya açılmasında etkin bir pazarlama yöntemi olma niteliğine sahiptir. Uluslararası fuarların ihracatı teşvik etmesi ve yeni pazarlara kapı açması nedeniyle bu fuarlara katılan firmaların bu amaçla yapacakları harcamaların bir kısmı devlet tarafından karşılanmaktadır (Kemer, 2003:96). Uluslararası fuar desteklerinden yararlanmak isteyen firmaların fuar bitiminden itibaren 6 ay içinde İhracatçı Birliklerine başvurmaları gerekmektedir. Söz konusu bu destekten üretici, pazarlamacı ve organizatör nitelikteki firmalar yararlanabilmektedir (Kaya, 2013:126). Uluslararası fuarlara verilen destekleri şu şekilde özetlemek mümkündür (<http://www.tim.org.tr, 2016>);

- Yurt dışı tanıtım faaliyetleri 25.000 ABD Dolarına kadar %50 oranında,
- Önemli alıcıların ulaşım giderleri 15.000 ABD Dolarına kadar %50 oranında,
- Fuarın konusuyla ilgili seminer, konferans, panel ve ödüllü yarışma giderleri 5.000 ABD Dolarına kadar %50 oranında desteklenmektedir.

(3) *İstihdam Yardımı ve Kalifiye Eleman İstihdam Desteği*

Yapılan pek çok çalışma eğitimin üretimde verimliliği artırdığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda verimin ve rekabetin artırılması eğitim düzeyi yüksek ve alanında uzmanlaşmış eleman yetiştirmek veya yetişmiş eleman istihdam etmekten geçmektedir.

İstihdam yardımlarındaki temel amacı, SDS (Sektörel Dış Ticaret Şirketi) statüsüne sahip şirketlerin yalnızca dış ticarete uzmanlaşmış tecrübeli ve eğitilmiş yönetici ve eleman istihdamının sağlanmasıdır. Bu bağlamda istihdam yardımlarından yararlanmak isteyen işletmeler Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü'ne başvurumaktadırlar (Kemer, 2003:106).

Kalifiye eleman desteğinde ise temel amaç, ulusal ve uluslararası pazarda rekabet gücü elde etmek, verimliliği artırmak, işletmenin teknoloji düzeyini yükseltmek ve beraberinde kaliteyi artırmak olarak özetlenebilir. Söz konusu ihracat desteğinden yararlanmak isteyen işletmelerin KOSGEB'e başvurmaları gerekmektedir. Bu kapsamda verilen destekler istihdam edilecek eleman için yörelere göre değişmektedir (Duran, 2004:32).

(4) Eğitim Desteği

Eğitim desteklerinde temel amaç, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin, dış ticaret şirketlerinin ve ortaklarının yalnızca dış ticarete yönelik eğitim ihtiyaçlarının karşılanması şartıyla dış ticarete rekabet güçlerini ve pazar paylarını genişletecek personelin niteliğini artırmaktır (Duran, 2004:27). Bu kapsamda işletmelerin yararlanabileceği eğitim destekleri şu şekilde sıralanabilir (Kaya, 2013:132);

- Dış Ticaret, Gümrük ve Kambiyo Mevzuatı,
- Uluslararası pazarlama, müzakere ve yazışma teknikleri, fiyatlama, uluslararası finansman sağlama teknikleri,
- Rekabet hukuku ve koşulları ile Avrupa Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü Mevzuatı,
- Kalite, verimlilik, yönetim teknikleri,
- Dış ticaret muhasebesi ve uluslararası muhasebe standartları,
- Moda-marka tasarımı, teknolojik, endüstriyel, görsel, yazılım ve ambalaj tasarımı,
- Proje hazırlama, yönetim ve izleme teknikleri,
- Stratejik planlama ve kişisel alanlarda eğitim.

Söz konusu eğitim desteklerinden faydalanmak isteyen işletmeler ihracatı Geliştirme Etüt Merkezine başvurmalıdırlar (Duran, 2004:28).

(5) Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

İhracatta çevre desteklerinde temel amaç, Türkiye'de ticari ve sınai faaliyette bulunan veya tarım ya da yazılım sektörlerinde faaliyet gösteren şirketlerin ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesi için akredite edilmiş kuruluşlardan alınacak kalite, çevre belgeleri ile

insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin harcamaların belirli bir bölümünü desteklemektir (Atayeter, 2011:9-10).

Söz konusu amaçlar çerçevesinde harcamaların belgelenmiş olması şartıyla Türk Standart Enstitüsü veya akredite edilmiş kuruluşlardan alınacak belgeler için yapılan masrafın en fazla %50'si destek kapsamına girmektedir (Kaya, 2013:123).

Destek kapsamına giren kalite ve çevre belgeleri şunlardır (Kemer, 2003:96);

- CE işareti,
- ISO 9000 serisi kalite güvence sistemi belgeleri,
- ISO 14000 serisi kalite güvence sistemi belgeleri,
- Uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgeleri.

(6) Pazar Araştırması Desteği

İhracatta pazar araştırması desteğinin temel amacı, işletmelerin ihraç edecekleri ürünlerine yönelik yeni pazarlar bulmaları, mevcut pazar paylarını artırmaları ve doğru pazarlama stratejisi geliştirmeleri için pazar araştırması yapmaya teşvik etmektir (Kemer, 2003:101). İhracatta pazarlama desteklerinden Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ve yazılım sektöründe faaliyet gösteren işletmeler faydalanabilmektedir. Söz konusu destekten yararlanmak isteyen işletmelerin, İGEME (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi) ve İhracatçı birliklere başvurmaları gerekmektedir (Kaya, 2013:131).

(7) Türk Markalarının Yabancı Ülkelerde Tanıtılması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi

Rekabetin daha yoğun olduğu dış pazarlarda markalaşma ve iyi bir imaj oluşturma, ihracatın sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Ancak yoğun rekabetin olduğu uluslararası pazarlarda güçlü Türk markalarının yer alabilmesi ve ayakta kalabilmesi için devlet desteği şarttır. Bu kapsamda 2004 yılında, Türk mallarının dünya ölçeğinde bilinirliğini artırmak ve Türk malı imajının güçlendirmek amacıyla TURQUALITY projesi başlatılmıştır. Bu proje dünyanın ilk devlet destekli projesidir (Karaduman ve Abacı, 2010:2-3).

Bu bağlamda 2006/4 sayılı “*Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY’nin Desteklenmesi Hakkında*” tebliğin

1. Maddesinde desteğin amacı şu şekilde belirtilmektedir;

*“İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernekleri, Üretici Birliklerinin, sektörlerinin yurtdışında tanıtımı amacıyla gerçekleştirecekleri harcamalara ilişkin giderler, Türkiye’de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketlerin ürünlerinin markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin giderler ile İhracatçı Birliklerinin TURQUALITY® Programı kapsamında firmalara yurt içinde ve yurt dışında markalaşma sürecinde vereceği desteklere ilişkin harcamalar, Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik gerçekleştireceği her türlü faaliyet ve organizasyonlara ilişkin giderler ile olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi için yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştireceği her türlü harcamaların uluslararası kurallara göre Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanması”*dır.

Söz konusu tebliğe göre bu destekten yalnızca İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernek/Birlikleri, Türkiye’de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketler yararlanabilmektedir (Kaya, 2013:129). Bu kapsamdaki birlik ve şirketler söz konusu tebliğdeki kriterlere sahip olmak şartıyla Marka Destek Programı ve/veya TURQUALITY Destek Programında destek alabilmek için ilgi faaliyetlerinden sonra 6 ay içinde Dış Ticaret Müsteşarlığı’na başvurmalıdırlar. Söz konusu destek kapsamında şirketler %50 oranında, İhracatçı Birlikleri ise %80 oranında Marka Destek Programından 4 yıl, TURQUALITY Destek Programından ise 5 yıl faydalanabilmektedirler (Atayeter ve Erol, 2011:11).

(8) *Yurt Dışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi*

2005/4 sayılı tebliğin 1. Maddesinde söz konusu desteğin amacı şu şekilde açıklanmıştır;

“Türkiye’de ticari, sınai/ticari faaliyette bulunan veya yazılım sektöründe iştigal eden şirketlerin, yurtdışı pazarlarda ürünlerinin geniş çaplı ve uzun süreli tanıtımının yapılmasını teminen, gerçekleştirecekleri tanıtım ve/veya marka tescil faaliyetlerine ilişkin giderleri ile yurt dışında mal ticaretine yönelik faaliyette bulunmak

amacıyla açmış oldukları veya açacakları birimlerle ilgili giderlerinin uluslararası kurallara göre Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanmasıdır”.

Tebliğin amaç kısmında da belirtildiği gibi bu destekten yalnızca Türkiye’de yer alan sınai/ticari faaliyette bulunanlar veya yazılım sektöründe faaliyette bulunanlar yararlanabilmektedir. Bu işletmeler 2 yıl boyunca, farklı şehirlerde olmak şartıyla en çok 5 ofis/mağaza/depo açabilmektedirler (Kaya, 2011:223). Bu kapsamdaki işletmeler ilgili tebliğde belirtilen oranlarda demirbaş gider desteği, kira/hizmet gideri desteği almaktadırlar.





İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ KAVRAMI, KOBİ'LERİN TEMEL SORUNLARI VE İHRACATTA KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

2.1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE KOBİ'LERİN TANIMLANMASI

Dünya ekonomilerinin pek çoğunda olduğu gibi KOBİ'ler Türkiye ekonomisinde de büyük bir paya sahiptir. Buna karşın Dünya ekonomilerinde ve Türkiye'de üzerinde mutabık olunmuş ortak bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Balantekin, 2006:16). KOBİ'lerin ortak bir tanımının bulunmamasında temel sebep olarak, ülkelerin gelişmişlik düzeylerindeki farklılıklar ve KOBİ faaliyetlerinin çok geniş bir alana yayılmış olması gibi nedenler gösterilebilir (Günalan, 2003:5). Çalışmanın bu bölümünde KOBİ'lerin önemi açıklanmaya çalışılacak bu kapsamda Dünyada ve Türkiye'de çeşitli KOBİ tanımlamalarına yer verilecektir.

2.1.1. Dünya'da KOBİ'lerin Önemi ve Bazı Ülkeler Açısından Tanımlanması

1970'li yıllara kadar büyük ölçekli işletmeler ve devlet desteği olmadan ayakta duramayacaklarına inanılan, “ekonominin hasta çocuğu” olarak görülen KOBİ'ler 1970'lerde yaşanan pek çok krizden sonra büyük ölçekli işletmelere nazaran daha çabuk toparlanmışlardır (Taş, 2010:81).

Günümüzde ülke ekonomilerine pek çok avantaj sunan KOBİ'ler dünyada pek çok ülkede işletmelerin %95-99'unu oluşturmaktadır. KOBİ'lerin dünya genelindeki ülkelerde GSYH'ya katkısı %30-70, istihdama katkısı %40-80, yatırımlara katkısı %30-60, ihracata katkısı ise %20-40 oranında olduğu ortaya koyulmuştur (Taş, 2010:82).

2.1.1.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler ve Bazı AB Üyesi Ülkelerin KOBİ Tanımlamaları

Avrupa Birliği 1970'li yıllara kadar KOBİ'lere gereken önemi vermemiş, ölçek ekonomisinin maliyet avantajından yararlanmak amacıyla büyük ölçekli işletmelere ağırlık vermiştir. Ancak 1973 yılında yaşanan Birinci Petrol Krizi AB ekonomisinde ağır etkiler bırakmıştır. Söz konusu kriz döneminde KOBİ'lerin büyük ölçekli işletmelere göre piyasa koşullarına daha hızlı adapte oldukları fark edilmiş, KOBİ'lerin kurulması ve modernize edilmesi için çalışmalar başlatılmıştır. 1987 yılından itibaren istihdamı artıracığı beklentisiyle Avrupa tek pazarına uyum sağlamak amacıyla KOBİ politikaları geliştirilmiştir (Ersöz, 2010:2).

“Bu çerçevede, Topluluğun KOBİ’lere atfettiği özel önem, 1980’lere kadar uzanan KOBİ’lere yönelik çeşitli politikalardan anlaşılmakta olup, bu alandaki ilk topluluk eylemi 1983 yılındaki “KOBİ’ler için eylem planı”dır. KOBİ’lere yönelik ikinci program 1987 yılında başlatılmıştır. 1989 yılında ise, Avrupa Komisyonu dâhilinde İşletmelerden sorumlu genel müdürlük kurulmuştur. Komisyon, 1994 yılında KOBİ’ler ve küçük işletmeler için entegre bir program kabul etmiştir” (AB Kobi Politikaları Bilgi Notu, 2005:3)

Avrupa Birliği’nde ilk geniş kapsamlı KOBİ tanımı konsey kararıyla 7 Şubat 1996 tarihinde kabul görmüştür. Bu tanımda taban alınan ölçütler personel sayısı, bilanço büyüklüğü, satış tutarı (ciro) ve bağımsızlık ölçütleridir. AB üyesi ülkelerce kabul gören ilk KOBİ tanımına göre mikro işletmeler 10 kişiden az, küçük işletmeler 50 kişiden az, orta ölçekli işletmeler ise 50-250 arası işgücü istihdam eden işletmelerdir. Yıllık bilanço ve ciro tabanlı tanımlamaya göre ise küçük ölçekli işletmeler 7 milyon Euro’ya kadar yıllık ciro veya 5 milyon Euro’nun altında yıllık bilançosu olan işletmelerdir. Orta ölçekli işletmelerde ise yıllık ciro 40 milyon Euro’ya kadar, yıllık bilanço 27 milyon Euro’yu aşmamalıdır. Bağımsızlık tabanlı tanıma göre ise büyük bir işletmenin KOBİ’lerdeki hisse oranının %25’i geçmemesi ölçütü getirilmiştir (Diken, 2007:5).

KOBİ tanımı 1 Ocak 2005 tarihinde revize edilmiş, ilk yapılan KOBİ tanımındaki çalışan sayısı, yıllık satış cirosu ve yıllık bilanço değerinde değişiklik yapılmış buna karşın bağımsızlık ölçütü 1996 yılında yapılan KOBİ tanımındaki gibi kalmıştır.

Tablo 2.1: AB’nin Güncel KOBİ Tanımı

İŞLETME KATEGORİSİ	ÇALIŞAN SAYISI	YILLIK SATIŞ CİROSU	YILLIK BİLANÇO DEĞERİ
<i>Mikro Ölçekli</i>	10’dan az	2 Milyon Euro’ya kadar	2 Milyon Euro’ya kadar
<i>Küçük Ölçekli</i>	50’den az	10 Milyon Euro’ya kadar	10 Milyon Euro’ya kadar
<i>Orta Ölçekli</i>	250’den az	50 Milyon Euro’ya kadar	43 Milyon Euro’ya kadar

Kaynak: Ersöz, 2010:2.

Günümüzde 28 üye ülkenin yer aldığı Avrupa Birliği'nde 2005 verilerine göre işletmelerin %99'u küçük ve orta büyüklükte işletmelerdir, söz konusu bu işletmeler özel sektörün %55'lik kısmını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra KOBİ'ler yaklaşık olarak 95 milyon kişiyi istihdam ederek AB ekonomisinin büyümesine ivme kazandırmaktadırlar (AB Kobi Politikaları Bilgi Notu, 2005:3) Avrupa Birliği üyesi bazı ülkelerde KOBİ tanımlarına aşağıda yer verilmiştir.

(1) *Almanya'nın KOBİ Tanımı*

Alman Mittelstand Araştırma Merkezinin (IFM) tanımına göre, 9 kişiye kadar personel istihdam eden ve yıllık cirosu 1 milyon Euro'nun altında olan işletmeler küçük ölçekli işletme, 499 kişiye kadar personel istihdam eden ve yıllık cirosu 50 milyon Euro'yu aşmayan işletmeler ise orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır (<http://esnaf.gtb.gov.tr>, 18.11.2016).

Almanya'da KOBİ'lerin tanımlanmasında işçi sayısı, yıllık ciro gibi kıstasların yanında girişimcinin işletmesiyle özdeşleşmesi, girişimcinin tüm sorumluluk ve riskleri üstlenmesi, işletmenin sermaye piyasasında yer almaması, bağımsızlık gibi ölçütlerde göz önünde bulundurulmaktadır (Kılıç, 2011:115; Çetin, 1996:38). Almanya'nın KOBİ tasnifine tablo 2.2.'de yer verilmiştir.

Tablo 2.2: Almanya'da KOBİ'lerin Tasnifi

SEKTÖR VE İŞLETME ÖLÇEĞİ	İŞGÜCÜ SAYISI	YILLIK SATIŞ TUTARI(DM)
İmalat Sektörü		
-Küçük Ölçekli İşletme	1-49 kişi	2 milyona kadar
-Orta Ölçekli İşletme	50-449 kişi	2 milyon-25 milyon arası
Toptan Ticaret		
-Küçük Ölçekli İşletme	1-9 kişi	1 milyona kadar
-Orta Ölçekli İşletme	10-99 kişi	1 milyon-50 milyon arası
Perakende Ticaret		
-Küçük Ölçekli İşletme	1-2 kişi	500 bine kadar
-Orta Ölçekli İşletme	3-99 kişi	500 bin-10 milyon arası
Ulaştırma, Haberleşme Ve Hizmet		
-Küçük Ölçekli İşletme	1-2 kişi	100 bine kadar
-Orta Ölçekli İşletme	3-49 kişi	100 bin-2 milyon arası

Kaynak: Ekinci, 2003:14.

2004 yılı verilerine göre Almanya’da KOBİ’ler %99,8’lik oranla neredeyse işletme kollarının tamamına hâkimdirler. Alman ekonomisinde bu denli büyük öneme sahip KOBİ’ler istihdamın % 64’ünü, toplam yatırımların %44’ünü, ihracatın ise %31,1’ini oluşturmaktadırlar. Katma değerleri %49 olan KOBİ’lerin toplam kredilerden aldıkları pay ise %35 düzeyindedir (Yıldız ve Alp, 2012:39).

(2) Fransa’nın KOBİ Tanımı

Fransa’da KOBİ’lerin tanımlanmasına ilişkin resmi bir tanım mevcut değildir. Ancak yasal düzenlemelere göre KOBİ’ler genel olarak yöneticilerinin şahsen veya doğrudan mali, teknik, sosyal, ahlaki ve yasal zorunluluk üstlendiği işletmeler olarak tanımlanabilir (Çelik ve Akgemci, 1998:67). Fransa KOBİ Konfederasyonu’nun yaptığı KOBİ sınıflandırmasında el sanatlarıyla ilgilenen küçük esnafta KOBİ sayılmaktadır (Ekinci, 2003:14).

Fransa’da KOBİ tanımlamalarında kullanılan kriterler çalıştırılan işçi sayısı ve işletmenin yıllık satış tutarıdır. OECD’nin tanımına göre genel olarak 10’dan sanayide ise 20’den az ve her koşulda 500’den fazla çalışanı olmayan işletmeler KOBİ olarak nitelendirilirler (Taş, 2010:37). Bununla birlikte Fransa’da bir işletmenin KOBİ olarak nitelendirilebilmesi için yıllık satış tutarının 50.000.000 Fransız Frank’ını aşmaması gerekmektedir (Ekinci, 2003:14) Fransa’da çalışan sayıları baz alınan KOBİ tanımına tablo 2.3’de yer verilmiştir.

Tablo 2.3: Fransa’da Çalışan Sayısına Göre İşletme Ölçeği

ÖLÇEK	ÇALIŞAN SAYISI
<i>Küçük Ölçekli İşletmeler</i>	<i>1-10 Kişi Arası</i>
<i>Orta Ölçekli İşletmeler</i>	<i>50-500 Kişi Arası</i>
<i>Büyük Ölçekli İşletmeler</i>	<i>500 Kişiden Fazla</i>

Kaynak: Çetin, 1996:40.

(3) İngiltere’nin KOBİ Tanımı

İngiltere’de resmi bir KOBİ tanımı bulunmamakla birlikte “*Küçük Sanayi İşletmeleri Araştırma Komitesi*” tarafından yapılan KOBİ tanımlamasında çalışan sayısı ve yıllık satış cirosu baz alınmaktadır. İngiltere’de KOBİ tanımlaması yapılırken kullanılan diğer bir ölçüt ise sektördür (Kılıç, 2011:116) İngiltere’de sektör bazlı KOBİ tasnifi tablo 2.4’deki gibidir.

Tablo 2.4: İngiltere’de Sektörlere Göre KOBİ Tanımları

SEKTÖRLER	TANIM
<i>İmalat Sanayi</i>	200 çalışandan az
<i>İnşaat Sektörü</i>	25 çalışandan az
<i>Madencilik Sektörü</i>	25 çalışandan az
<i>Perakende Ticaret</i>	Yıllık satış tutarı 50.000 Pound’dan az
<i>Toptan Ticaret</i>	Yıllık satış tutarı 200.000 Pound’dan az
<i>Motorlu Araç Ticareti Bakım ve Onarım</i>	Yıllık satış tutarı 100.000 Pound’dan az

Kaynak: Çetin, 1996:40; Şimşek, 2002:9.

İngiltere’nin KOBİ tanımlamasında kullanılan diğer bir yöntem ise Şirketler Yasası’nın 248. Maddesinde yer alan, çalışan sayısının, cironun ve toplam bilançonun baz alındığı tanımdır. Söz konusu maddeye göre KOBİ tanımlaması aşağıda verilen tablo 2.5’de yer almaktadır (Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü, 2014:76).

Tablo 2.5: İngiltere’de Şirketler Yasası Tarafından Yapılan KOBİ Tanımı

İŞLETMENİN ÖLÇEĞİ	ÇALIŞAN SAYISI	CİROSU	TOPLAM BİLANÇOSU
<i>Mikro Ölçekli</i>	En fazla 9 kişi	En fazla 1 milyon Sterlin	En fazla 1 milyon Sterlin
<i>Küçük Ölçekli</i>	En fazla 50 kişi	En fazla 2,8 milyon Sterlin	En fazla 1,4 milyon Sterlin
<i>Orta Ölçekli</i>	En fazla 250 kişi	En fazla 11,2 milyon Sterlin	En fazla 5,6 milyon Sterlin

Kaynak: Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü, 2014:76.

(4) İtalya’nın KOBİ Tanımı

Resmi bir KOBİ tanımlaması bulunmayan İtalya’da devletin finansman desteği uygulaması için belirlenen bazı ölçütler mevcuttur. Söz konusu bu ölçütler içinde en yaygın kullanılan kriterler personel sayısı ve sabit sermaye yatırım tutarıdır (Akgemci, 2001). İtalya’da KOBİ tanımlamasında kullanılan bir diğer ölçüt ise işletmenin örgüt yapılanmasıdır. Bu bağlamda yöneticisi ve sahibi aynı kişi olan işletmeler KOBİ olarak değerlendirilmekte üst düzey yönetimde profesyonel yöneticilerin bulunduğu işletmeler ise büyük ölçekli işletme niteliği taşımaktadır (Balantekin, 2006:23).İtalya’da çalışan sayılarına göre işletme ölçekleri tablo 2.6’da yer almaktadır.

Tablo 2.6: İtalya’da Çalışan Sayılarına Göre İşletme Ölçekleri

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
<i>Çok Küçük Ölçekli İşletmeler</i>	1-10(Dâhil) Kişi
<i>Küçük Ölçekli İşletmeler</i>	11-100(Dâhil) Kişi
<i>Orta Ölçekli İşletmeler</i>	101-500(Dâhil) Kişi
<i>Büyük Ölçekli İşletmeler</i>	501-1500(Dâhil) Kişi
<i>Çok Büyük Ölçekli İşletmeler</i>	1500 Kişiden Fazla

Kaynak: Çelik ve Akgemci, 1998:68.

(4) Belçika’nın KOBİ Tanımı

KOBİ tanımlamasında Avrupa Birliği’nin tanımını benimsemiş olan Belçika’da 2010 yılı verilerine göre tüm işletmeler içinde KOBİ’lerin payı % 93,1 düzeyindedir. Söz konusu istatistiklere mikro işletmelerde dâhil edildiğinde bu oran %99,8’e ulaşmaktadır. Belçika’da mikro ölçekli işletmelerde dâhil edildiğinde KOBİ’lerin tüm katma değer içindeki payı 65,7 istihdamdaki payı ise %68,9 oranındadır. (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012:11;Esnaflar ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü, 2014:116-117).

(5) Hollanda’nın KOBİ Tanımı

Hollanda’nın KOBİ tanımlamasında kullandığı ölçüt diğer pek çok ülkede olduğu gibi çalışan sayısıdır. Bu bağlamda Hollanda’da KOBİ’ler 1’ile 100 kişinin istihdam edildiği işletmelerdir (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012:7). Bununla birlikte karmaşık olmayan bir örgütlenme yapısı, işletme sahibinin işletmeyle ilgili tüm işleri üstlenmiş olması da işletmelerin KOBİ vasfını kazanabilmeleri için bulunması gereken kriterlerdir (Şimşek, 2002:9).

2.1.1.2. ABD’nin KOBİ Tanımı

Pek çok ülkede olduğu gibi ABD’de de resmi bir KOBİ tanımı mevcut değildir. Ancak KOBİ’lerin kapsamı belirlenirken çalışan sayısının ve satış tutarının dikkate alınması zorunlu tutulmuştur (Taş, 2010:38).

ABD İktisadi Kalkınma Komitesi’ne göre KOBİ’ler aşağıdaki özelliklerden en az iki tanesini bünyesinde barındırmalıdır (Çelik, 2007:9);

- İşletmenin sahibi aynı zamanda yöneticidir, yönetim bağımsızdır ve işletmenin finansmanı bu kişiler tarafından karşılanır.
- Faaliyet yapılan sektörde daha büyük ölçekli firmalarda vardır.
- İşletmenin faaliyeti yerel bazdadır.
- Sermaye tek kişi veya küçük gruplar tarafından karşılanır.

Tablo 2.7’de ABD’de yer alan KOBİ’ler sektörler dikkate alınarak ölçeklerine göre sınıflandırılmışlardır.

Tablo 2.7: ABD’de KOBİ Ölçeği (Milyon \$)

SEKTÖR	Küçük İşletmeler			Orta Büyüklükteki İşletmeler		
	Çalışan Sayısı	Yıllık Satış	Aktif Hacim	Çalışan Sayısı	Yıllık Satış	Aktif Hacim
Üretim	≤ 300	≤ 4,6	≤ 6,1	300-2000	4,6-46	6,1-61
Yapı	≤ 600	≤ 4,6	≤ 6,1	600-3000	4,6-46	6,1-61
Toptan Satış	≤ 100	≤ 1,5	-	100-500	1,5-22,8	-
Perakende Satış	≤ 100	≤ 4,6	-	100-200	4,6-46	-
Ulaşım	≤ 500	≤ 4,6	-	500-3000	4,6-46	-
Konaklama ve Yemek	≤ 400	≤ 4,6	-	400-800	4,6-22,8	-

Kaynak: Demir, 2014:33.

2.1.1.3. Bazı Uzak Doğu Ülkelerinin KOBİ Tanımları

(1) Japonya’nın KOBİ Tanımı

Japonya’da 2001 yılı verileriyle 4,7 milyon işletme mevcuttur ve bu işletmelerin %99,7’si KOBİ niteliğindedir. Japonya’da KOBİ’lerin %87,9’luk büyük bir oranı ise küçük ölçekli işletmelerdir.

KOBİ’ler Japonya’da istihdamın %70’ini, imalat sanayindeki üretimin %51,2’sini, toptan satışların %64,4’ünü, perakende satışların ise %72,1’ini karşılayarak ülke ekonomisinde önemli roller oynarlar (Sarısoy ve Sarısoy, 2008:391)

Japonya’nın KOBİ tanımlamasında iki tip tanım mevcuttur bunlardan ilki çalışan sayısı ve sermaye miktarına göre yapılan tanım, ikincisi ise sektörler göre yapılan tanımdır. Çalışan sayısının ve sermaye miktarının kriter alındığı tanımlamaya göre imalat sanayisinde istihdam edilen kişi sayısı 5’ten az olan işletmeler mikro ölçekli işletme, 20’den az işgücü istihdam eden işletmeler küçük ölçekli işletme, 20 ila 299

arası işgücü istihdam eden işletmeler ise orta ölçekli işletme olarak değerlendirilmektedirler. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin sermayeleri ise 100 milyon Yen'i aşmamalıdır (Kılıç, 2011:117).

Japonya'da sektörleri baz alan KOBİ tanımlamasına göre ise; ticaret sektöründe 1 ila 100 kişi arasında işgücü istihdam eden sermaye tutarı 130 milyon Yeni aşmayan işletmeler, hizmetler sektöründe 1 ila 50 kişi arasında işgücü istihdam eden ve sermaye miktarı 10 milyon Japon Yenini aşmayan işletmeler, İmalat sektöründe ise 300 kişi ve üzeri işgücü istihdam eden sermaye miktarı ise 100 milyon Japon Yenini aşmayan işletmeler KOBİ vasfına sahiptir (Taş, 2010:39).

(2)Malezya'nın KOBİ Tanımı

Malezya'da KOBİ tanımlaması istihdam edilen kişi sayısı göz önünde bulundurularak yapılmaktadır. Söz konusu kritere göre 5 ila 49 kişi arasında çalışan sayısı bulunan işletmeler küçük ölçekli, 50 ila 199 kişi arasında çalışan istihdam eden işletmeler orta ölçekli 200 ve üzeri çalışanı bulunan işletmeler ise büyük ölçekli işletme vasfına sahiptir (Çetin, 1996:45).

(3)Tayland'ın KOBİ Tanımı

Tayland'da KOBİ tanımlaması yapılırken bakılan kriterler çalışan sayısı ve toplam sermaye miktarıdır. Bu kriterlere göre 4 ila 100 kişi arasında işgücü istihdam eden ve toplam sermayesi 1 milyon doları aşmayan işletmeler küçük ve orta ölçekli işletme kabul edilmektedir (Yüksel, 2014:11).

(5) Güney Kore'de KOBİ Tanımı

Güney Kore KOBİ tanımlamasında çalışan sayısı, yıllık satış tutarı ve faaliyet alanı kriterlerini baz almaktadır (Sarısoy ve Sarısoy, 2008:393). Bu bağlamda 300 kişiden az işgücü istihdam eden işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmektedir (Yüksel, 2014:10).

2002 yılı verilerine göre Güney Kore'de KOBİ'ler %99,8'lik oranla ekonomide söz sahibidirler ve toplam işgücünün %86,7'si KOBİ'lerde istihdam edilmektedir (Sarısoy ve Sarısoy, 2008:393)

2.1.1.4. Diğer Bazı Ülkelerde Kobi Tanımları

(1) Hindistan'ın KOBİ Tanımı

Hindistan'da KOBİ tanımlaması arazi ve makinelere yapılan sabit yatırımlar ölçüt alınarak belirlenmektedir. Söz konusu bu kritere göre sabit yatırımları 300 bin Dolar aşmayan işletmeler küçük ve orta ölçekli işletme, sabit yatırımları 16 bin Doları geçmeyen işletmeler ise mikro ölçekli işletme olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2011:117)

(2) Arap Ülkelerinde KOBİ Tanımları

Arap ülkelerinde KOBİ tanımı gelişmişlik düzeylerine göre değişmekte olsa da tanımlamada kullanılan ölçüt çalışan sayısıdır. Bu bağlamda Irak, Ürdün, Kuveyt ve Suudi Arabistan'da 1 ila 49 kişi çalıştıran işletmeler küçük işletme olarak nitelendirilmektedir. Mısırdaki ise 10 ila 100 işgücü istihdam eden işletmeler küçük ölçekli işletme olarak değerlendirilmektedir (Şimşek, 2002:10)

2.1.2. Türkiye'de KOBİ'lerin Tanımlanması ve Türkiye Ekonomisi İçin KOBİ'lerin Önemi

Türkiye'de KOBİ'ler %99,8'lik oranla toplam girişimlerin tamamına yakınına oluşturmaktadırlar. Ülkemiz için bu denli önemli bir yere sahip KOBİ'lerin tanımlanması bu işletmelerin teşvik ve finanse edilmesi açısından son derece önemlidir.

2.1.2.1. Türkiye'de KOBİ'lerin Tanımlanması ve Çeşitli Kuruluşların KOBİ Tanımları

Çalışmanın önceki bölümlerinde çeşitli ülkeler açısından yapılan KOBİ tanımlarından da anlaşılacağı gibi dünyada kabul görmüş ortak bir KOBİ tanımı mevcut değildir. KOBİ tanımları ve tanımlama yapılırken kullanılan ölçütler ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği gibi, bir ülke içinde de çok farklı açılardan tanımlamalar görmek mümkündür. Bu bağlamda Türkiye'de de KOBİ tanımı ve tanımlama yapılırken göz önünde bulundurulmuş kıstaslar zaman içinde değişiklik göstermiştir.

Türkiye'de ilk KOBİ tanımlaması özel kesimi teşvik etmek amacıyla 1923 yılında I. İzmir İktisat Kongresi'nde çıkarılmış ve 1942'ye kadar yürürlükte kalmış olan "Teşviki Sanayi Kanunu"dur. Bu kanuna göre "5 işçiden az ve en çok 9 beygirlik

muharrik güç çalıştıran iş yerleri küçük bunun üzerindeki işletmeler ise büyük işletme” olarak kabul edilmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:91-92). Zamanla daha farklı KOBİ tanımlamalarının yapılması özellikle KOBİ'lere destek sağlayıcı kuruluşlar açısından uygulamada karışıklığa neden olmuştur. Söz konusu karışıklığı önlemek amacıyla 8 Ocak 1995 tarihli, 3143 sayılı “*Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun*” kapsamında Türkiye’deki KOBİ’lerin AB’ye uyumlu hale getirilmesi için düzenleme yapılmıştır (KSEP, 2015:8). Bu kapsamda 19/10/2005 Bakanlar Kurulu Kararıyla 18/11/2005 tarih ve 2997 sayılı Resmi Gazete’ de yayınlanan 18/05/2006 tarihinde ise yürürlüğe giren ve KOBİ tanımını AB’ye uyumlu hale getiren “*Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik*” yayınlanmış böylece KOBİ’lerin tasnifinde AB’de olduğu gibi istihdam edilen kişi sayısı, bilanço ve satış büyüklüklerini kabul gören tanım kullanılmaya başlanmıştır (KSEP, 2010:8). Söz konusu yönetmeliğin 4. Maddesinde KOBİ’ler şu şekilde tanımlanmaktadır;

“Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ); iki yüz elli kişiden az, yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirası’nı aşmayan mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimlerdir”.

Yönetmelikte yer alan KOBİ tanımından da çıkarılabileceği gibi ülkemizde KOBİ’ler mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler olmak üzere üç grupta incelenmektedir. Söz konusu yönetmeliğin 5. Maddesinde ölçeklerine göre KOBİ sınıflandırması şu şekildedir;

- *Mikro İşletme:* On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.
- *Küçük İşletme:* Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.
- *Orta Büyüklükteki İşletmeler:* İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.

KOBİ tanımlaması yapılırken dikkate alınan diğer bir kriter ise ortaklık yapısındaki bağımsızlık ölçütüdür (Müslümov, 2002:7). Bu bağlamda bir işletmenin sermayesinin %25'inden fazlasının tek bir büyük işletmeye ait olmaması gerekmektedir, başka bir ifade ile bir işletmenin KOBİ vasfına haiz olabilmesi için büyük ölçekli işletmenin sermayedeki payının %25'ten az olması esas alınmaktadır (Alkin ve Okay, 2008:59)

Türkiye’de bazı kurum ve kuruluşların KOBİ tanımları şu şekildedir;

- **Halk Bankası KOBİ Tanımı:** İstihdam edilen kişi sayısı 250 kişiyi aşmayan, sabit yatırımlarının toplamı 100 milyon TL’yi makine ve ekipmanlarının kayıtlı değeri ise 400 milyonu aşmayan işletmeler KOBİ olarak kabul edilmiştir(Özdemir vd., 2006:35).
- **Türk Eximbank KOBİ Tanımı:** KOBİ’ler yasal statüleri ne olursa olsun, birden çok gerçek ve tüzel kişiye ait olan ve küçük ölçekli işletmelerde 250 kişiden orta ölçekli işletmelerde ise 3000 kişiden az çalışan istihdam eden bağımsız işletmelerdir. KOBİ’lerin tanımında bağımsızlık ölçütü kriter alındığında ise işletmenin sermayesinde başka işletme veya kuruluşlara ait olan pay dikkate alınmıştır (www.eximbank.gov.tr ,2016).
- **KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) KOBİ Tanımı:** 3624 sayılı “*Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Kurulması Hakkında Kanun*” kapsamında 1 ila 50 kişi arasında işgücü istihdam eden imalat işletmeleri küçük ölçekli 51 ila 250 kişi arası işgücü istihdam eden imalat işletmeleri ise orta ölçekli işletmeler olarak nitelendirilmiştir (Bayülgen ve Kütükoğlu, 2012:3).
- **TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli Sanayici ve Yöneticileri Vakfı) KOBİ Tanımı:** KOBİ tanımlamasında ölçek ayrımı yapılmaksızın 5 ila 200 kişi arasında çalışan istihdam eden işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmiştir(Ekinci, 2003:11)
- **DTM (Dış Ticaret Müsteşarlığı) KOBİ Tanımı:** İmalat sanayinde faaliyet gösteren, gerçek usulde defter tutan, arsa ve bina hariç sabit sermayesi 2 milyon

\$ ve bu meblağın Türk Lirası karşılığını aşmayan 1 ila 200 kişi arasında istihdama sahip işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmiştir (Kılıç, 2011:114)

- **Hazine Müsteşarlığı KOBİ Tanımı:** İmalat sanayinde faaliyet gösteren, arsa ve bina hariç sabit sermayesi 950.000 TL'yi aşmayan 1 ila 200 kişi arasına işgücü istihdam eden işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmektedir (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012:4)

Türkiye’de çeşitli kurum ve kuruluşların farklı KOBİ tanımlamaları mevcuttur. KOBİ tanımında ortaya çıkan bu uyumsuzluk bazı KOBİ’lerin özellikle teşvik ve desteklerin dışında kalmasına neden olurken kaynakların etkin kullanımını engellemektedir. Tanımlarda ortaya çıkan uyumsuzluğa yönelik getirilen başka bir eleştiri ise bazı kuruluşların KOBİ tanımlamalarının yalnızca imalat sanayini kapsamasıdır.

2.1.2.2. Türkiye’de KOBİ’lerin Yeri ve Önemi

Esnek ve müşteri merkezli üretimleriyle ekonomik konjonktüre adapte olabilen yapılarıyla KOBİ’ler, 20. yy son çeyreğinde dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de ekonominin belkemiğini oluşturmaya başlamışlardır (Ay ve Talaşlı, 2007: 175). Genellikle kısıtlı sermayeyle kurulan KOBİ’ler içinde bulundukları pek çok dezavantaja karşın hem ekonomik hem de sosyal açıdan dünyada olduğu gibi ülkemizde de çok önemli bir yere sahiptirler. KOBİ’ler oluşturdukları istihdamla gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin sorunlarının başında gelen işsizliğe ve özellikle gelişmekte olan ülkelerin en temel sorunu olan gelir adaletsizliğinin azaltılmasına katkıda bulunurlar (Özdemir vd., 2007:175). Aynı zamanda KOBİ’ler büyük ölçekli işletmelerin tamamlayıcısı olmalarına karşın söz konusu bu işletmelerle aynı veya benzer ürünleri üreterek ekonomide rekabet ortamı oluştururlar (Günalan, 2003:37). Rekabetçi özellikleriyle KOBİ’ler yenilikçi ve girişimci yapılarıyla da Türkiye ekonomisinde %65’lik oranla üretimde büyük bir paya sahiptirler (Ersöz, 2010:6).

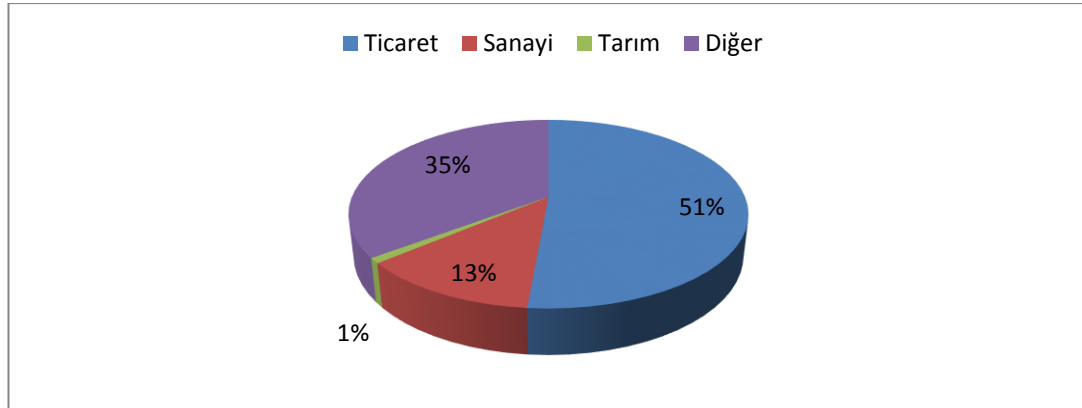
KOBİ’ler gelir adaletinin yanında, kırsaldan kente göçü önleyerek bölgesel kalkınmayı da destekleyen kuruluşlardır. Ancak Türkiye’de KOBİ’lerin ülke içindeki dağılımında ciddi dengesizlikler mevcuttur. Bu bağlamda Türkiye’de KOBİ’lerin %65 gibi büyük bir oranının Marmara Bölgesinde konumlandığını buna karşın tüm doğu bölgelerindeki KOBİ’lerin yalnızca %20 oranında kaldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca doğu

bölgelerinde yer alan KOBİ'lerin genelde küçük ölçekli işletmeler olduğu, Marmara Bölgesinde yer alan işletmelerin ise orta ölçekli işletmeler olduğu görülmektedir (Ersöz, 2010:6)

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2.10.2014 tarihinde yayınlamış olduğu 2012 yılı KOBİ istatistiklerine göre Türkiye'de sanayi ve hizmet sektöründe 10-250 kişi arası işgücü istihdam eden 2.646.117 girişim mevcuttur. Türkiye'deki KOBİ'ler (www.tuik.gov.tr, 2016; KSEP, 2015:14);

- Toplam girişim sayısının %99,8'ini,
- İstihdamın %75,8'ini,
- Ücretli çalışanlar içindeki payın %69,7'sini
- Maaş ve ücretlerin %54,5'ini,
- Üretim değerindeki payın %56,2'sini,
- Cironun %63,3'ünü,
- Faktör maliyetiyle katma değer (FMKD) %54,2'sini,
- Maddi mallara ilişkin brüt yatırımın %53,2'sini oluşturmaktadırlar.
- Onuncu Kalkınma Planı durum analizi 2012 yılı verilerine göre Türkiye'de KOBİ'ler toplam banka kredilerinin %25'ini kullanmaktadırlar (DPT, 2013:92)

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından hazırlanmış olan 2013 yılı iş istatistiklerine göre KOBİ'lerin ana sektör gruplarına göre girişim oranları Grafik 2.1.'de yer almaktadır (KSEP, 2015:13).İstatistiklerden de çıkartılabileceği gibi Türkiye'de KOBİ'lerin yarısından fazlası ticaret sektöründe faaliyet yapmaktadır.

Grafik 2.1: Türkiye’de KOBİ’lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı

Kaynak: KOBİ Strateji ve Eylem Planı , 2015:13

Tablo 2.8: 2013 Yılı TÜİK İş Kayıtlarına Göre İstihdam Sayıları ve Sektör Kriter Alınan Girişimlerin Dağılımı

SEKTÖR	0-9 Kişi İstihdam Eden Girişim Sayısı	10-49 Kişi İstihdam Eden Girişim Sayısı	50-249 Kişi İstihdam Eden Girişim Sayısı	KOBİ Sayısı	250'den Fazla Kişi İstihdam Eden Girişim Sayısı
A-Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	28.619	1.537	211	30.367	22
B-Madencilik ve Taş Ocakçılığı	5.475	1.437	352	7.264	60
C-İmalat	371.608	44.668	8.882	425.158	1.627
D- Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağılımı	3.931	418	167	4.516	62
E-Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri	3.044	384	103	3.531	81
F-İnşaat	210.095	36.027	7.115	253.237	510
G-Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı	1.189.401	47.583	4.272	1.241.256	472
H-Ulaştırma ve Depolama	548.578	10.929	1.387	560.894	219
I-Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri	290.907	12.715	1.597	305.219	307
J-Bilgi ve İletişim	37.877	2.401	426	40.704	86

Tablo 2.8: (devam) 2013 Yılı TÜİK İş Kayıtlarına Göre İstihdam Sayıları ve Sektör Kriter Alınan Girişimlerin Dağılımı

K-Finans ve Sigorta Faaliyetleri	24.702	1.026	161	25.889	75
L-Gayrimenkul Faaliyetleri	49.662	1.562	160	51.384	15
M-Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	182.344	9.697	738	192.779	117
N-İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	39.727	5.382	2.840	47.949	876
P-Eğitim	21.307	6.284	885	28.476	345
Q-İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	37.682	3.995	870	42.547	291
R-Kültür, Sanat ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	33.470	837	138	34.445	13
S-Diğer Hizmet Faaliyetleri	224.781	3.672	263	228.716	32
TOPLAM	3.303.210	190.554	30.567	3.524.331	5.210
AB 28'de Ölçeklere Göre Dağılım	%92,4	%6,4	%1,0	%99,8	%0,2

Kaynak: KOBİ Strateji ve Eylem Planı , 2015:12.

TÜİK tarafından elde edilen 2013 yılı İş Kayıtları İstatistiklerine göre Türkiye'deki işletmelerin büyük bir bölümünü 0-9 kişi arasında çalışan istihdam eden mikro ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Sektör bazında ele alındığında ise KOBİ'lerin büyük bir bölümünün motorlu kara araçları tamir ve onarımı üzerine faaliyette bulunan işletmelerin oluşturduğu görülmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun yayınlamış olduğu Küçük Ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistiklerine göre 2010 yılı verileriyle GSYH içinde AR-GE harcamalarının toplamı 9.268 milyon TL olarak hesaplanmıştır. Söz konusu dönemde KOBİ'ler 1.376 milyon TL'lik AR-GE harcamasıyla %14,9'luk paya sahiptirler. 2012 yılı verilerine göre ise ülkemizde toplam 13.062 milyon TL'lik AR-GE harcaması yapılmıştır ve KOBİ'ler 2.166 milyon TL'lik AR-GE harcamalarıyla %16,6'luk paya sahip olmuşlardır. Bu bağlamda 2010 yılında Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden Türkiye'de toplam 81.792 kişi Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin %23,5'i KOBİ'lerde istihdam edilmiştir. 2012 yılı verilerine göre ise Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden Türkiye'de toplam 105.122 kişi Ar-Ge

personeli olarak çalışmıştır. TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin %25,3'ü KOBİ'lerde istihdam edilmiştir (www.tuik.gov.tr, 2016). TÜİK'in yayınlamış olduğu veriler KOBİ'lerin Türkiye'nin genel politikalarıyla paralellik göstererek, yıldan yıla AR-GE çalışmalarına daha fazla önem vermeye başladıklarını göstermektedir.

Ülkemizde yenilikçiliğin ve girişimciliğin öncüsü olan KOBİ'lerin internet kullanımına ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. TÜİK tarafından elde edilmiş verilerden anlaşılabacağı gibi KOBİ'lerin internet erişim oranlarında, bilgisayar kullanım oranlarında ve web sahibi olma oranlarında 2011 yılı baz alındığında düşüş yaşanmıştır.

Tablo 2.9: 2011 ve 2013 Yılı Verileriyle KOBİ'lerin İnternet Kullanım İstatistikleri

YILLAR	2011	2013
İnternet Erişimine Sahip Olma	%92,2	%90,5
Bilgisayar Kullanım Oranı	%94,0	%92
Web Sayfasına Sahip Olma	%54,5	%53,8

Kaynak: www.tuik.gov.tr, 2016.

Türkiye'de 1970'li yıllar KOBİ'lerin gelişimine imkân olan yıllar olmasına karşın 24 Ocak 1980 Kararlarıyla ekonominin liberalleşmesi, ihracatın artması, özel kesimin ve girişimciliğin özendirilmeye başlanması özellikle ticari faaliyette bulunan KOBİ'lerin ivme kazanmasını sağlamıştır (Akdeniz, 2005). Ancak ülkemizde KOBİ'lerin ekonomideki ezici ağırlığına karşın gelişmiş pek çok ülke ile karşılaştırıldığında toplam kredilerdeki, yatırımlardaki ve ihracattaki payının çok düşük olduğu görülmektedir (Civan, 2012). Yıllara göre artış göstermekle birlikte ülkemizde teknolojik gelişmelerin, AR-GE faaliyetlerinin hala pek çok ülkenin gerisinde kaldığı ve sanayi üretiminde yeterli düzeyde yararlanılamadığı yadsınamaz bir gerçektir (Akdeniz, 2005). 2010 yılı verileriyle Türkiye'deki KOBİ'lerin bazı ülkelerdeki KOBİ'lerle kıyaslamasına tablo 2.10'da yer verilmiştir.

Tablo 2.10: Bazı Ülkelerde KOBİ'lerin Payı

Ülkeler	A.B.D.	ALMANYA	JAPONYA	FRANSA	İNGİLTERE	G. KORE	TÜRKİYE
KOBİ'lerin Tüm İşletmeler İçindeki Payı	97,2	99,8	99,4	99,9	96,0	97,8	99,3
KOBİ'lerin Toplam İstihdamdaki Payı	50,4	64,0	81,4	49,4	36,0	61,9	76,7
KOBİ'lerin Toplam Yatırımlardaki Payı	38,0	44,0	40,0	45,0	29,5	35,7	56,5
KOBİ'lerin Katma Değer İçindeki Payı	36,2	49,0	52,0	54,0	25,1	34,5	37,7
KOBİ'lerin Toplam İhracattaki Payı	32,0	31,1	38,0	23,0	22,2	20,2	9,0
KOBİ'lerin Toplam Kredilerden Aldıkları Pay	42,7	35,0	50,0	48,0	27,2	46,8	24,3

Kaynak: Gül vd., 2010: 126.

2.2. KOBİ'LERİN GENEL ÖZELLİKLERİ, GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

KOBİ'lerin sahip oldukları niteliklerinden dolayı, büyük ölçekli işletmelerle mukayese edildiklerinde birtakım avantajlara ve dezavantajlara sahip oldukları görülmektedir. Çalışmanın bu aşamasında, KOBİ'lerin üstün ve zayıf yönlerine yer verilmiştir.

2.2.1. KOBİ'lerin Genel Özellikleri

Genel olarak ülke ekonomilerinde ağırlıklı paya sahip olan KOBİ'ler; sahibi tarafından yönetilen, lokal faaliyetlerde bulunan, ihtiyaçlarını kendisi finanse etmeye çalışan işletmeler olarak tanımlanmışlardır (Şamiloğlu ve Uygun, 2001:1). Dünyada pek çok ülkede KOBİ'lerin farklı tanımlamaları bulunsada dahi üç temel özellik tüm KOBİ'lerde mevcuttur. Bu özellikler şunlardır (Diken, 2007:8-9);

I. Bağımsız Olmak: İşletmenin sahibi aynı zamanda işletmenin yöneticisi konumundadır.

II. Girişim Özelliği: Ekonomideki fırsatları, başka bir ifadeyle de talep açıklarını görebilen ve bu durumdan kar elde etmeyi amaçlayan girişimcilerin yaptıkları faaliyete girişim veya teşebbüs denilmektedir. Bağımsız olma özellikleri gereği teşebbüs niteliğindeki KOBİ'ler kar sağlamanın yanında toplumsal çıkar ve ülke refahını da artıran kuruluşlardır.

III. Kişisel İlişkiler: KOBİ'ler küçük ölçekli ve dolayısıyla büyük işletmelere oranla daha az kişinin istihdam edildiği işletmeler olduğu için çalışanlar ve yönetim daha yakındır ve bu yakınlık müşteriye de yansımaktadır.

KOBİ'lerin bu üç temel özelliğinin yanında başka özellikleri de mevcuttur. Bu özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Boşgelmez, 2003:25-26);

- Az yatırımla daha fazla üretim ve ürün çeşitliliği ortaya çıkartırlar,
- Düşük yatırım maliyetlerini yeni istihdamlar oluşturarak değerlendirmektedirler,
- Ekonomik konjonktürden daha az etkilenirler,
- Küçük ölçekleri sayesinde talep değişikliklerine kolay adapte olurlar,
- Teknolojik değişikliklere daha yatkındırlar,
- Bölgesel kalkınmaya ivme kazandırırılar,
- Gelir adaletsizliğiyle mücadelede etkindirler,
- İddiharların yatırıma dönüştürülmesini sağlarlar,
- Büyük ölçekli işletmelerin destekleyici ve tamamlayıcısı konumundadırlar,
- Sosyal ve ekonomik istikrarı sağlarlar,
- Demokratik toplumun ve liberal ekonominin bel kemiğidirler.

Alp ve Tekin (2012) tarafından belirtilen KOBİ'lerin genel özellikleri Tablo 2.11'da yer almaktadır.

Tablo 2.11: KOBİ'lerin Genel Özellikleri

ÖZELLİKLERİ	MİKRO ÖLÇEKLİ İŞLETMELER	KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER	ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER
Vergi Mükellefleri	Çok miktarda	Daha çok miktarda	Orta miktarda
Mükellef Tipi	Aileye ait işletmeler	Aileye ait iş ve bazı işçiler; serbest meslek	Tüzel kişilik ve bazı işçiler; ortaklık
Mükellef Yapısı	Girişimciler yöneticidir	Girişimciler genellikle yöneticidir	Girişimciler çoğunlukla yönetici değildir
Ticaret Tipi	Genelde nakit, Gayri-resmiyet fazla	Nakit-Banka, Gayri-resmiyet az	Banka, Genelde Resmi
İşletmenin Yeri	Genelde sabit değil	Sabit veya geçici sabit	Sabit
İşletmenin Yönetimi	Profesyonel değil	Profesyonel destek alınabilir	Devamlı profesyonel destek alınır
Muhasebe Ölçütleri	Genelde kayıt yapılmaz veya çok az kayıt yapılır	Sınırlı kayıt tutulur	Düzenli kayıt tutulur ve kayıtlar arşivlenir
Piyasaya Ulaşım	Lokal	Lokal; Bölgesel	Ulusal; Uluslararası
İşletmenin Ömrü	Hızlı oluşum ve dağılma	Büyür veya küçük kalır risk mevcut	İstikrarlı ve dayanıklı

Kaynak: Alp ve Tekin, 2012: 37.

2.2.2. KOBİ'lerin Güçlü Yönleri

Dünya ekonomilerinin pek çoğunda KOBİ'lerin ağırlıklı olmasının nedeni büyük ölçekli firmaların veya devletin bu işletmelere sağladığı yardımlar veya teşvikler değil, söz konusu işletmelerin iç dinamiğinde büyük ölçekli işletmelere kıyasla pek çok avantaja sahip olmalarıdır (Akgemci, 2001).

KOBİ'ler gelişmiş ülkeler için ekonomik büyümeye ivme kazandırmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise istihdama katkılarıyla, bölgeler arasında gelişmişlik farklarının azaltılmasındaki rolleriyle, gelir adaletsizliğinin azaltılmasına yardımcı olan yapılarıyla söz konusu ülkelerin refah düzeylerinin yükselmesine dolayısıyla ekonomik kalkınmanın sağlanmasında öncü rol oynarlar (Özdemir vd., 2006: 44).

Büyük ölçekli işletmelere oranla KOBİ'ler müşterileriyle ve çalışanlarıyla birebir iletişim içinde olan işletmelerdir. Bu özellikleri gereği işletme içindeki sorun ve fırsatları görmede ve müşteri odaklı pazarlama anlayışını benimsemekte avantajlı konumdadırlar. Söz konusu bu avantajlar KOBİ'lerin piyasadaki değişiklikleri yakından takip etmesinde, dolayısıyla üretim ve hizmet konusunda büyük işletmelere göre daha esnek bir yapıya sahip olmalarında da avantaj sağlamaktadır (Akgemci, 2001).

Piyasadaki taleplere ve ihtiyaçlara büyük işletmelere oranla daha kolay adapte olabilen KOB 'ler, bu özellikleri gereği yeniliklere daha açık ve girişimcilik ruhunun  ne çıktığı işletmelerdir. Yapılan araştırmalar, teknik yeniliklerin yarıdan fazlasının KOB 'ler tarafından gerçekleştirildiğini ve bu yeniliklerin pek çoğunun kullanılan üretim araçlarının yerli kaynaklardan karşılandığını göstermektedir (Taş, 2010:54-55)

KOB 'lerin sahip olduğu diğer avantajları şu şekilde sıralamak mümkündür (Ay ve Talaşlı, 2007:178; Akgemci, 2001; atal, 2012:337-338; Yıldız ve Alp, 2012: 38);

- KOB 'lerin  leklerinin küçük olması, spesifik bir üretim dalında uzmanlaşmalarını ve iş bölümünü sağlar. Bunun sonucunda  retimde KOB 'ler kaynakları daha etkin ve verimli kullanarak israfın asgariye indirilmesini sağlarlar.
- Örgütsel yapılanmanın ve bürokrasinin hiç olmadığı veya az olduğu KOB 'ler hızlı karar verme imk nına sahiptirler, daha az yönetim ve genel giderle çalıştıkları için düşük maliyetli üretim yapma üstünlüğüne sahiptirler.
- KOB 'ler büyük ölçekli işletmelerin üretimlerinde kullandıkları hammadde, yardımcı malzeme, işletme malzemesi, yarı mamul gibi girdileri üreterek onların destekleyicisi ve tamamlayıcısı konumundadırlar.
- KOB 'ler deneyimsiz işgücünü istihdam ederler ve birçok nitelikli teknik eleman yetişmesini sağlarlar.
- Genelde emek-yoğun üretim yapan KOB 'ler nüfusun yoğun olduğu ve sermaye-yoğun üretim gelişmediği gelişmekte olan ülkeler için avantajlıdırlar.
- KOB 'ler kolay bozulabilen malların üretim ve pazarlamasında avantajlıdırlar.
- KOB 'ler büyük miktarda yatırım yapmadan piyasanın nabzını tutabilir yeni buluş ve teknolojilerde  nc  olabilirler.
- Teknik gelişmelere kısa zamanda uyum sağlayabilirler.
- Girişimcilerin genelde kendi bölgelerinde yatırım yapmaları çevreye ve topluma daha duyarlı davranmalarına ön ayak olur.
- Savaş, ekonomik kriz gibi olağan üstü durumlarda büyük işletmelerin zora düşmesi halinde, KOB 'ler ufak çapta da olsa üretim devamını sağlamaktadırlar.

2.2.3. KOBİ'lerin Zayıf Yönleri

KOBİ'ler pek çok güçlü yöne sahip kuruluşlar olmalarının yanında bazı dezavantajları da sahiptirler. Bu zayıf yönlerini şu şekilde sıralayabiliriz;

Finans kuruluşlarına yeterli güveni veremeyen KOBİ'ler dış kaynak kullanmakta güçlük yaşarlar (Ekinci, 2003:21). KOSGEB'in yaptığı bir araştırmaya göre ülkemizde KOBİ'ler bankalardan kredi kullanma hususunda sorun yaşamaktadırlar. Söz konusu araştırmaya göre kredi kullanımında en önemli sorunların %33'lük oranla ipotek, %22'lik oranla kefalet konusunda yaşandığını göstermektedir. KOBİ'lerin diğer bir sorunu ise alınan kredilerin verimli kullanılamamasıdır (Çarıkçı vd. , 2002:231).

İşletme sahibinin aynı zamanda işletmenin yöneticisi olması işletmedeki bazı sorunların derinlemesine irdelenmemesine neden olmaktadır (Ekinci, 2003:21) Stratejik kararların genelde işletme sahibi veya ortaklar tarafından alınması kararların alımında uzman kişilerden yararlanılmaması KOBİ'lerin ömrünü kısaltmaktadır (Akgemci, 2001).

Yönetim ve organizasyondaki aksaklıklar ve çalışanlarla ilgili hatalı politikalar KOBİ'lerin kurumsallaşması önündeki en büyük engeldir (Ekinci, 2003:12). KOBİ'lerin kurumsallaşmayla ilgili sorunları ancak KOBİ sahibinin yöneticileri ve personeli yönetebilme becerisi kazanmasıyla ortadan kalkacaktır (Türkan, 2011:14)

Yeterli sermayeye sahip olmayan KOBİ'ler kapasite artırımlarını sağlayamamakta, dolayısıyla ölçeklerini büyütememektedirler. Söz konusu bu sorun nedeniyle büyük ölçekli işletmelerin sahip oldukları ölçek ekonomisinin maliyet avantajından yararlanamamakta, faaliyetlerini ve üretimlerini çeşitlendirememekte, AR-GE faaliyetlerine ve teknolojik yeniliklere yeterli kaynak ayıramamaktadırlar (Balantekin, 2006: 34).

AR-GE faaliyetleri ve teknoloji eksikliğinde sermaye yetersizliğinin yanında karşılaşılan diğer bir sorunda bilgi eksikliğidir (Balantekin, 2006.34). KOBİ'ler değişen piyasa koşullarına ve teknoloji karşısında ihtiyaç duyulan teknik ve sektörel bilgiye sahip olmadıkları için işletmenin geleceğine yönelik doğru kararlar vermekte zorlanırlar (Ekinci, 2003: 21)

Büyük oranda iç kaynaklarından yararlanan ve ölçek ekonomilerinden faydalanamayan KOBİ'ler, pazarlama faaliyetlerine yeterli kaynak ayıramamaktadırlar. Bu nedenle üretilecek mallar için ihtiyaç duyulan hedef pazarın ve tüketici tercihlerinin belirlenmesinde, numune ve tasarım çalışmasının yapılmasında, kalite-kontrol, ambalaj, lojistik gibi pazarlama faaliyetlerinde modern dünyanın gerisinde kalmaktadırlar. Söz konusu sorunlar KOBİ'lerde markalaşamama sorununu ortaya çıkarmaktadır (Bağrıaçık, 1989:22)

KOBİ'lerin sahip olduğu diğer dezavantajları şu şekilde özetlemek mümkündür (Akgemci, 2001;Türkan, 2011:13-14);

- KOBİ sahiplerinin, yönetici ve çalışanlarının eğitim düzeylerinin düşük olması sonucu ortaya çıkan kalifiye eleman eksikliği,
- Bilgi teknolojilerinin ortaya çıkardığı avantajlardan yeterince yararlanılamaması,
- Kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin mevcut olması,
- Maliyetlerin yüksek olması, bilgi eksikliği, teknoloji yetersizliği gibi nedenlerle rekabet gücünde ortaya çıkan dezavantaj,
- Proje hazırlama ve yönetmedeki deneyimsizlikler,
- Uygun yatırım alanları konusunda danışman eksikliği,
- Sınırlı işbirliği ve verimlilik,
- İhalelerin yeterince takip edilememesi,
- İşyerlerinin ve üretim alanlarının darlığı,
- Mevzuat ve bürokrasi.

Ekonomide önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin zayıf yönlerinin doğru tespit edilmesi bu işletmelerin yeniden yapılandırılması açısından son derece önemlidir.

2.3. KOBİ'LERİN TEMEL SORUNLARI

Farklı sebeplerden dolayı küçük ölçekli faaliyetlere devam etmek isteyen KOBİ'lerin varlığına karşın pek çok KOBİ sahibi işletmeyi kurduğu andan itibaren işletme ölçeğini büyütme amacı gütmektedir (Özgener, 2003:139). Ancak KOBİ'lerin önündeki farklı sorunlar işletme sahiplerinin büyüme hayallerinin önünde engel oluşturmaktadır. Ayrıca pazarı terk eden işletmelerin büyük bir kısmını KOBİ'lerin oluşturması, karşı karşıya oldukları problemlerin önemini göstermektedir (Diken,

1998:43). Bu bağlamda KOBİ'lerin başlıca sorunlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Finansman yönetimiyle ilgili sorunlar
- Yönetim ve Organizasyonla İlgili sorunlar
- Pazarlamayla ilgili sorunlar
- Üretimle ilgili sorunlar
- Tedarikle ilgili sorunlar
- Teknoloji ve AR-GE ile ilgili sorunlar
- Muhasebe yönetimi ile ilgili sorunlar
- İnsan Kaynakları ve Halkla İlişkiler ile ilgili sorunlar
- İhracatla İlgili Sorunlar

KOBİ'lerin sorunlarının tespit edilmesi ve çözüm önerileri sunulması hem söz konusu işletmeler için hem de ülke ekonomisi için çok büyük önem arz etmektedir

2.3.1. Finansman Yönetimi İle İlgili Sorunlar

Ampirik çalışmalar Türkiye'de KOBİ'lerin en önemli sorununun kredi ve finansman alanında gözlemlendiğini göstermektedir. KOBİ'lerin pazarlama alanında yaşadıkları sorunların, teknoloji ve AR-GE çalışmalarında geri kalmalarının, dışa açılmada yaşadıkları sorunların ve diğer pek çok sorunun temelinde kaynak eksikliği yatmaktadır. İstanbul Sanayi Odası'nın 2013 yılı "*Ekonomik Durum Tespiti Anket Sonuçlarına*" göre küçük ölçekli işletmelerin %4,5'i orta ölçekli işletmelerin 50,2'si büyük ölçekli işletmelerin ise %29,8'i finansal sıkıntı yaşamaktadır.

Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmelerin finans yönetimindeki en büyük problemi, kredi bulmakta yaşadığı sorunlardır. Genellikle kısıtlı sermaye ile kurulan KOBİ'ler pek çok faaliyetlerini öz sermayelerinden karşılamaktadırlar. İstanbul Sanayi Odasının Ekonomik Durum Tespiti Anket Çalışmasına göre (Uçkun, 2009:123);

Varlıklarının içinde öz kaynak oranı %71'den fazla olan işletmelerin sayısı:

- Küçük ölçekli işletmelerde 51,2
- Orta ölçekli İşletmelerde %37,8
- Büyük ölçekli işletmelerde %22,2 olarak tespit edilmiştir.

Varlıklarının içinde öz kaynak oranı %90'dan fazla olan işletmelerin sayısı:

- Küçük ölçekli işletmelerde %29,9
- Orta ölçekli işletmelerde %16,9
- Büyük ölçekli işletmelerde % 8,7 olarak tespit edilmiştir.

Faaliyetlerinin büyük bir kısmını öz sermayelerinden karşılayan ve kısıtlı sermayeyle çalışan KOBİ'lerin kredilerden yeterince yararlanamamasının en önemli sebeplerinden biri, bankaların istediği teminatları gösterememeleridir. Büyük ölçekli işletmeler bankalardan aldıkları kredilere karşılık işletmenin varlıklarını teminat olarak göstermektedirler. Bankaların istediği teminatları işletmenin varlığından karşılayamayan KOBİ sahipleri ise genellikle şahsi mal varlıklarını teminat olarak göstermektedirler. İflas gibi durumlarla karşılaşılması durumunda ise işletme sahibi tüm mal varlığını kaybetmektedir. Bütün mal varlığını kaybetme riskini göze alamayan işletme sahipleri kredi kullanımında çekimser davranmaktadırlar (Kutlu ve Demirci, 2007:191). KOBİ'ler bankalar tarafından istenen teminat koşullarını sağlasalar dahi büyük ölçekli işletmelere oranla talep edilen kredi miktarı küçük ve kredilerin geri dönüşü riskli olduğu için yüksek faizlere maruz kalmaktadırlar (Eryılmaz, 2004:29).

Dünyada KOBİ'lerin banka ve diğer finans kuruluşlarından daha düşük faizli ve daha kolay kredi bulabilmeleri için kurulmuş pek çok kefalet kuruluşu mevcuttur. Ülkemizde ise tek örneği Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma Anonim Şirketidir. Kar amacı gütmeyen kuruluşun işlevinin artırılması ve buna benzer kuruluşların çoğaltılması KOBİ'lerin kredi temininde yaşadığı sorunların aşılmasında önemli rol oynayacaktır (Narin ve Akdemir, 2005:56-57).

KOBİ'lerin kredi kullanımında yaşadıkları diğer bir sorun ise alternatif finansman tekniklerinden yeterince yararlanılmamasıdır (Kutlu ve Demirci, 2007:192).İstanbul Sanayi Odası'nın 2013 yılı ilk yarı Ekonomik Durum Analiz Tespit Anketine göre kullanılan finans kaynaklarına göre işletmelerin dağılımına Tablo 2.12'de yer verilmiştir.

Tablo 2.12. Finans Kaynaklarına Göre İşletmelerin Dağılımı (%)

Finansman Kaynakları	Küçük Ölçekli İşletmeler	Orta Ölçekli İşletmeler	Büyük Ölçekli İşletmeler	Toplam İşletmeler
<i>Ticari Bankalar</i>	70,4	76,7	80,2	74,6
<i>Öz kaynaklar</i>	66,9	65,2	69,5	66,9
<i>Eximbank</i>	8,5	24,8	40,5	20,6
<i>Leasing</i>	14,1	20,0	25,2	18,4
<i>Factoring</i>	10,2	7,6	19,1	11,2
<i>Yatırım ve Kalkınma Bankaları</i>	6,3	11,9	12,2	9,4
<i>Yurtdışı finans kuruluşları</i>	0,4	1,9	14,5	3,8
<i>Diğer</i>	2,8	2,4	3,8	2,9
<i>Sermaye Piyasası Araçları & Yatırım Fonları</i>	0,4	1,0	3,1	1,1

Kaynak: ISO, 2013: 57.

İstanbul Ticaret Odası'nın yapmış olduğu araştırmadan da anlaşılabacağı gibi KOBİ'lerin en fazla başvurduğu finansman kaynakları banka kredileri ve öz sermayeleridir. Buna karşın en az değerlendirdiği kaynak ise sermaye piyasalarıdır.

Sermaye piyasaları, işletmelere fon sağlayan, riskli projeleri finanse eden ve işletmeleri pazara tanıtan piyasalardır. KOBİ'lerin sermaye piyasalarından daha fazla faydalanmaları için 1995 yılında IMKB tarafından çalışmalar yapılsa da başarılı olunamamıştır (Aras ve Müslümov, 2002).

KOBİ'lerin sermaye piyasalarından yeterince faydalanamamasının sebeplerini şu şekilde sıralayabiliriz (Kutlu ve Demirci, 2007:192);

- Halka arz yoluyla fon sağlamanın maliyetli olması,
- İşletmenin küçük ölçekli olması,
- İşletmenin aile işletmesi şeklinde yapılanması ve işletme sahibinin hâkimiyetini kaybetmekten korkması,
- Kayıt dışı kalarak vergiden ödemekten kaçınmaları,
- Muhasebe ve organizasyon yapıları.

KOBİ'lerin finansman yönetiminde karşılaştığı diğer sorunları ise şu şekilde özetlenebilir (Çelik vd., 2013:147-148;Eryılmaz, 2004:27-28;Bağrıaçık, 1989:123);

- Ayrı finansman departmanlarının olmaması,
- Yeterli finansman bilgisine sahip olmamaları nedeniyle modern finans tekniklerinden habersiz kalmaları,
- Devletin teşvik politikası, ekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar,
- Kredilerin vadelerinin kısa olması,
- Döviz kurlarındaki yükselme sonucu ithalatın pahalalanması, girdi üreten özel kesimin yaptığı zamlar, ortak alım merkezinin olmaması nedeniyle küçük partiler halinde alım yapılması gibi nedenlerle maliyetin artması ve piyasadaki rekabet nedeniyle artan maliyetin fiyatlara yansıtılamaması KOBİ'lerin otofinansman olanaklarını düşürmektedir.

2.3.2. Yönetim ve Organizasyonla İlgili Sorunlar

KOBİ'lerin yönetim ve organizasyonda karşılaştıkları en önemli sorun işletme sahibinin aynı zamanda işletmenin yöneticisi olması ve daha birçok görevi bünyesinde toplamasıdır. Literatürde girişimci olarak da anılan işletme sahibi çoğu zaman hem çalışanlarıyla birlikte üretim faaliyetine katılmakta, hem hammadde temini ve pazarlamayla uğraşmakta hem de banka, vergi, sigorta işlemleriyle ilgilenmektedir. Ancak, zamanla işletme ölçeğinin büyümesiyle işletme sahibi üretim faaliyetini çalışanlarına bırakarak yönetim görevini üstlenmektedir (Özgener, 2003:139).

KOBİ'lerin devamlılığı ve başarısı, yönetimi ele almış küçük işletme sahibinin işletmenin yönetim süreci ve bu sürecin işletme fonksiyonlarına uygulanması konusunda sahip olduğu bilgi ve deneyime bağlıdır (Alpugan, 1994:244). Ancak çoğu zaman yönetici konumunda bulunan işletme sahibi hızlı değişen bilgi ve iletişim teknolojileri, yeni pazar fırsatları, ortaya çıkan yeni uzmanlık alanları, küreselleşmeyle birlikte bilginin daha önemli hale gelmesi gibi konularda çağı takip edememektedir. Genellikle geleneksel aile işletmesi şeklinde kurulan KOBİ'lerde işletme sahipleri yönetimi başka birine devretmek konusunda isteksiz olsalar da işletmenin devamı ve gelişimi için değişimi kavrayacak ve söz konusu değişime ayak uydurabilecek işletmede karar organı görevini üstlenecek profesyonel yöneticilere ihtiyaçları vardır (Kocabıyık ve Altunay, 2008:745)

KOBİ'lerde yönetimden kaynaklanan diğer bir sorun ise örgütlenme ve organizasyon alanlarında yaşanmaktadır. KOBİ'ler büyük işletmelere oranla daha küçük örgütlenme yapısına sahiptirler. Söz konusu durum iş bölümünün yapılmasında ve çalışanların kimden talimat alacakları konusunda işletmeye avantaj sağlasa da uzmanlaşma konusunda eksiklikleri ortaya çıkarmaktadır. Çünkü iş bölümü yönetici tarafından yapılmaktadır bunun sonucunda çalışanlar yeteneklerine yönelik işlerde uzmanlaşmamakta üretim sırasında farklı işlerde çalıştıkları için motivasyon düşüklüğü ve zaman kaybı yaşanmaktadır (Çelik vd., 2013:138-139)

KOBİ'lerin yönetim sorunlarından biride planlamadır. KOBİ'lerin planlamada karşılaştıkları en temel sorunlar ise şunlardır (Tekin, 2012:229);

- Uzun vadeli planların yapılmaması,
- Planda yer alan amaçların açıkça belirtilmemiş olması,
- Planda yer alan amaçlara ulaşabilmek için gerekli faktörlerin yeterince araştırılmaması,
- Uygulanan planların bilimsel ilkelere göre yapılmaması,
- Değişen koşullara uygun alternatif planların yapılmaması,
- Planlara çalışanların tam olarak katılmamasıdır.

KOBİ'lerin yönetimle ilgili karşılaştıkları diğer sorunları şu şekilde özetleyebiliriz (Tekin, 2012:232-233; Çelik vd., 2013:139);

- Ortaklaşa çalışma prensibinin gelişmemesi,
- İşletmenin geleceğe dönük planlarındaki belirsizlikler,
- Yönetime işletme dışındaki kişiler, ortaklar veya diğer kişiler tarafından müdahale edilmesi,
- Yönetici ve çalışanların piyasadaki değişime uyum gösterememesi,
- Yetersiz ücretler nedeniyle kalifiye eleman çalıştırılmaması ve yapılan faaliyete yönelik kalifiye eleman bulunmasında karşılaşılan güçlükler,
- Personelin eğitimi için kaynak ayırılamaması,
- Toplam kalite yönetiminin uygulanmaması,
- Yöneticilerin vizyon ve misyon eksikliği,
- İşletmenin hedef karlarındaki belirsizlikler.

KOBİ'lerin yönetim ve planlamadaki sorunlarına çözüm bulunması onların rekabet gücünü olumlu yönde etkileyeceği gibi profesyonel bir işletmecilik anlayışı kazanmalarını da sağlayacaktır.

2.3.3. Pazarlama İle İlgili Sorunlar

Müftüoğlu ve Durukan'a (2004) göre pazarlama, geleneksel olarak mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye akışını sağlayan işletme faaliyetidir. Başka bir ifadeyle pazarlama, kişisel ve örgütsel amaçlara erişmeyi sağlayacak değişimleri gerçekleştirmek üzere mal ve hizmetlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması, dağıtımının planlanması ve yürütülmesi sürecidir.

KOBİ'ler hem iç pazarda hem de dış pazarda pek çok pazarlama sorunuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Dış pazarları yeterli ölçüde tanımayan KOBİ'ler talep değişimlerini yakından takip edememekte ve rakiplerine tanıyamamaktadırlar. Dış pazardaki kültür farklılıkları, kalite ve standartlaşmama gibi pek çok pazarlama sorunu dış pazarda KOBİ'leri rekabette güçsüz konuma düşürmektedir. İç pazarda ise markalaşamama, büyük ölçekli işletmelerin verdiği düşük fiyatlara karşı direnememe gibi sorunlar KOBİ'leri fason üretime iten ve ölçeklerini büyüterek ölçek ekonomilerinin avantajlarından alıkoyan unsurlardır (Taş, 2010:61).

KOBİ'lerin iç ve dış pazarda karşılaştığı pazarlama sorunlarını şu şekilde özetlemek mümkündür (Diken, 2007:29-30; Tekin, 2012:242-243);

- Yeni pazarlara girebilecek yeterli finansmanın mevcut olmaması,
- Pazarlama alanında kalifiye eleman konusundaki yetersizlikler,
- Üretilen malın geliştirilmesinde, müşteriye istenilen zaman ve koşullarda ulaştırılamamasında, satış sonrası hizmetlerde yaşanan aksaklıklar,
- Küçük ölçekli üretim nedeniyle fiyatların piyasa fiyatlarının üzerinde olması,
- Tutundurma faaliyetlerindeki eksiklikler,
- Pazar araştırmasına yeterince kaynak ayrılmaması nedeniyle potansiyel müşteriler ve rakipler hakkında yeterli bilgiye sahip olunmaması,
- Uzun dönemli pazarlama stratejilerinin geliştirilmemesi ve pazarlama planlamasında ortaya çıkan sorunlar,
- Haksız rekabet.

Pazarlamada karşılaşılan sorunların temelinde de KOBİ'lerin karşı karşıya kaldığı sorunların pek çoğunda olduğu gibi finansman yetersizliği ve bilgi eksikliği ön plana çıkmaktadır.

2.3.4. Üretim İle İlgili Sorunlar

KOBİ'lerin hem iç hem de dış pazarda rekabet gücü elde edebilmeleri ürettikleri ürünlerin kalitesini artırmalarıyla ve müşteri sadakatini sağlamalarıyla mümkündür. Üretimde kalite unsurunu öne çıkarmak ise gelişmiş tedarik ağı, teknoloji, ürün geliştirme, standardizasyon, kalifiye personel gibi unsurlara bağlıdır (Çelik ve Akgemci, 1998:129).

Türkiye'de KOBİ'lerin otofinansman imkânlarının daralması, üretim için gerekli olan hammadde, yarı mamul ve diğer üretim girdilerini temin edilmesinde sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Küçük ölçekte üretim yapmanın maliyetine katlanmak zorunda kalan, finansman olanakları kısıtlı olan ve sipariş üzerine üretim yaptıkları için girdileri sürekli değişen KOBİ'ler söz konusu girdileri stoklayamamaktadırlar. Bununla birlikte ülkemizde enflasyon beklentilerinin kırılmamış olması, döviz kurlarındaki oynaklıklar gibi nedenlerle üretim için gerekli olan girdiler gerekli zaman ve kalitede tedarik edilememektedir. Üretimde kullanılacak olan girdilerin doğru zamanda tedarik edilememesi ise siparişlerin zamanında teslim edilememesine, itibar kaybına neden olarak, işletmenin müşteri kaybetmesine yol açmaktadır (Bağrıaçık, 1989:124; Tekin, 2012:238).

KOBİ'lerin üretimde karşılaştıkları diğer sorunları ise şu şekilde özetleyebiliriz (Diken, 2007:28; Tekin, 2012:238-239; Öztürk, 2007:37):

- Dışa açılmış olan KOBİ'lerin girdi fiyatlarındaki dalgalanmalardan etkilenmesi,
- Genellikle teknik eğitim düzeyine sahip KOBİ yöneticilerinin yeterli fizibilite çalışması yapmadan üretim kararı almaları,
- Üretim için ayrı bir departman oluşturulmaması,
- Teknolojik gelişmelerin takip edilememesi, nitelikli personel eksikliği ve emek yoğun üretim sonucunda kaynak israfının artması,
- AR-GE çalışmalarındaki yetersizlikler,
- Makine ve ekipmanlardaki yetersizlikler,

- Kapasite belirlenmesinde yapılan hatalar,
- Evrensel boyuttaki standartlarda ürün üretememe ve kalite bilincinin olmaması,

KOBİ'lerin üretimde karşılaştıkları tüm bu sorunlara ek olarak, Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesiyle birlikte CE işareti ve ISO 9000 standartlarının zorunlu hale gelmesi, birçoğu emek yoğun teknolojilerle üretim yapan KOBİ'lerin rekabet güçlerini azaltmıştır (Eryılmaz, 2004:21).

2.3.5. Tedarikle İlgili Sorunları

KOBİ'ler tüketiciler ve müşterilerle birebir ilişkiler kurabilen ve sipariş üzerine üretim yapan işletmelerdir. Bu özellikleri gereği, KOBİ'ler çok büyük partiler halinde malzeme tedarikinde bulunamazlar (Kocabıyık ve Altunay, 2008:747). Üretimde kullanılacak malzemelerin küçük partiler halinde tedarik edilmesi KOBİ'lerin ıskontodan daha az faydalanmasına ve birim maliyetin artmasına neden olmaktadır, ancak büyük partiler halinde sipariş verilmesi de depolama masraflarını artırarak maliyetlere olumsuz yansıyabilmektedir. Dolayısıyla KOBİ'ler maliyet kısıncında kalmaktadırlar (Çelik ve Akgemci, 2007:78-79).

Müşteri sadakati için alınan siparişlerin söz verilen zamanda teslim edilmesi büyük bir önem arz eder. Bu nedenle siparişin üretiminde kullanılacak malzemenin istenilen zamanda, istenilen miktarda tedarik edilmesi işletmenin devamlılığı için gereklidir.

2.3.6. Teknoloji ve AR-GE Faaliyeti ile İlgili Sorunlar

KOBİ'ler müşterileri ile birebir ilişkiler kurabilen işletmelerdir ve sahip oldukları bu avantaj sayesinde piyasadaki eksiklikleri görebilir yeni teknolojiler ortaya koyabilirler. Ancak KOBİ'lerin bu avantajı fırsata dönüştürebilmeleri için piyasadaki gerekli bilgilerin hızlı, doğru, açık ve zamanında değerlendirilmesi gerekir (Bağrıaçık, 1989: 24-25) Finansal olanakları kısıtlı olan ve yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan KOBİ'ler piyasada yeni teknoloji geliştirme ile ilgili fırsatları değerlendirememektedirler.

Ülkemizde KOBİ'lerin teknoloji düzeyleri Avrupa firmalarının çok gerisindedir. Emek-yoğun teknolojiyle, eski üretim metotlarıyla ve eski tasarımlarla

üretim yapan KOBİ'lerin verimleri ve katma değerleri düşüktür bu nedenle dünya standartlarının altında kalan kaliteyle üretim yapmaktadırlar (Akdeniz, 2005).

Dünya Bankası'nın yaptığı bir araştırmaya göre Türkiye'de teknoloji düzeyinin düşük olmasının başlıca nedenleri arasında yeni buluşlar yapmamak gösterilmiştir (Akdeniz, 2005). Türkiye'de orta ölçekli KOBİ'lerin bir kısmının AR-GE faaliyetlerine yönelip; ilgili verilere ulaşabilmeleri, bilgileri anlamlı hale getirebilmeleri, teknolojik yenilikleri izleyebilmeleri, temel araştırma ve uygulamalı araştırma yapabilmeleri ve nihayetinde geliştirme eyleminde bulunabilmeleri olasıdır. Ancak küçük ölçekli işletmeler AR-GE departmanı kurmak isteseler bile buna ilişkin bütçe ayıramadıkları ve planlama yapamadıkları için araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde yetersiz kalmaktadırlar (Çelik ve Akgemci, 2007:139).

Kısa dönemde işletmelere büyük maliyetler yükleyen ancak uzun dönemde fikri mülkiyet hakkı elde etme, yeni teknolojiler geliştirme, israfı önleyip verimi artırma gibi pek çok rekabet üstünlüğü fırsatı sunan AR-GE faaliyetlerinde karşılaşılan diğer bir sorun ise faaliyetin istikrarlı olarak yürütülmemesidir. Ekonomik durgunluk dönemlerinde AR-GE faaliyetlerine ara veren KOBİ'ler AR-GE alanında yetişmiş nitelikli elemanlarını da işten çıkarmak zorunda kalmaktadırlar (Bağrıaçık, 1989:25).

2.3.7. Muhasebe Yönetimi İle İlgili Sorunlar

KOBİ'ler muhasebe kayıtlarını yalnızca yasal bir yükümlülük olarak görmektedirler. Oysaki söz konusu bu kayıtlar işletmenin gelecekle ilgili hedeflerine ve kararlarına yön verebilirler. Bu nedenle işletmelerin ölçekleri ne denli küçük olursa olsun bağımsız ve yetkili bir muhasebeci gereklidir. KOBİ'lerin muhasebe yönetiminde karşılaştıkları bir diğer sorun ise piyasa maliyet fiyat dengesini kuran programların bulunmamasıdır (Çelik ve Akgemci, 2007:135-136).

2.3.8. Halkla İlişkilerle 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 girişimleri şeklinde tanımlanabilir (Çelik vd., 2013:155)

KOBİ'ler içinde halkla ilişkiler faaliyetleri daha çok orta ölçekli işletmelerde uygulanabilmektedir, küçük ölçekli işletmeler halkla ilişkiler etkinliğini düşünse bile, bu işlev ayrı bir bütçe, program ve donanım gerektirdiği için hayata geçirememektedirler. Orta ölçekli işletmeler halkla ilişkiler faaliyetini işletme sahibinin veya yöneticinin bireysel girişim veya karizmasıyla yürütebilmekte, genellikle ayrı bir uzaman ekip, bütçe ve program oluşturmamaktalar (Kocabıyık ve Altunay, 2008: 748).

2.3.9. İnsan Kaynaklarıyla İlgili Sorunlar

İnsan kaynakları, işletmenin yöneticisinden, iş görenine ve hatta işletme dışında yer alan ancak potansiyel olarak işletmenin yararlanabileceği işgücünü ifade eden kavramdır (Şimşek ve Çelik, 2010:241).

KOBİ'lerde istihdam edilen iş görenlerin özelliklerini genel olarak şu şekilde sıralayabiliriz (Akgemci, 2001);

- Büyük ölçekli işletmelere göre daha çok emek-yoğun üretim tarzı benimsenmektedir bu nedenle iş gücü önemlidir.
- Büyük ölçekli işletmelerde üstler nitelikli astlar nitelsiz işgücünden oluşmaktadır, küçük işletmelerde ise bu durumun tersi söz konusudur.
- Yönetimle çalışanlar arasındaki ilişkiler bireyselleşmiştir.
- Büyük ölçekli işletmelerde çalışanların ücretlerine kıyasla KOBİ'lerdeki ücret düzeyi daha yüksektir.
- KOBİ'lerde istihdam edilen kişilerin motivasyon düzeyi daha yüksektir.

KOBİ'lerin insan kaynakları yönetiminde karşılaştıkları en büyük problem vasıflı işgücü bulmaktır (Çelik ve Akgemci, 2007:137). Başka bir açıdan bakıldığında vasıflı iş gücü yalnızca KOBİ'lerin değil genel olarak tüm ekonominin sorunudur. Vasıflı işgücü sorununu çözebilmek için beşeri sermaye yatırımlarının ve mesleki eğitim veren okulların nicel ve nitel olarak iyileştirilmesinin yanı sıra yaşam boyu öğrenme modelinin benimsenmesi çözüm olabilir.

2.4. KOBİ'LERİN İHRACAT İÇİNDEKİ YERİ VE İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Günümüzde ihracat hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler açısından son derece önemlidir. İhracat milli gelir düzeyini artırarak ekonomik büyümenin gerçekleşmesine, ülkelerin döviz dar boğazından çıkmasına katkı sağlayan, ekonomik kalkınmayı gerçekleştiren bir faaliyettir (Sönmez ve Arslan, 2007: 403).

Türkiye’de ekonominin bel kemiğini oluşturan KOBİ’lerin ihracatta ve yeni pazarlara açılmada yetersiz oldukları gözlenmektedir. KOBİ’lerin ihracat alanındaki sorunlarına çözüm getirilmesi Türkiye ekonomisinin kronik sorunlarından biri olan cari açığın kapatılmasında etkili olacaktır.

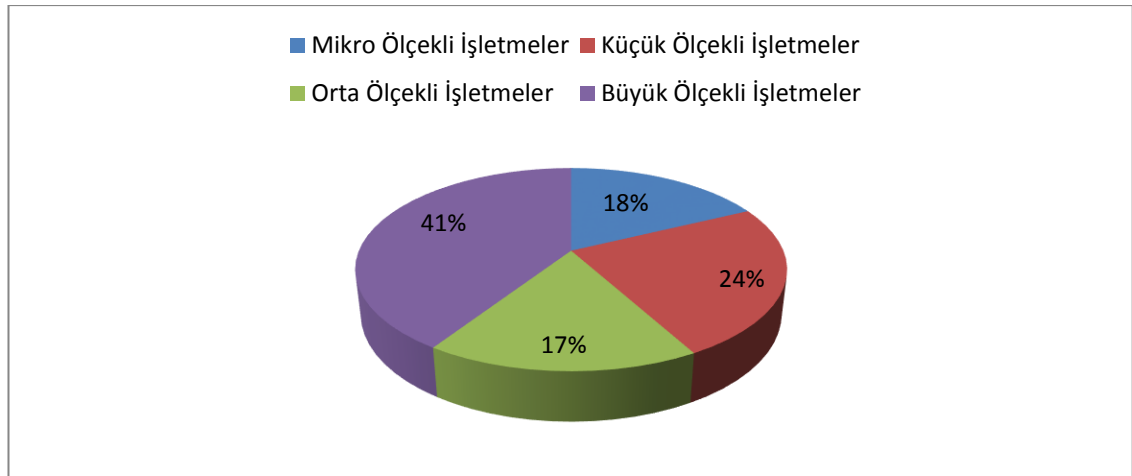
Türkiye’de KOBİ’ler yasal sınırlamalar, destekleyici ve yönlendirici politikaların eksikliği, mevzuatın ve yeni gelişmelerin yeterince takip edilememesi, yasal hakların savunulmaması, bürokratik engeller ve gecikmeler, üniversite-küçük sanayi arasındaki iş birliğinin gelişmemesi gibi pek çok sorunla karşı karşıyadır (Çatal, 2012:349).

2.4.1. KOBİ’lerin İhracattaki Yeri

Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin ve Türkiye İstatistik Kurumunun birlikte hazırladıkları 2014 yılı verilerine göre Türkiye’de ihracat bir önceki yıla göre %4 oranında artarak 157 milyar 622 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

TÜİK’in 2014 yılı girişim istatistiklerine göre ülkemizde toplam girişimlerin %99,8’i KOBİ’lere aittir. Söz konusu verilere göre KOBİ’ler toplam ihracatın %59,2’sini gerçekleştirmişlerdir. Bu oranın %35’i sanayi, %60,4’ü ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ’lere aittir. Söz konusu dönemde gerçekleştirilmiş olan ihracatın KOBİ’lerin ölçeklerine göre dağılımı Grafik 2.2.’de yer almaktadır.

Grafik 2.2. 2013 Yılı KOBİ İhracatının İşletme Ölçeklerine Göre Dağılımı



Kaynak: www.tuik.gov.tr., 2016.

TÜİK'in 2014 yılı girişim istatistiklerine göre KOBİ'ler tarafından yapılan ihracatın %45,9'u Avrupa ülkelerine, %38,7'si Asya ülkelerine gerçekleştirilmiştir. İhracat sektör bazında incelendiğinde ise; giyim eşyası sektörünün payı %14,5 ana metallerin payı %12,1 ve tekstil ürünlerinin payı %10,3 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

2.4.2. KOBİ'leri İhracat Yapmaya Zorlayan Nedenler

İhracatı artırmak bütün dünya ekonomilerinde temel hedeflerden biri haline gelmiştir. İhracat alanında yaşanan yoğun rekabet her geçen yıl daha da zorlaşmakta ve ihracata getirilen teşvikler, destekleme sistemleri ile rekabet bir anlamda ülkeler arası rekabete dönüşmektedir (Sönmez ve Arslan, 2007: 404).

Dünya pazarındaki bu yoğun rekabette hayatta kalmaya çalışan KOBİ'lerin ihracat yapmaya karar vermesinde yöneticinin/girişimcinin cesaret ve özgüveni, uluslararası deneyimi ve bilgi düzeyi, beklentileri gibi faktörlerin yanında ülkenin ekonomik durumu, alt yapı olanakları, devletin ihracatla ilgili politikaları gibi unsurlarda önemli bir yere sahiptir (İlter, 1999:21).

KOBİ'leri ihracat yapmaya yönlendiren/zorlayan diğer nedenler şu şekilde özetlenebilir (İlter, 1999:22; Günelan, 2003:68-72; Işık ve Delice, 2007:77);

- İşletme yöneticisinin kişisel özellikleri, yabancı dil bilgisi, yurt dışı deneyimleri ve yaşı gibi etmenler,
- İç pazarın doyma noktasına ulaşması ve iç talepteki daralmalar,
- İç pazardaki yoğun rekabetin maliyetleri artırması ve kar marjlarını düşürmesi,
- Ülke ekonomisinin resesyon baskısı altında olması,
- İşletmenin kapasite kullanım oranını artırmak suretiyle ölçek ekonomilerinin maliyet avantajlarından yararlanmak istemesi,
- Devletin veya özel kuruluşların ihracat teşvikleri,
- Uluslararası rekabette üstünlük sağlayacak ürün ve/veya teknolojilere sahip olunması,
- Dış pazara yakın olunması,
- Satış ve kar payını artırmak,
- Ülkeler arası faktör farklılıkları,
- Dış ülkelerde işgücünün daha ucuz olması,
- Müşteri portföyünü ve sahip olunan pazar payını genişletmek,
- Ekonomide oluşabilecek riskleri pazar farklılaştırması yoluyla minimize etmek,
- İç pazarda ürün ömrünü tamamlamak üzere olan malların ömrünü uzatmak,
- Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşviklerden yararlanmaktır.

KOBİ'leri ihracata zorlayan pek çok iç ve dış faktör mevcuttur.

2.4.3. İhracatın KOBİ'lere Sağladığı Faydalar

Makro açıdan bakıldığında ülke ekonomilerine pek çok fayda sağlayan ihracat, ülke ekonomilerinin yapı taşlarını oluşturan KOBİ'ler içinde pek çok faydayı barındırmaktadır. İhracatın KOBİ'lere sağladığı faydaları şu şekilde sıralayabiliriz (Kaya, 2011:124);

- İşletmelerin ölçeklerini büyütmeleri için fırsatlar sunar,
- Satışları ve karlılığı artırarak işletmeye düzenli para akışı sağlayacağı gibi sürekli, sermaye problemiyle karşı karşıya kalan KOBİ'ler için bir çözüm yolu olabilir,

- Pazar farklılaştırması yoluyla ulusal ekonomi içinde oluşabilecek krizlere ve özellikle gelişmekte olan ülkelerin sıkça karşılaştığı devalüasyon nedeniyle oluşan maddi kayıplara karşı işletmeler daha dayanıklı hale gelir,
- Aynı şekilde pazar farklılaştırması yöntemiyle mevsimsel satışlardaki dalgalanmalar dengelenebilir,
- İş sürecini kolaylaştırır,
- KOBİ'lerin en önemli sorunlarından biri olan eksik kapasite kullanımını aşmalarını ve birim maliyetlerini düşürerek ölçek ekonomilerinin avantajlarından faydalanmalarını sağlar,
- Rakiplerin küçülttüğü iç pazara bağımlılığı azaltır,
- Diğer kültürlerle olan ilişkiler, girişimciye kişisel tatmin sağlayacağı gibi işletmenin gelişmesini ve motivasyonunun artmasını sağlar,
- Dış pazarlara açılmak yeni iş fikirleri edinmeyi kolaylaştırabileceği gibi teknolojik olarak ilerlemeyi sağlayabilir,
- İşletmenin ürettiği ürünlerin mamul ömrünü uzatacaktır,
- Yerli bir markanın dış pazarda tanınması işletmenin ve ülkenin prestijine katkı sağlayacaktır.

İhracatın teoride yer alan faydalarının pratiğe dönüştürülebilmesi için işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara çözüm bulunması şarttır.

2.4.4. KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar

Türkiye 24 Ocak 1980 kararlarıyla ithal ikameci dış ticaret politikasını terk etmiş ve ihracata dayalı büyüme politikasını benimsemiştir. 1980 Kararlarıyla birlikte ülkemizdeki KOBİ'ler yurtiçi talepteki daralma sonucu ortaya çıkan kapasite fazlaları ve yurt dışında cazip fırsatların doğmasının da etkisiyle ihracata yönelmeye başlamışlardır (Kılıç, 2011:118).

Serbest piyasa ekonomisine geçilmesiyle birlikte Türkiye'deki, KOBİ'ler ihracatta pek çok farklı sorunla karşı karşıya kalmışlardır. Türkiye'de KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları ulusal düzeydeki sorunlar ve işletme düzeyindeki sorunlar olarak ele alabiliriz.

KOBİ'lerin ulusal düzeydeki sorunlarını şu şekilde sıralamak mümkündür (Kılıç, 2011:121-122; Çelik ve Akgemci, 2007:141-142; Ay ve Talaşlı, 2007: 179);

- KOBİ'lerin ihracata yönelmesini sağlayacak planlı ve istikrarlı stratejilerin eksikliği,
- KOBİ'lerin ihracata katkısını artırmaya yönelik amaçların açıkça ortaya konulmaması ve mevcut amaçların KOBİ'lerin ihracatını artırmaya yönelik olmaması,
- Kamu finansman yardımlarının ve teşviklerin yetersiz olması,
- Tarife ve kotalara ilişkin engeller,
- KOBİ'lerin organizasyon eksikliği,
- KOBİ'ler için talep piyasasını koordine edecek bir kuruluşun olmaması,
- KOBİ'lerin ihracat yapmasını kolaylaştıracak pazarlama kanalları ve ihracat pazarlama örgütleri, konsorsiyumlar gibi sistemlerin kurulması için uygun ortamların bulunmaması,
- İç piyasa koşullarının dış pazarlara göre daha cazip olması,
- Bürokratik engeller,
- Mevzuattan kaynaklanan sorunlar,
- KOBİ'lerin ihracat prosedürüyle ve dış pazarlarla ilgili bilgi eksikliği.

Akgemci'ye (2001) göre, KOBİ'lerin ihracat yaparken karşılaştığı işletme düzeyindeki sorunları finansal kaynaklı sorunlar ve rekabet gücünü etkileyen sorunlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu bağlamda işletme düzeyindeki sorunları şu şekilde özetleyebiliriz;

- İhracatı finanse edecek kredilerin temininde yaşanan güçlükler,
- Ucuz ve kaliteli hammadde bulmada yaşanan güçlükler,
- Pazarlama faaliyetlerinin maliyet oluşturması,
- Rakiplerin yeterince tanınmaması,
- Dış piyasalardaki fiyatlamada yaşanan sorunlar,
- Düşük kaliteli ürün ihraç edilmesi,
- İhracatla konusunda yetişmiş yabancı dil bilen eleman eksikliği,
- İhracat yapmak için yeterli kapasitenin olmaması,
- Dış ticaret organizasyonlarının yeterince desteklenmemesi,

- İhracatla ilgili psikolojik engeller.

KOBİ'lerin ihracat yaparken karşılaştığı diğer sorunları ise şu şekilde sıralayabiliriz (Aksoy ve Yıldırım, 2013:253-256);

- Dış ülkelerdeki kültür farklılıklarından ve yeterince pazar araştırması yapmaktan kaynaklanan pazarlama sorunları,
- Anti-Damping yasalarıyla ilgili sorunlar,
- Teknoloji ve AR-GE eksikliğinden kaynaklanan sorunlar,
- Hükümet uygulamalarında ve ithalatta karşılaşılan sorunlar,
- Standardizasyonla ilgili sorunlar,
- Lojistikte yaşanan sorunlar
- Taşıma ve depolamada yaşanan sorunlar,
- Güvenlik (CE işareti) sorunları,
- Çevre (ISO 1400) sorunları,
- Kalite (ISO 9000) sorunları,
- Ülke imajından kaynaklanan sorunlar,
- Vergi, resim ve harçlarda karşılaşılan sorunlar
- Gümrüklerde yaşanan sorunlar,
- Gümrük tarifelerinde yaşanan sorunlar
- Teslim şekillerinde yaşanan sorunlar,
- Ödeme şekillerinde karşılaşılan sorunlar,
- Üretim maliyetleriyle ilgili sorunlar olarak sıralanabilir.

2.4.4.1. İhracatta Güvenlik (CE) İşaretiyle İlgili Sorunlar

17 Ocak 2002 tarihli 24643 sayılı Resmi Gazete 'de yayınlanan “Ce” Uygunluk İşaretinin Ürüne İliştirilmesine ve Kullanılmasına Dair Yönetmeliği'ne göre “CE” işareti:

“Üreticinin, ilgili teknik düzenleme/düzenlemelerden kaynaklanan bütün yükümlülüklerini yerine getirdiğini ve ürünün ilgili tüm uygunluk değerlendirme işlemlerine tabi tutulduğunu gösteren işarettir”.

Avrupa Birliği ülkelerinde malların serbest dolaşımını sağlayan “CE” işareti 1989 yılında resmi bir işaret statüsünde kullanılmasına başlanmıştır (Eryılmaz, 2004:70). “Communeautee Eurapannes” adının baş harflerinin kısaltması olan “CE” AB mevzuatı gereğince topluluk sınırları içine giren ve/veya içinde dolaşan 21 grup üründe bulunması gereken bir markalamadır (Çolakoğlu, 2002:268).

AB’ye üye ülkelere ihracat yapmak isteyen işletmelerin “CE” belgesinin olması gereklidir. Ancak bu belge işletmelere belirli maliyetler yüklemektedir, genellikle finansal sorunlar içinde olan KOBİ ihracat yapabilecek potansiyelleri olsa dahi söz konusu maliyetlerden dolayı ihracat yapamamaktadırlar (Aksoy ve Yıldırım, 2013: 252).

2.4.4.2. İhracatta Çevre (ISO 14000) Sorunları

Küreselleşmeyle birlikte doğal kaynakların bilinçsizce kullanılması pek çok çevre sorununu da beraberinde getirmiştir. Avrupa Birliği ülkeleri “kirleten öder” prensibiyle kaynakların düzenli kullanılması ve çevrenin korunması için ilki 1973 yılında hazırlanan pek çok eylem planını yürürlüğe koymuşlardır. Oluşan çevre bilinciyle sanayileşmiş ülkelerin pek çoğu farklı çevre standartları uygulamaya koymaya başlamışlardır. Bu bağlamda 1992 yılında Rio de Janeiro’da düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı’nda çeşitli sektörlerle halk arasında yeni bir işbirliği geliştirmeyi amaçlayan beyanname yayınlamış ve “ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi” standardı geliştirilmiştir (Çolakoğlu, 2002: 27).

ISO 14000 Çevre Standardı işletmelere, daha iyi bir çevre yönetimi, düşük maliyet avantajı sunması, esnekliğin içsel ve dışsal olarak kontrol edilebilmesi, pratik, yararlı kullanılabilir olması gibi pek çok fırsat sunmaktadır (Kurtoğlu, 2012:53). ISO 14000 Çevre Standartları tüm bu avantajlarına rağmen uygulamalara ilişkin maliyetler nedeniyle KOBİ’lerin ihracatında bir sorun olarak algılanmaktadır.

2.4.4.3. İhracatta ISO 9000 Kalite Sorunları

Küreselleşmeyle bütünleşen dünya pazarında rakip işletmelere ve diğer ülkelere karşı rekabet gücü elde edebilmek için kabul görmüş bir kalite güvence standardının geliştirilmesi şarttır. Global pazarda bir çok ülke kendi ulusal sınırları içine

girecek olan mal ve hizmetlerde çeşitli kalite belgelerini şart koşturmaktadırlar (Eryılmaz, 2004:72). Bu bağlamda Avrupa Birliği'nde ve EFTA üyesi ülkelerde geçerli olan “*Ürün Sorumluluğu Yönergesi*”, üreticilerin kusursuzluğunu belgelemesi zorunluluğu getirmektedir. Böylece ürün kalitesinden kaynaklanabilecek sorunlar “*Kalite Güvencesi Sistemi*” kapsamında önlenmektedir (Çolakoğlu, 2002:232).

Müşteri ve pazara kaliteli ürün ve hizmet üretimi için etkin tasarım, üretim ve teslim sistemlerinin geliştirilmesini sağlamak için International Organization for Standardization tarafından 1987 yılında yayınlanan uluslararası bir standart niteliğinde olan ISO 9000 serisi kalitenin yönetilmesi ve iyileştirilmesi için işletmelere araçlar sağlayan bir kalite standardıdır (Demirel ve Aksoy, 2010:4).

2.4.4.4. İhracatta Kalifiye Eleman ve Yabancı Dil Sorunu

KOBİ'lerin kalifiye eleman eksiklikleri dışa açılmalarında da önemli bir sorun olarak karşılına çıkmaktadır. Bu kapsamda yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'deki KOBİ'lerin işgücü sorunlarının kalifiye eleman sağlamadaki zorluklarla ilişkili olduğu görülmektedir (Diken, 2007: 25).

Üretimlerindeki çeşitlilik nedeniyle KOBİ'lerde çok yönlü kalifiye eleman istihdamı şarttır. Genellikler finansman sorunları olan KOBİ'lerin kalifiye eleman tedarik edebilmeleri yüksek ücret ve yan ödemeleri gerektirmektedir bu ise pek çok küçük işletme için yüksek maliyetler oluşturduğu için imkânsızdır (Kurtoğlu, 2012:56). Kalifiye eleman istihdam etmede karşılaşılan başka bir sorun ise işletmelerdeki çalışan devir oranının yüksek oluşudur. Çalışanlar ücretlerin düşük olmasının yanında çalışma ortamını benimseyemedikleri içinde işletme değişikliğine gitmektedirler. Çünkü katılımcı yönetim anlayışı olmayan ve kendilerine değer verilmeyen işletmelerde bireylerin çalışma sürelerinin kısa ve motivasyonlarının düşük olduğu bilinen bir gerçektir (Diken, 2007:25)

KOBİ'lerin dış pazarlara açılırken karşılaştıkları diğer bir sorun ise yabancı dildir. Yabancı dil sorunu pazara girişi; markalama, ambalajlama, ürünü kullanmaya ya da monte etmeye yönelik talimatlar, garanti bilgisi, dağıtım kanallarının üyeleriyle olan ilişkileri, promosyon gibi çeşitli faaliyetlerden ve uygulamalardan etkilenir (Eryılmaz, 2004:72).

KOBİ'lerin kalifiye eleman ve yabancı dil sorunu, ancak eğitimle çözülebilir. Bu bağlamda Türkiye'de farklı sektörlerle yönelik işgücü yetiştiren meslek okullarının sayıca çoğaltılması mevcut olanların ise nitelik olarak geliştirilmesi şarttır.

2.4.4.5. İhracatta Pazarlama Sorunu

Ülkemizde KOBİ'ler 1980'den sonra ihracatta büyük bir yol kat etmelerine karşın iç pazarlarda olduğu gibi dış pazarlarda da pazarlama da yetersiz kalmışlardır. KOBİ'lerin ihracat pazarlamasında karşılaştıkları pek çok problemin temelinde ürün ihraç edilecek pazar hakkında yeterli bilgiye sahip olunmaması yatmaktadır.

Her ülkede gelenek, görenek, tutum, alışkanlık ve davranışlar, nüfusun gelişimi, dağılımı, din, dil, ırk, sosyal sınıflar, aile sistemleri, sosyal değerler ve normlar farklıdır (Eryılmaz, 2004:74). Söz konusu bu farklılıklar ihracat pazarlamasında önemli bir yere sahiptir. KOBİ'lerin ürün ihraç edecekleri ülkenin kültürünü iyi analiz etmeleri, doğru ürünler üretmelerinin ve başarılı bir şekilde pazarlama yapmalarının ön koşuludur.

KOBİ'lerin ihracat pazarlamasında karşılaştıkları diğer bir sorun ise hızla değişen tüketici tercihlerini takip etmede yaşadıkları sorunlardır. Teknoloji ve AR-GE'ye çok fazla kaynak ayıramayan KOBİ'ler standart ve kalitede geride kalmakta ve dış pazarda rekabet etmekte de zorlanmaktadırlar.

KOBİ'lerin dış pazarlardaki rekabet gücünü etkileyen diğer bir unsur ise satış sonrası hizmetlerde ortaya çıkan aksaklıklardır. Uluslararası pazarda rekabet gücü elde etmek isteyen KOBİ'lerin satış sonrası ortaya çıkan sorunlarda hızlı, yeterli ve doğru çözümler üretmeleri gerekmektedir (Doğan vd. , 2003:121).

2.4.4.6. İhracatta Ülkenin ve Firmanın İmajından Kaynaklanan Sorunlar

Dış pazarlara açılmak isteyen KOBİ'ler açısından ülke ve firma imajı büyük bir önem arz etmektedir. Çünkü ülkede yaşanan siyasi, sosyal veya ekonomik istikrarsızlık, ülkenin yabancı sermayeye bakış açısı, sendikal hareketler gibi konular ülkenin imajını etkileyen unsurlardır. Bunun yanında çevreye ve insan haklarına saygı, sosyal sorumluluk gibi unsurlarda firma imajını etkileyecektir. Ülke ve firma imajıyla

ilgili oluşan olumsuz tüketici algıları ihracatı da olumsuz etkileyecektir (Doğan vd. , 2003:120).

2.4.4.7. İhracatta Üretim Maliyetlerinden Kaynaklanan Sorunlar

Türkiye’de KOBİ’lerin üretimde karşılaştıkları temel sorun bilgi eksikliğidir. Üretim yönetiminde ve teknolojisinde bilgi eksikliğinden dolayı meydana çıkan sorunların çözülmemesi, kalitesiz üretim, hammadde, işgücü, tezgâh, makina, yüksek maliyet ve kapasite israfının daha çok olmasına neden olmaktadır (Aksoy ve Yıldırım, 2013:254).

Üretimde karşılaşılan diğer bir sorun da küresel pazarda yoğun rekabetten kaynaklanan fiyat baskılarının KOBİ’lerin fiyatlarını düşürmelerine neden olmasıdır. Uluslararası pazarlarda başarılı olmak ve ayakta kalmak isteyen işletmeler öncelikle kalite-fiyat (yüksek kalite, düşük/uygun fiyat) dengesinde doğru karar almak zorundadırlar. Bu bağlamda kullanılan yeni maliyet ve fiyat hesaplama tekniklerinden faydalanmalıdırlar (Doğan vd. , 2003:115-116).

Yoğun rekabetin yaşandığı dış pazarda KOBİ’lerin ayakta kalabilmesi üretimde maliyet avantajı elde etmeleriyle mümkündür. Örneğin sürekli değişen üretim biçimlerinin kullanıldığı otomotiv sektöründe yabancı firmalar tasarım ve üretim hazırlık aşamasında süre ve maliyetleri önemli ölçüde azaltmaktadırlar. Bu süreçte yan sanayii firmaları bu değişime ayak uydurmak zorundadırlar (Savcı, 2009:61).

Ülkemizde KOBİ’lerin kapasite kullanım oranlarının düşük olması ve buna bağlı olarak verimde yaşanan yetersizlikte üretimde maliyetlerini artıran bir durumdur.

2.4.4.8. İhracatta Taşımada Karşılaşılan Sorunlar

Günümüzde işletmelerin dünyada rekabet gücü elde etmeleri için yalnızca kaliteli ve piyasadaki talebi göz önüne alarak üretim yapmaları yeterli olmamaktadır. Malın müşteriye tam zamanında, sağlam, doğru ve mümkün olduğunca düşük maliyetle ulaştırılması gerekmektedir. Bu kapsamda taşımacılık, ihracat yapan KOBİ’ler için büyük bir öneme sahiptir (Kara vd. , 2007:396).

Ülkemizdeki KOBİ’ler dış pazarlara açılırken pek çok taşımacılık sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. Son dönemde komşu ülkelerde yaşanan siyasi, sosyal ve

ekonomik sorunlarında etkisiyle ülkemizdeki işletmeler daha uzak ülkelere ihracat yapmaktadırlar. Bu durum taşımacılık maliyetlerini daha da artırmaktadır. Bu nedenle deniz aşırı ülkelere ihracat yapan KOBİ'lerin maliyet-kar dengesini iyi analiz etmesi gerekmektedir.

Ülkemizde ihracatta en çok kullanılan taşımacılık türü karayoludur. Bu bağlamda karayolu taşımacılığında karşılaşılan sorunları şu şekilde özetlemek mümkündür (Kara vd. , 2007:407) ;

- Vize işlemlerinin uzun sürmesi ve alınan vizelerin geçerlilik sürelerinin kısa olması,
- Vize masraflarının yüksek olması,
- Sürücü vizelerinin bir pazar düzenleyicisi olarak kullanılması,
- Yol geçiş belgelerinin yeterli olmaması, adil dağıtılmaması ve ücretinin yüksek olması,
- Mevzuattan kaynaklanan sorunlar,
- Haksız rekabet.

Lojistikte karşılaşılan sorunlara çözüm bulunması KOBİ'lerin ihracatta önemli bir ivme kazanmasını sağlayacaktır.

2.4.4.9. İhracatta Taklit Mallarda Yaşanan Sorunlar

Taklit mal ticareti, üzerinde patent, faydalı model, endüstriyel tasarım, coğrafi işaret ya da ticari bir hak olan herhangi bir malın aynısının ya da tüketiciyi yanıltacak kadar benzerinin, ilgili konuda hak sahibi olan kişi veya kurumun izni olmaksızın başka bir kişi veya kurum tarafından ticari amaçla üretilmesi veya pazarlanmasıdır (Ateşoğlu ve Erdoğan, 2009:44).

Türkiye’de gerek yan sanayi üreticileri, toptan ve perakende ticaret yapan şirketler, gerekse tamirci ve oto sahiplerinin en fazla şikâyet ettikleri durum taklit mallardır. Kalitesi düşük maddelerden üretilen fakat orijinalmiş gibi ambalajlanıp piyasada daha düşük fiyatla satışa sunulan taklit mallar piyasa denge fiyatını bozarak ihracatta da haksız rekabete neden olmaktadır (Savcı, 2009:63).

2.4.4.10. İhracatta Fiyatlandırmada Yaşanan Sorunlar

İşletmeler için fiyatlandırma politikasını doğru belirlemek işletmenin ayakta kalabilmesi ve piyasada tutunabilmesi açısından hayati bir önem taşır. Bilhassa dış pazarlara açılan KOBİ'ler pazar paylarını artırmak, fiyatlarını rakiplerin fiyatlarıyla ilişkilendirmek, rekabeti ortadan kaldırmak, hedef karları gerçekleştirmek, karlarını maksimize etmek, atıl kapasitelerini kullanmak, yüksek kalite imajı ortaya koymak gibi nedenlerle doğru fiyat belirlemelidirler (Benli, 2006:5).

Ülkemizde KOBİ'lerin ihracatta yönelik maliyet analizinde ve fiyatlandırmada karşılaştıkları bazı ortak sorunlar vardır bu sorunları şu şekilde sıralamak mümkündür (Benli, 2006:15);

- Maliyet muhasebesi yeterince gelişmemiş olan KOBİ'ler maliyet analizinde ve kontrolünde yetersiz kalmaktadırlar. Artan rekabet ortamında maliyetlendirme ile ilgili işlemlerini doğru şekilde yapamayan KOBİ'ler fiyatlandırmada pek çok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar.
- KOBİ'lerin fiyatlarını yükselten ve rekabet etme şanslarını düşüren en önemli etmen maliyetlerdir. İhracatçı konumdaki işletmenin üretim ve dağıtımla ilgili maliyetlerini detaylı olarak bilmesi, maliyetleri yükselten etmenlerin tespiti açısından önem arz eder. Bu kapsamda israfa yol açan etmenler tespit edilerek revize edilmelidir.
- Uluslararası pazarlarda fiyat rekabeti yoğundur aynı zamanda yüksek kaliteli ürünlere olan talep düzeyi de yüksektir. Düşük fiyat yüksek kalite ikileminde kalan KOBİ'lerin fiyat belirlerken bazı negatif dışsallıkları maliyete dâhil etmemeleri yanlış fiyat stratejisi belirlemelerine neden olabilmektedir.

2.4.4.11. İhracatta Hükümet Uygulamalarında ve İthalat Kotalarında Yaşanan Sorunlar

Ülkeler çeşitli ekonomik ve sosyal nedenlerden ithal edilecek mal miktarlarını hükümet kararlarıyla belirleyen kotalar getirebilirler. Çeşitli hükümet uygulamaları ve ithalat kotaları, istikrarsız bir politik ortamda dış pazarlara girmek isteyen KOBİ'lerin önünde önemli bir engeldir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hükümetler sık sık değişmektedir. Ürettikleri malları siyasi ve ekonomik konjonktürün olduğu söz

konusu ülkelere pazarlayan firmalar genellikle stratejik işbirlikleri ile bu pazarlara girebilir ya da direkt ihracat yapabilirler.

İthalata kısıtlama getirmek isteyen pek çok ülke uyulması zor standartlar, paketleme ve etiketleme şartları, sağlık kontrolleri, uzun ve karmaşık formaliteler ve buna benzer idari uygulamalarla ithalatı zorlaştırmaktadırlar. Örneğin Japonya resmi engeller yerine yabancı şirketlerin uyması güç piyasa koşulları ile uzun yıllar ithalatını düşük bir düzeyde tutmuştur (Doğan vd. ,2003:116).

Kuruluş aşamasında ve faaliyetleri sırasında pek çok bürokratik engele takılan KOBİ'lerin diğer bir sorunu ise bu işletmeler için faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar arasındaki koordinasyon bozukluğudur. Söz konusu bürokratik engeller, kurumlar arasındaki uyumsuzluk ve tanımlamada ortaya çıkan belirsizlikler KOBİ'ler için zaman ve para kaybına neden olmaktadır (Balantekin, 2006:42).

2.4.4.12. İhracatta Finansman ve Teşvik Sorunları

Öz kaynakları yetersiz olan KOBİ'lerin dış satım sürecinde ihtiyaç duydukları en önemli faktör, finansmandır. Bu bağlamda ihracatın finansmanı; ihracatçının ihracat taleplerine cevap verebilmesi için ihtiyacı olan finansman veya ihracatçının mal ve hizmet sevk etmeden önce ve/veya sevk ettikten sonra ihraç işlemiyle ilgili olarak ihtiyaç duyduğu fonlardır (Öztürk, 1998:67).

Finansman yapısı zayıf olan, ancak dışa açılmak isteyen KOBİ'lere yönelik pek çok ihracat teşviki mevcuttur. KOBİ'lere yönelik uygulanmakta olan ihracat teşvikleri; devlet yardımları, dâhilde ve hariçte işleme rejimleri, Türk Eximbank kredileri, sigorta ve garanti programları, ihracat, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerde vergi, resim ve harç istisnası ile ihracat KDV istisnasıdır (Atayeter ve Erol, 2011:3).

Yetersiz öz kaynak sorunu olan, banka ve diğer kredilere erişmekte zorluk çeken KOBİ'lerin dışa açılma sürecinde teşvikler önemli bir yere sahiptir. İhracat teşviklerinin ihracatı artırarak hem ülke ekonomisine hem de KOBİ'lere fayda sağlayabilmesi için söz konusu teşviklerin etkin ve başarılı olması gerekir. Bu ise ancak genel ihracat teşvikleri yerine geliştirilmesi amaçlanan bazı sektörleri desteklemekle mümkün olacaktır (Uzay ve Uzay, 2004:6).

KOBİ'ler dış satımdaki finansman sorunlarına çözüm olacak ihracat teşviklerinde de pek çok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Ülkemizde KOBİ'ler bürokratik işlemlerin fazlalığı nedeniyle teşviklerden yeterince yararlanamamaktadırlar. Bu kapsamda teşviklerin faydalı hale gelebilmesi için bürokrasinin azaltılması, mevcut teşviklerin kapsamının genişletilmesi ve yeni teşviklerin geliştirilmesi şarttır (Uzay ve Uzay, 2004:1). İhracat teşviklerinde karşılaşılan diğer bir sorun ise KOBİ tanımlamasındaki farklılıklardan ortaya çıkmaktadır.





ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

**MAKİNE- İMALAT SANAYİNİN MEVCUT DURUMU VE KONYA'DA
MAKİNE-AKSAM İMALATI YAPAN İHRACATÇI KOBİ'LERİN
İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

3.1. MAKİNE-İMALAT SANAYİSİNİN MEVCUT DURUMU

Günümüzde ülkelerin gelişmişlik düzeyini belirleyen en önemli faktörlerden biri sanayileşme düzeyidir. Sanayi sektörünün ise en önemli kolunu makine ve aksam imalat sektörü oluşturmaktadır. Makine imalat sektörü, sanayi sektörü içinde yatırım malı üreten temel bir sektör olmanın yanı sıra hizmetler sektörüne ve diğer bir temel sektör olan tarım sektörüne de girdi oluşturmaktadır ve bu misyonu söz konusu sektörlerle ivme kazandırmaktadır.

Makine imalat sanayisinin ekonomi için önemini şu şekilde özetlenebilir (Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011:8);

- İmalat sektöründeki diğer üretim kollarına girdi sağlar,
- Diğer sektörlerin lokomotifi konumundadır,
- İmalat sanayinin gelişmesiyle doğru orantılı ilerler,
- Mühendislik disiplinini harekete geçirir,
- Değişen ihtiyaç ve beklentilere göre üretim içeriği revize edilir.

Makine imalat sektörünün genel özelliklerini ise şu şekilde özetlenebilir (Güleş vd., 2008:7);

- Ekonomiye sağladığı katma değer yüksektir,
- Ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma düzeylerini etkiler,
- Ölçeğe göre artan getiriye sahiptir,
- Yoğun AR-GE harcaması gerektirir, bu nedenle yeni teknolojilerin ortaya çıkmasını sağlar,
- Ekonomilerin rekabet gücünü artırır,
- İstihdamı pozitif yönde etkiler,
- Kriz dönemlerinde diğer sektörlerle göre daha dirençlidir,
- Dünyada ve ülkemizde KOBİ ağırlıklı üretime sahiptir.

“Mühendislik sanayi” olarak da anılan makine imalat sektörü değişik iş kollarına çeşitli ara mal ve yatırım malları üretmesi nedeniyle farklı mal gruplarını içermektedir (Batat, 2015:11). Makine imalat sanayinde en fazla kullanılan mal grupları Tablo 3.1. de gösterilmektedir.

Tablo 3.1: Makine İmalat Sanayinde Alt Ürün Grupları

Sıra	Ürün Grubu	Sıra	Ürün Grubu
1	Reaktör ve Kazanlar	11	Tarım ve Ormancılık Makineleri
2	Türbinler ve Turbojetler	12	İş ve İnşaat Makineleri
3	Pompalar	13	Madencilik Makineleri
4	Kompresörler	14	Kâğıt ve Matbaacılık Makineleri
5	Vanalar	15	Yıkama, Kurutma ve Ütuleme Makineleri
6	Klima ve Soğutma Makineleri	16	Tekstil ve Konfeksiyon Makineleri
7	Isıtıcılar ve Fırınlar	17	Deri İşleme ve İmalat Makineleri
8	Hadde ve Döküm Makineleri	18	Kauçuk, Plastik, Lastik İşleme ve İmalat M.
9	Gıda Sanayi Makineleri	19	Takım Tezgâhları ve Metal İşleme M.
10	Ambalajlama Makineleri	20	Rulmanlar

Kaynak: Batat, 2015:11.

3.1.1. Dünyada Makine İmalat Sektörünün Mevcut Durumu

Dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olan makine imalat sektörü, 2012 yılı itibariyle dünya toplam ihracatının %11,5, ithalatının ise %11,4'üne sahiptir (Kadeş, 2014:2). Dünyada makine ihracat hacmi 2003-2012 döneminde yıllık ortalama %8 büyümüş ve 2012 yılında 2.048 milyar dolara ulaşmıştır. Söz konusu dönem içinde dünya toplam makine ihracatı iki katına çıkmıştır (Batat, 2015:13). Aynı dönem içinde dünya makine ithalatı yıllık ortalama %12 büyüyerek yaklaşık üç kat artmış ve 2012 yılı itibariyle 958 milyar dolar olmuştur. İthalattaki en önemli rolü %46'lık payla gelişmekte olan ülkeler oluşturmaktadır (Batat, 2015:14). Bu durumun temel nedeni olarak gelişmekte olan ülkelerin sanayileşme çabaları gösterilebilir.

Dünyada makine imalat sektörüne yön veren ülkelere bakıldığında birçoğunun OECD ülkesi olduğu görülmektedir. Bu ülkelerin makine sektörüne yaptıkları geniş ölçekli yatırımların nedeni enformasyon ve telekomünikasyon sektörlerinde artan harcamalardır (Güleş vd. , 2008:9-11).

Dünya makine ihracatında söz sahibi ülkelerin başında Çin, Almanya, ABD, Japonya, İtalya gelmektedir. Bu ülkeler dünya makine ihracatının %51,7'lik kısmını oluşturmaktadır. Dünya makine ithalatının %37,3'üne oluşturarak öne çıkan ülkeler ise ABD, Çin, Almanya, Fransa ve İngiltere'dir (Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011:8-10).

3.1.2. Türkiye’de Makine İmalat Sektörünün Mevcut Durumu ve GZFT Analizi

Cumhuriyetin kurulmasından günümüze kadar sanayileşme Türkiye’nin gelişmiş bir ülke olma yolundaki en önemli amaçları içerisinde yer almış ve sanayileşme çabalarında imalat sanayisine ayrı bir önem atfedilmiştir. 1923 yılında düzenlenen I. İzmir İktisat Kongresinde imalat sektörüne ivme kazandırmak ve teşvik etmek amacıyla düşük faizli, uzun vadeli kredi imkânları sunacak yeni bir sanayi bankası kurulması kararlaştırılmış bu kapsamda 1924 yılında Türkiye İş Bankası kurulmuştur (Eroğlu, 2008:57; Karakayacı, 2011:123). Türkiye 1934 yılından 1947 yılına kadar, toplamda üç tane sanayi planı hazırlamış ancak bu planlar içerisinde Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı dışındaki planlar uygulanamamıştır.

Türkiye Cumhuriyeti kuruluşundan itibaren yoğun sanayileşme çabaları içinde olmasına rağmen makine imalat sanayinin başlangıcı ve gelişimi 1950’li yıllara dayanmaktadır. Bu alanda ilk girişimler sermayesinin tamamı devlete ait olan kamu kurumları tarafından üstlenilmiştir. Söz konusu yatırımlar başlangıçta kamu fabrikalarındaki makine ve teçhizatın bakım-onarımını yapmak amacıyla kurulmuş olsa da daha sonraki yıllarda bu tesislerin tamamını imal eder hale gelmişlerdir (DPT, 2007:3). Makine imalat sanayinde özel sektörün faaliyetlerinin başlaması ise 1960’lı yıllara dayanmaktadır (MÜSİAD, 2010:18). Türkiye’de imalat sanayi her ne kadar devlet teşebbüsüyle kurulmuş olsa da günümüzde özel kesim ağırlıklıdır bu bağlamda *“imalat sanayiinde üretimin %80’inden fazlası ve gayrisafi sabit sermaye yatırımlarının yaklaşık %95’i özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir”* (DPT, 2003:6). 1970’li yıllarda imalat sanayi ivme kazanmış bu alanda pek çok kamu iktisadi teşebbüsü kurulmuştur (Batat, 2015:17). Türkiye, 24 Ocak 1980 kararlarıyla ekonomide liberal politikalar izlemeye başlamış, ithalatın önündeki engellerin kaldırılmasıyla iç piyasadaki firmalar yabancı mallara yönelmişlerdir. Ayrıca, bazı yatırımlara dış kredili finansman teşviklerinin verilmesiyle makine imalatı yapan yerli firmaların gelişiminde engeller oluşturmuştur (Erkek, 2009:19). Türkiye’nin, 1995 yılında Gümrük Birliğini kabul etmesiyle birlikte makine imalat sektörü yoğun rekabetle karşı karşıya kalmıştır. Ülkenin dışa açılması ve gümrük vergileriyle korunmayan sektör düşük kar marjlarıyla ve yetersiz sermaye ile başa çıkmak durumunda kalmıştır (DPT, 2007:4). Ancak Türk makine imalat sanayi karşılaştığı tüm olumsuzluklara rağmen 1990’dan günümüze %20 büyümeyi başarmıştır (Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011:11). Makine imalat sektörü

küresel krizin etkisiyle 2008,2009 yıllarında neredeyse dörtte biri oranında küçülme yaşasa da 2010 yılından sonra yeniden toparlanmış ve büyümeye başlamıştır (Bayülgen, 2012:23).

Türkiye 2023 hedefleri kapsamında ihracatını 500 milyar dolara çıkarmayı hedeflemektedir. Makine imalat sanayi ihracatta kara taşıtlarından sonra gelerek bu hedefe ulaşılması için üzerinde durulması gereken sektörlerden biri olduğunu kanıtlamaktadır. Makine imalat sanayinin 2015 yılı ihracatı 144 milyar \$'dır ve toplam ihracattan % 9,2 pay almıştır. Son beş yılda %15'lik artış gösteren Türk makine imalat sanayi ihracat artışı sıralamasında 3. sırada Avrupa makine imalatı sıralamasında ise 6. sıradadır (www.makinetanitimgrubu.com.tr, 2016).

TÜİK verilerine göre Türkiye'de faaliyet gösteren yaklaşık 23.000 makine imalatçısı mevcuttur (MEVKA, 2012:4). Makine imalat sanayinde faaliyet gösteren firmaların %87'sini KOBİ niteliğindeki işletmeler oluşturmaktadır (Bayülgen, 2012:145). Dolayısıyla makine imalat sektörünün mevcut avantajları ve karşılaştığı sorunlar diğer sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki işletmelerin avantaj ve dezavantajlarıyla benzerlik göstermektedir. Bu kapsamda makine imalat sanayinin sorunlarını şu şekilde özetleyebiliriz (www.tiakademi2023.org, 2016; Bayülgen, 2012:27; Güleş vd., 2008:40-41; DPT, 2007:47-48; DPT, 2003:9) ;

- Öz kaynakların yeni yatırımlar ve AR-GE harcamaları için yetersiz olması,
- KOBİ niteliğindeki makine imalat firmalarının banka kredisi alımında güçlüklerle karşılaşması,
- Gelişen teknolojilere geç adaptasyon sağlama,
- Yeni tasarımların ortaya çıkarmada, pazarlamada, markalaşmada karşılaşılan güçlükler,
- Küçük ölçekli üretim sonucunda ortaya çıkan yüksek maliyet ve düşük verimin üretimde kaliteyi düşürmesi,
- Küçük ölçekli firmaların ölçeklerinin miras yoluyla bölünme sonucu daha da küçülmesi,
- KOBİ niteliğindeki firmaların üretimi sonucu ortaya çıkan ve negatif dışsallık oluşturan çevre kirliliğine karşı bilinçsiz olmaları,

- Harcamalar üzerinden alınan vergilerin yüksek olması, yüksek enerji ve girdi maliyetleri,
- Ulusal pazarda yerli mala olan ilgisizlik,
- Ulusal pazarda faaliyet gösteren firma sayısının fazla olması nedeniyle pazar payının düşmesi ve bunun sonucunda karlılığın azalması,
- Alt sektörlerdeki yerli üreticiler için servis-bakım bölümlerini oluşturma zorunluluğu olmasına karşın ithal mallarda bu zorunluluk için gerekli olan denetim eksikliği yerli firmaların rekabetine olumsuz yansımaktadır,
- İthal edilen makine ve teçhizat üzerinden gümrük vergisi alınmaması sonucu yerli firmaların rekabette dezavantajlı duruma gelmesi,
- Makine imalatı yapan firmalar kredi teşviki sağlayan kuruluşların sayıca fazla olması sonucu oluşan yoğun rekabet,
- “*CE işareti kullanımında, zorunlu belgelendirme kapsamında bulunan makineler için yerli onaylanmış kuruluş bulunmaması*”
- Döviz kurlarındaki istikrarsızlık,
- Ulusal ve uluslararası pazarda rekabete dayanamayan ve maliyetlerini düşürme çabası içerisinde olan firmaların kayıt dışı istihdama yönelmesi.

Türk makine imalat sanayinin güçlü, zayıf yönleri mevcut fırsatları ve karşı karşıya kaldığı tehditler kısaca şu şekildedir (DPT, 2007:44-48; Güleş vd., 2008:41-43; Erkek, 2009:33-35; Tekin ve Sarıkaya, 2014:237);

Makine imalat sanayinin güçlü yönleri;

- Türkiye’de genç nüfusun yoğun olması ve üniversite eğitiminin giderek artması yeni gelişmelere ve teknolojiye uyumu hızlandırmaktadır.
- Türkiye’de mevcut genç nüfusun gelişmiş ülkelere kıyasla yoğun olmasının diğer bir avantajı ise işçilik ve mühendislik maliyetlerinin düşük olması sonucu elde edilen rekabet gücüdür.
- Tasarım yapabilecek kalifiye elemanın varlığı.
- Çoğunluğunu KOBİ niteliğindeki firmaların oluşturduğu sektörün ekonomik konjonktüre ve müşteri beklentilerine çabuk adapte olabilmesi.
- Üniversite- sanayi işbirliği ağırlıklı çalışmalara son zamanlarda daha da önem verilmesi.

- Hammadde temininde iç pazarların tercih edilmesi hem sektörün karlılığını olumlu yönde etkilemekte hem de cari dengeyi sağlama da katkı da bulunmaktadır.
- Özellikle ihracat yapan firmaların uluslararası rekabet üstünlüğü elde etmek amacıyla CE işaretine daha fazla yönelmesi.
- Yerli firmaların ihracata ilgisinin artması.
- Uluslararası pazara açılmış olan firmaların sektördeki teknoloji gelişiminde ve bilgi birikiminin artmasında öncülük etmesi.
- Organize sanayi bölgelerindeki gelişmeler.

Makine imalat sanayinin zayıf yönleri;

- Eğitim sisteminin sanayi sektörünün ihtiyaçlarına yönelik ara eleman yetiştirmekten ve girişimciliği teşvik etmekten uzak olması,
- İşletmelerin ara eleman istihdamını göz ardı etmeleri,
- Kayıt dışı ekonominin varlığı ve bu konuda denetimin yetersizliği,
- Sektördeki firmaların çok büyük oranının KOBİ olması nedeniyle düşük kapasite kullanımı, kurumsallaşamama, vasıflı eleman kullanımında karşılaşılan zafiyetler gibi KOBİ niteliğindeki işletmelere has sorunlar,
- Türk malı imajının oluşturulamaması ve çoğu firmanın TURQUALITY desteğinden haberdar olmaması veya başvuruda bulunmaması,
- Firmaların üretimlerinde kullandıkları mevcut eskimiş makine teçhizatın verimin düşük olması ve yüksek maliyetlerden dolayı yeni teknolojilere uyum sağlayamamak,
- Yeni tasarıma ve AR-GE çalışmalarına gereken önemin verilmemesi sonucu montaj üretimi dışına çıkılamaması,
- Sektördeki firmalar arası işbirliğinde yaşanan eksiklik,
- Firmaların devlet ve özel kuruluşların desteklerinden yeterince haberdar olmaması ve buna bağlı olarak yararlanmaması,
- Yurtdışı pazar araştırmalarının ve fuarlara katılımın bürokrasi ve prosedürden dolayı göz ardı edilmesi,
- Standardizasyona yeterince önem verilmemesi, standardizasyon belgelerinin başvurusunda firmaların girişken olmaması,

- İşletmelerin çevre yönetimi ve eko teknolojiler konusunda bilinçsiz olması,
- Yoğun enerji maliyetleri ve vergiler nedeniyle maliyetlerin artması,
- Özellikle dış ticaret yapan firmaların karşılaştıkları yoğun rekabet sonucu fiyatlarını düşürmeleriyle ortaya çıkan düşük kar marjları,
- Fikri mülkiyet haklarının yeterince korunmaması sonucu yeni geliştirilen ürünlerin taklit edilmesi,
- Fason üretim ve taklit ürün üretilmesinden dolayı markalaşma çalışmalarının yapılamaması,
- Nakliyede yoğun olarak kara yolunun tercih edilmesi ve lojistikte yaşanan sorunlar,
- Devletin makine teçhizat satın alımlarında ithal mallara yönelmesi.

Makine imalat sanayinin mevcut fırsatları,

- Çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu sektörün üretime, pazar şartlarına ve değişen müşteri taleplerine daha çabuk uyum sağlayabilmesi,
- İç ve dış pazarda faydalanılabilecek devlet teşviklerinin artması,
- Mesleki eğitimin öneminin vurgulanmaya başlaması,
- İşgücü maliyetlerinin gelişmiş ülkelere oranla düşük olması,
- Orta ve düşük-orta teknoloji makine üreten firmaların AB pazarında faaliyet gösterme imkânı bulmaları,
- Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) ithalat üzerine konulan yüksek gümrük vergilerine karşı olması ve Türkiye gibi AB serbest ticaret anlaşmasını imzalamış ülkelerin ithalatta uyguladıkları yüksek vergileri düşürecek olmaları vergiler nedeniyle rekabet gücü düşen üreticilere avantaj sunmaktadır,
- Orta Doğu ülkelerinin politik nedenlerle bazı batı ülkeleriyle işbirliği yapmaktan uzak durmaları nedeniyle Türk firmalarına yönelmeleri,
- Uzak Doğu firmalarıyla işbirliği yapamayan AB firmalarının Türk firmalarına yönelmesi,
- Son yıllarda Mısır, Kuzey Afrika ülkeleri gibi yeni pazarların ortaya çıkması,
- Uluslararası pazarlara açılmış firmaların AB teknik düzenlemelere ve standardizasyona önem vermesi, kaliteye ve yeni teknolojilere önem vermeleri pazarda iyi bir imajı edinmelerini sağlamıştır.

Makine imalat sanayinin karşı karşıya olduğu tehditler;

- Ucuz işgücü avantajını ve ihracat malın gümrüğe/limana nakliyesine kadar olan devlet desteklerinden yararlanan Çin'in Türkiye'nin ulusal ve uluslararası pazarında oluşturduğu yoğun rekabet baskısı,
- Çevre ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklar,
- Yatırım indirimlerinin kaldırılması sonucu azalan yatırımlar,
- Gelişmekte olan ülkelerin ülkeden ülkeye değişen ve yüksek olan ithalat vergileri,
- Vize alınmasında yaşanan zorlukların ve gecikmelerin satılan malın servisini aksatması sonucu müşteri kayıplarının yaşanması,
- Teknolojideki hızlı değişim,
- Büyük ölçekte ve yüksek teknolojilerle üretim yapan gelişmiş ülkelerin rekabet üstünlüğü.

3.1.3. Konya İlinin Ekonomisinde Makine- İmalat Sanayisinin Mevcut Durumu

Konya, kendi iç dinamikleriyle ekonomik büyümesine ivme kazandıran hem ülkenin hem de bulunduğu bölgenin tarım, ticaret, sanayi, turizm cazibe merkezi olarak çevre illere ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayan bir ildir. Tahıl ambarı olarak adlandırılan ve tarım şehri olarak bilinen il son yıllarda sanayide de adını duyurmaktadır (Güleş vd. ,2008:52).

İlk sanayi yatırımlarının 1950'lerde başladığı ilde bugün 3.466 hektar alan üzerine kurulmuş 9 organize sanayi bölgesi, 1 adet özel BÜSAN sanayi bölgesi ve 12.945 işyerinin bulunduğu 54 adet küçük sanayi sitesi mevcuttur (<http://www.konya.gov.tr>, 2016).

Makine imalat sanayinden, otomotiv yan sanayine, mobilyadan, gıdaya kadar 104 farklı ürün üreten il 130 farklı ülkeye ihracat yapmaktadır (<http://www.kto.org.tr>, 2016). 2015 yılında 1 milyar 354 milyon \$ ihracat gerçekleştirmiş olan ilin en fazla ihracat yaptığı ülkeler aşağıdaki tabloda yer almaktadır (<http://www.kto.org.tr>, 2016).

Tablo 3.2: Konya'nın 2015 Yılında En Çok İhracat Yaptığı 20 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat Değeri (\$)	Sıra	Ülke	İhracat Değeri (\$)
1	Irak	185.506.082	11	BAE	24.961.559
2	Almanya	81.891.357	12	İngiltere	24.530.169
3	Cezayir	78.879.185	13	İsrail	23.549.482
4	Suudi Arabistan	65.660.226	14	Libya	23.477.660
5	İran	61.798.206	15	İspanya	22.700.967
6	Mısır	46.496.706	16	Polonya	21.559.416
7	İtalya	42.343.913	17	Özbekistan	20.692.312
8	A.B.D.	40.308.162	18	Belçika	18.663.197
9	Rusya	31.794.400	19	Lübnan	18.118.020
10	Sudan	29.377.578	20	Azerbaycan	17.359.363

Kaynakça: <http://www.kto.org.tr>, 2016.

Konya'nın Irak'a yaptığı ihracat son üç yılda %22 azalmasına karşın ihracat yapılan ülkeler arasında ilk sırada yer almaktadır (Karagüney, 2016). Konya ilinin ihracatında öne çıkan sektörler ve ihracat değerlerine tablo 3.3'te yer verilmiştir:

Tablo 3.3: Konya'nın Sektör Bazında İhracatı (2012)

Sıra	Sektör Adı	İhracat Miktarı (\$)
1	Makina aksam ve parçaları	452.634.224
2	Motorlu kara taşıtları	224.692.903
3	Demir veya çelikten eşya	70.254.471
4	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları	65.382.482
5	Kakao ve müstahzarları	64.440.999
6	Süt ürünleri	60.370.752
7	Plastik ürünleri	59.633.128
8	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	52.752.764
9	Değirmencilik Ürünleri	34.319.566
10	Silahlar ve mühimmat	24.908.872

Kaynakça: <http://www.kto.org.tr>, 2016.

Konya Ticaret Odası'ndan elde edilen veriler incelendiğinde, 2012 yılı itibariyle ilin ihracatında en önemli sektörün makine imalat sanayi olduğu görülmektedir.

Tarım şehri olarak da bilinen ilde, makine imalatının gelişmesinde itici güç yine tarım olmuştur. Tarım sektörünün ihtiyaç duyduğu makine teçhizatın ilde üretilmeye çalışılması tarım makineleri ve değirmen makineleri imalatının gelişmesine

önayak olmuştur. 1960'lı yıllarda Türkiye'nin ilk tarım makineleri Konya'da üretilmiştir. Değirmen makineleri imalatında Türkiye birincisi olan il, tarım makinelerinde %65, metal işleme makinelerinde %70, araç üstü ekipman sanayinde ise %75'lik paya sahiptir (Erkek, 2009: 38-39)

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

İhracat, döviz kıtlığı ve cari açık gibi sorunlarla uğraşan ülkeler için önemli bir politika aracıdır. Dünya da olduğu gibi ülkemizde de ekonominin temel direği olan KOBİ'lerin temel sorunlarına çözüm bulunması, dışarı açılmak isteyen bu işletmeleri cesaretlendirecektir.

Bu bağlamda ülke ve il ekonomisi için çok önemli bir yere sahip Konya makine imalat sanayinin dışa açılması; işsizlik, istihdam yetersizliği, cari açık, döviz kıtlığı, yavaş ekonomik büyüme gibi kronikleşmiş bazı makroekonomik sorunların çözümü için bir araç olarak kullanılabilir.

Araştırmanın temel amacı büyük çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu Konya makine-aksam imalatçılarının ihracatta karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu bağlamda çözüm önerileri sunmaktır. Böylece Konya imalat sanayinde ihracat yapan KOBİ niteliğindeki firmaların dış pazarlarda rekabet güçlerini artırmaları ve bulundukları sektöre uygun strateji ve politikalar üretmelerine yardımcı olmak amaçlanmıştır. Ayrıca yapılan araştırma ile Konya imalat sanayinin temel sorunlarını tespit ederek mikro açıdan il ekonomisinin makro açıdan ise ülke ekonomisinin gelişmesine ivme kazandırmak ön görülmektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI

Bu araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlar bir takım kısıtlamalara sahiptir. Bu bağlamda yapılan araştırmada yer alan kısıtlamaları şu şekilde sıralanabilir;

- Araştırma Konya il merkezinde yer alan organize sanayi bölgelerini kapsamaktadır,
- Araştırmaya konu oluşturan firmalar KOBİ niteliğindedir,
- Araştırma çeşitli makine ve aksam üreten firmaları kapsamaktadır,
- Araştırmada yer alan firmalar ihracatçı firma olma özelliği taşımaktadır.

Araştırma bazı varsayımlar altında geçerlidir;

- Ankete katılan yetkililerin ilgili sorulara verdikleri cevaplar gerçek görüşlerini yansıtmaktadır,
- Seçilen örneklem, evreni yansıtmaktadır,
- Ankette yer alan sorular, söz konusu kısıtlamalar altında Konya makine imalat sanayinin ihracat sorunlarını ortaya koymakta yeterlidir,
- Hipotezleri test etmek için kullanılan istatistiki analizler yeterlidir.

3.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmada araştırılan hipotezler şunlardır;

H₁: Firmaların istihdam ettiği çalışan sayısı ile ihracatta karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Firmaların yıllık bilançosu ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Firmanın hukuki yapısı ile ihracatta karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Firmaların sektördeki faaliyet süreleri ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Firmaların yönetimini üstlenen kişi/kişilerin pozisyonları ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Firmaların faaliyet gösterdikleri makine sanayisi kolu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇: Firmaların kalite güvencesine sahip olup olmaması ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₈: Firmaların ihracata atılma süreleri ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₉: Firmaların ayrı bir ihracat departmanları olması ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₀: Firmaların en fazla ihracat yaptığı pazarlar (bölge) ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₁: Firmaların üretim yöntemiyle ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₂: Firmaların üretimden ihracata ayırdıkları pay ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₃: Firmaların ihracatta devlet desteklerinden faydalanma durumu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₄: Firmaların uluslararası fuarlara katılma durumu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.5. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Araştırmanın amacına yönelik verilerin toplanması, hazırlanan anket formuyla sağlanmıştır. Anket formunun oluşturulmasında çeşitli tez çalışmaları ve literatür gözden geçirilmiş, ikincil nitelikteki kaynaklar temel alınarak, tez formu elde edilmiştir.

Anketin uygulanmasında Konya 1. ,2. ve 3. Organize Sanayi Bölgelerinde ve Büsan Özel Sanayi Sitesi'nde makine-aksam imal ve ihraç eden KOBİ niteliğindeki firmalara anket uygulanmıştır. Doğru ve gerçekçi sonuçlara ulaşılması amacıyla yüz yüze anket yöntemi uygulanmış olup yine bu amaçla ankete katılanlara sonuçların yalnızca bilimsel amaçla kullanılacağı konusunda güvence verilmiş, ankete katılanların ve firmaların isimleri saklı tutulmuştur. Anket uygulaması Nisan 2016- Temmuz 2016 döneminde gerçekleştirilmiştir.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde SPSS 15.0 programından yararlanılmıştır. Verilerin normal dağılımından gelip gelmediği Kolmogorov- Smirnov Testi ile sınanmıştır. Bunun sonucunda verileri normal dağılım gösterdiği belirlenmiş ve iki grupta değişkenler için bağımsız iki örneklem testi yapılmıştır. Diğer taraftan üç ve daha fazla grupta değişkenler için ANOVA testi kullanılmıştır.

3.6. ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM

Çalışmanın ana kütesini Konya’da makine-aksam imalat eden ihracatçı KOBİ’ler oluşturmaktadır. Söz konusu kısıtlamalar altında KOBİ niteliğindeki işletmeler tespit edilirken “*Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmeliğin*” 4. Maddesinde yer alan KOBİ tanımı esas alınmıştır.

Çalışmanın kapsamında, Konya’da makine-aksam imal ve ihracatını gerçekleştiren 250 tane KOBİ olduğu belirlenmiştir. Bu firmalardan 83 tanesi araştırma ile ilgilendiklerini bildirmişlerdir. Bu da ana kütemizin %33,2’sine tekabül etmektedir. Bu oran Konya’da genelleme yapabilmek için kabul edilebilir bir orandır.

3.7. ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında ankete katılan firmaların genel yapılarıyla ilgili bilgiler yer almaktadır.

Ankete katılan firmaların istihdam ettiği personel sayısına ilişkin bilgilere Tablo 3.4’te verilmiştir.

Tablo 3.4: Firmaların İstihdam Sayısına Göre Dağılımı

İstihdam Edilen Kişi Sayısı	Firma Sayısı (n)	Yüzde (%)
0-9	33	39,8
10-49	50	60,2
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmaların %39,8’i en fazla 9 kişi ,%60,2’si ise 10 ila 49 kişi arasında işgücü istihdam etmektedirler. Bu kapsamda yönetmelikte yer alan KOBİ tanımı da göz önüne alınarak ankete katılan 83 firmadan 33’ünün (%39,8) mikro ölçekli işletme, geri kalan 50 firmanın (%60,2) ise küçük ölçekli işletme olduğu, anketi cevaplayan işletmeler arasında orta ölçekli işletme tanımına uygun işletme bulunmadığı görülmektedir.

Ankete katılan firmaların yıllık bilanço büyüklüğüne göre dağılımına Tablo 3.5’de yer verilmiştir.

Tablo 3.5: Ankete Katılan Firmaların Yıllık Bilançolarına Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların Yıllık Bilançolarına Göre Dağılımları	n	%
0-1000.000TL arasında	44	53,0
1.000.001 TL - 8.000.000 TL arasında	36	43,4
8.000.001 TL - 40.000.000 TL arasında	3	3,6
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmalardan %53’nün yıllık bilançosu 0 – 1.000.000 TL arasında, %43,4’ünün yıllık bilançosu 1.000.001 TL - 8.000.000 TL arasında ve %3,6’sının yıllık bilançosu 8.000.001 TL - 40.000.000 TL arasında yer almaktadır. Elde edilen veriler dahilinde ankete katılan firmaların yıllık bilançoları baz alınarak bu işletmelerin 3 tanesinin orta ölçekli, 36 tanesinin küçük ölçekli ve 44 tanesinin de mikro ölçekli işletme tanımına uydukları görülmektedir.

Ankete katılan kişilerin firmadaki görevlerine göre dağılımı Tablo 3.6.’da yer almaktadır.

Tablo 3.6: Ankete Katılan Kişilerin Görev Dağılımları

Ankete Katılan Kişinin Firmadaki Görevi	n	%
Şirket sahibi/Ortağı	46	55,4
İhracat Müdürü	13	15,7
İşletme Yöneticisi	24	28,9
TOPLAM	83	100,0

Anketi yanıtlayan kişilerin %55,4’ü şirketin sahibi veya ortağı, %15,7’si ihracat müdürü, %28,9’u ise işletmede yönetici konumunda yer almaktadır.

Ankete katılan firmaların hukuki yapılarına göre dağılımı Tablo 3.7’de yer almaktadır.

Tablo 3.7: Ankete Katılan Firmaların Hukuki Yapılarına Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların Hukuki Yapılarına Göre Dağılımı	n	%
Limitet Şirket	51	61,4
Anonim Şirket	1	1,2
Diğer	31	37,3
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmaların %61,4'ü limitet şirket, %1,2'si anonim şirket ve geri kalan %37,3'ü diğer şirket yapılarını ihtiva etmektedirler.

Ankete katılan firmaların sektördeki faaliyet sürelerine göre dağılımları Tablo 3.8'de yer almaktadır.

Tablo 3.8: Ankete Katılan Firmaların Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların Faaliyet Sürelerine Göre Dağılımları	n	%
1-5	23	27,7
5-10	21	25,3
10-15	8	9,6
15 Yıldan fazla	31	37,3
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmaların %37,3'le en büyük kısmının 15 yıldan fazla, %27,7'sinin 1-5 yıl arası, %25,3'ünün 5-10 yıl arası ve geri kalan %9,6'lık kısmın ise 10-15 yıl arasında sektörde faaliyet yaptığı görülmektedir.

Ankete katılan firmaların ihracat yapma sürelerine göre dağılımları Tablo 3.9'da yer almaktadır.

Tablo 3.9: Ankete Katılan Firmaların İhracat Yapma Sürelerine Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların İhracat Yapma Sürelerine Göre Dağılımı	n	%
1-5	37	44,6
5-10	13	15,7
10-15	14	16,9
15-20	10	12,0
20 yıldan fazla	9	10,8
TOPLAM	83	100,0

Araştırmaya katılan firmaların %37'lik en büyük paya sahip olan kısmı 1-5 yıl arası, %16,9'u 10-15 yıl arası, %15,7'si 5-10 yıl arası, %12,0'lık kısmı 15-20 yıl arası ve geriye kalan %10,8'lik kısmı 20 yıldan fazla dış ülkelere makine ve aksam satışında bulunduklarını görülmektedir.

Ankete katılan firmaların yönetiminde yer alan kişi/kişilere göre dağılımına tablo 3.10'da yer verilmiştir.

Tablo 3.10: Ankete Katılan Firmaların Yönetiminde Yer Alan Kişi/Kişilere Göre Dağılımı

Ankete Katılan Firmaların Yönetiminde Yer Alan Kişi/Kişilere Göre Dağılımı	n	%
İşletme Sahibi	39	47,0
Ortaklardan Biri	7	8,4
Aile Bireylerinden biri	3	3,6
Profesyonel Yönetici	34	41,0
TOPLAM	83	100,0

Örneklem olarak araştırmaya katılan firmaların %47 gibi büyük bir oranında işletmenin müteşebbisi aynı zamanda yönetici görevinde yer almaktadır. Firmaların yönetiminde diğer bir önemli kısmı ise %41 ile profesyonel yöneticiler üstlenmektedir. Geriye kalan işletmelerin %8,4'ünde yönetimi ortaklardan biri %3,6'sında ise aile bireylerinden biri üstlenmektedir.

Ankete katılan firmaların Konya makine-imalat sanayinde faaliyet gösterdikleri alt sektöre göre dağılımlarına Tablo 3.11'de yer verilmiştir.

Tablo 3.11: Ankete Katılan Firmaların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektöre Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektöre Göre Dağılımları	n	%
Tarım Makineleri imalatı	21	25,3
Değirmen Makineleri İmalatı	13	15,7
Gıda Makineleri İmalatı	21	25,3
Otomotiv Yan Sanayi İmalatı	16	19,3
Diğer	9	10,8
Mermer Makineleri İmalatı	3	3,6
TOPLAM	83	100,0

Konya makine imalat sanayisinde gıda makineleri, mermer makineleri, ilaçlama makineleri, tarım makineleri gibi pek çok farklı alanda makine-aksam imalatı yapılmaktadır. Ancak analizi basitleştirmek amacıyla seçeneklerde Konya makine imalat sanayisinde en fazla yer alan alt sektörlere yer verilmiştir.

Ankete katılan firmaların vermiş oldukları yanıtlar kapsamında %25,3'lük oranla en fazla tarım makineleri ve gıda makineleri imalatında faaliyet yapıldığı görülmektedir. Araştırmaya katılan diğer firmaların ise %19,3'lük kısmının otomotiv yan sanayisinde, %15,7'lik kısmının değirmen makineleri imalatında, %3,6'sının mermer makineleri imalatında ve geriye kalan %10,8'inin ise diğer makine ve aksam parçaları imalatında faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Ankete katılan firmaların kalite güvence belgesine sahip olma durumları ve sahip oldukları kalite güvence belgesine göre dağılımlarına sırasıyla Tablo 3.12 ve Tablo 3.12'de yer verilmiştir.

Tablo 3.12: Ankete Katılan Firmaların Kalite Güvence Belgesine Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımı

Ankete Katılan Firmaların Kalite Güvence Belgesine Sahip Olma Durumlarına Göre Dağılımı	n	%
Evet	47	56,6
Hayır	20	24,1
Kalite güvencesiyle ilgili Çalışmalar yürütülmektedir	16	19,3
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmaların %56,6'lık kısmı kalite güvence belgesine sahip olduklarını, %24,1'i kalite güvence belgesine sahip olmadıklarını %19,3'ü ise kalite güvence belgesine sahip olmak için çalışmalar yürüttüklerini beyan etmişlerdir. Bu noktadan hareketle Konya makine imalat sanayisinde faaliyet gösteren işletmelerin yarısına yakınının kalite güvence belgesi olmadığı görülmektedir.

Tablo 3.13: Ankete Katılan Firmaların Sahip Oldukları Kalite Güvence Belgelerine Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların Sahip Oldukları Kalite Güvence Belgelerine Göre Dağılımları	n	%
ISO 9001:2000	7	8,4
ISO 9001:2008	17	20,5
CE	32	40
TSE	16	19,3
TURQUM	0	0
Diğer	11	13,3
TOPLAM	83	100

Ankete katılan firmaların en büyük oranı olan %40'lık kısmı CE kalite güvence belgesine sahiptir. Firmaların %20,5'lik oranı ISO 9001:2008 ,%8,4'lük kısmı ise ISO 9001:2000 kalite güvencesine sahiptir, söz konusu firmaların TSE garanti belgesine sahip olma oranları ise %19,3'tir. Makine sektörü için markalaşmayı öngören TURQUM belgesi ise anket kapsamına alınan işletmelerin hiç birinde bulunmamaktadır.

Ankete katılan firmaların ayrı bir ihracat departmanına sahip olup olmama durumuna göre dağılımlarına Tablo 3.14'de yer verilmiştir.

Tablo 3.14: Ankete Katılan Firmaların İhracat Departmanına Sahip Olma Durumuna Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların İhracat Departmanına Sahip Olma Durumuna Göre Dağılımları	n	%
Evet	60	72,3
Hayır	23	27,7
TOPLAM	83	100,0

Örneklem olarak ele alınan firmaların %72,3'lük büyük bir oranının ayrı bir ihracat departmanı bulunmaktadır. İşletmelerin %27,7'lik kısmında ise ayrı bir ihracat departmanı yer almamaktadır.

Ankete katılan firmaların en fazla ihracat yaptıkları bölgeye göre dağılımlarına Tablo 3.15'de yer verilmiştir.

Tablo 3.15: Ankete Katılan Firmaların En Fazla İhracat Yaptıkları Bölgeye Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların En Fazla İhracat Yaptıkları Bölgeye Göre Dağılımları	n	%
Balkan Ülkeleri	3	3,6
Avrupa Ülkeleri	14	16,9
Arap Ülkeleri	66	79,5
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmalardan %79,5'lik oranı en fazla Arap ülkelerine makine-akşam ihracatı yapmaktadır. Ankete katılan diğer firmaların ise %16,9'u Avrupa ülkelerine, %3,6'sı Balkan ülkelerine en fazla ihracat gerçekleştirdiklerini bildirmişlerdir. Anketten ortaya çıkan veriler kapsamında Konya'da makine-akşam imalatı gerçekleştiren KOBİ niteliğindeki firmaların büyük bir kısmının ürettikleri malları Arap ülkelerine sattıkları görülmektedir.

Ankete katılan firmaların üretim tipine göre dağılımlarına tablo 3.16'da yer verilmiştir.

Tablo 3.16: Ankete Katılan Firmaların Üretim Tipine Göre Dağılımları

Ankete katılan firmaların üretim tipine göre dağılımları	n	%
Özel Üretim	30	36,1
Standart Üretim	25	30,1
Hem Özel hem de Standart	28	33,7
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmalardan %36,1'i sipariş üzerine özel üretim yapmaktadırlar. Firmaların %30,1'i standart üretim geri kalan %33,7'si ise hem özel üretim hem de standart üretim yapmaktadırlar. Bu bağlamda araştırmaya katılan firmaların büyük çoğunluğunun sipariş üzerine üretim yaptığı, bu nedenle üretim yönteminde standartlaşma ve uzmanlaşmaya gidemediği görülmektedir.

Ankete katılan firmaların toplam üretimlerinden ihraç ettikleri orana göre dağılımlarına Tablo 3.17'de yer verilmiştir.

Tablo 3.17: Ankete Katılan Firmaların Üretimlerini İhraç Ettikleri Orana Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların Üretimlerinden İhraç Ettikleri Orana Göre Dağılımları	n	%
%75 den fazlasını	12	14,5
% 50 den fazlasını	12	14,5
%25 den azını	38	45,8
%25 den fazlasını	21	25,3
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmalardan %45,8'i üretimlerinin %25'den daha azını, %25,3'ü %25'ten fazlasını, %14,5'i %50'den fazlasını, %14,5'i %75'ten fazlasını ihraç ettiklerini bildirmişlerdir. Anket verilerinden yola çıkarak örneklem olarak ele alınan işletmelerin yarısından fazlasının üretimlerinin %50'sinden daha azını ihraç ettiği görülmektedir.

Ankete katılan firmaların ihracatta devlet desteklerinden yararlanma durumuna göre dağılımlarına Tablo 3.18'de yer verilmiştir.

Tablo 3.18: Ankete Katılan Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Faydalanma Durumuna Göre Dağılımları

Ankete Katılan Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Faydalanma Durumuna Göre Dağılımları	n	%
Evet	9	10,8
Hayır	62	74,7
Teşviklerle ilgili çalışmalar yürütülmektedir	12	14,5
TOPLAM	83	100,0

Ankete katılan firmaların %74,7'lik oranı ihracatta devlet desteklerinden faydalanmadıklarını, %10,8'i ihracatta devlet desteklerinden yararlandıklarını, %14,5'i ise bu konuda çalışma yürüttüklerini beyan etmiştir. Bu kapsamda ankete katılan 83 firmadan büyük bir oran olan 62 tanesinin devlet desteklerinden faydalanmadığı görülmektedir. İhracatta devlet desteğinden faydalanmayan bu işletmelerin bu desteklerden faydalanmamalarının nedenlerini içeren dağılım Tablo 3.19'de verilmiştir.

Tablo 3.19: Ankete Katılan Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanmama Nedenleri

Ankete Katılan Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanmama Nedenleri	n	%
Teşvikler hakkında bilgi sahibi olunmaması	18	29,0
Karşılaşılan Prosedürler	38	61,3
Faydalı Bulunmaması	6	9,6
TOPLAM	62	100

Firmaların devlet desteklerinden yararlanmamalarının nedeni olarak %61,3 karşılaşılan prosedürler, %29 teşvikler hakkında bilgi sahibi olmamak, %9,6 bu teşvikleri faydalı bulmamak gösterilmiştir.

Ankete katılan ve ihracatta devlet desteklerinden faydalandığını belirten firmaların en fazla yararlandıkları ihracat teşviklerinin dağılımı Tablo 3.20'de verilmiştir.

Tablo 3.20: Ankete Katılan Firmaların En Fazla Faydalandıkları İhracat Teşviklerinin Dağılımı

Ankete Katılan Firmaların En Fazla Faydalandıkları İhracat Teşviklerinin Dağılımı	n	%
ARGE	1	11,1
Fuar katılım desteği	3	33,3
Yurt Dışında ofis, mağaza depo açma desteği	5	55,6
TOPLAM	9	100,0

Ankete katılan firmalardan 9 tanesi ihracatta devlet desteklerinden faydalandıklarını belirtmişlerdir. Söz konusu bu firmalardan %55,6'lık en büyük paya sahip kısmı yurt dışında ofis, mağaza, depo açma desteğinden yararlandıklarını, %33,3'lük kısmı fuar katılım desteğinden yararlandığını, %11,1'lik kısmı ise AR-GE desteklerinden yararlandıklarını bildirmişlerdir.

Ankete katılan firmaların uluslararası fuarlara katılım durumuna göre dağılımlarına Tablo 3.21'de yer verilmiştir.

Tablo 3.21: Ankete Katılan Firmaların Uluslararası Fuarlara Katılımına Göre Dağılımı

Ankete Katılan Firmaların Uluslararası Fuarlara Katılımına Göre Dağılımı	n	%
Evet	25	30,1
Hayır	58	69,9
TOPLAM	83	100,0

Örneklem olarak alınan firmaların %30,1 uluslararası fuarlara katıldıklarını buna karşılık %69,9'u uluslararası fuarlara katılmadıklarını bildirmişlerdir.

Ankete katılan firmaların Konya makine imalat sanayisinin sorunları ile ilgili değerlendirmelerine Tablo 3.22'de yer verilmiştir.

Tablo 3.22: Ankete Katılan Firmaların Konya Makine İmalat Sanayisinin Sorunlarını Değerlendirmeleri

Konya'nın makine imalat sanayisinin sorunları	Ortalama	Std. Sapma	Sayı
Yetişmiş eleman eksikliği	4,4940	,75504	83
Yüksek maliyetler	4,1928	,72344	83
Makine-teçhizat ve hammadde de dışa bağımlılık	3,3614	,82015	83
Yerli pazarda ithal mallara olan rağbet	3,6627	,78518	83
Fikri mülkiyet haklarının yeterince korunmaması	4,0241	,81114	83
Düşük verimli teknoloji kullanımı	3,8434	,72384	83
Yeni tasarım ve teknoloji geliştirememek	4,2169	,74977	83
Finansman yetersizliği	4,2289	,72120	83
Markalaşma sorunu	4,5783	,73452	83
Küçük ölçekli üretim	3,6747	,84259	83

Ankete katılan firmaların Konya'nın makine imalat sanayisinde karşılaştıkları sorunların başında markalaşma sorunu (ortalama %4,57) gelmektedir. Firmaların Konya makine imalat sanayisinde karşılaştıkları ikinci önemli sorun ise yetişmiş eleman eksikliğidir (ortalama 4,49). Bu kapsamda firmaların karşılaştığı diğer önemli sorunlar sırasıyla; finansman eksikliği (ortalama 4,22), yeni tasarım ve teknoloji geliştirememek (ortalama 4,21), yüksek maliyetler (ortalama 4,19), fikri mülkiyet haklarının korunmaması (ortalama 4,02) olarak sıralanabilir. Anket verilerinden yola çıkarak Konya'nın makine imalat sanayisinin sorunlarının KOBİ'lere has sorunlarla benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Ankete katılan firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunlarla ilgili değerlendirmelerine Tablo 3.23'te yer verilmiştir

Tablo 3.23: Ankete Katılan Firmaların İhracatta Karşılaştığı Sorunların Değerlendirilmesi

İşletmenizin ihracatta karşılaştığı sorunları	Ortalama	Std. Sapma	Sayı
Enerji maliyetleri	3,60	0,67	83
Hammadde maliyetleri	4,53	0,70	83
İşgücü maliyetleri	4,12	0,65	83
Vergi oranlarının yüksek olması	4,56	0,75	83
Kredi kullanımında yaşanan güçlükler	3,33	1,31	83
Öz sermayenin kısıtlı olması	4,15	0,83	83
Kapasite kullanımının sınırlı olması	4,27	0,87	83
Kalifiye eleman eksikliği	4,78	0,56	83
Kalite yetersizliği	4,39	0,71	83
Verim düşüklüğü	3,84	0,83	83
AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği	4,13	0,79	83
Teknoloji yetersizliği	3,98	0,86	83
Yeni ürün ve tasarım geliştirememesi	4,32	0,76	83
Sipariş üzerine üretim yapılması(standart ürün üretilmemesi)	3,92	1,05	83
Firma imajı ve markalaşmada yaşanan sorunlar	4,26	0,69	83
Pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sorunlar	4,25	0,71	83
Pazar araştırmasında karşılaşılan sorunlar	4,28	0,70	83
Yeni pazarlar bulmada karşılaşılan sorunlar	4,39	0,69	83
Müşteri sadakatini sağlayamama	4,44	0,78	83
Yeni müşteriler edinmede karşılaşılan sorunlar	4,37	0,74	83
Kalite belgelerinin eksikliği	3,81	1,03	83
Yurtdışı fuarlara katılımında yaşanan sorunlar	3,57	0,97	83
İhracat teşviklerinde karşılaşılan bürokratik engeller	4,26	0,84	83
Hükümet politikaları	4,77	0,54	83
Gümrük Birliği'nden kaynaklanan sorunlar	3,78	0,84	83
Kotalardan kaynaklanan sorunlar	3,07	0,92	83
Uluslararası pazardaki yoğun rekabet	4,63	0,74	83
Taklit mallar ve fason üretim	4,32	0,79	83
İhracat yapılan limanlara uzaklık	2,65	1,04	83
Lojistikte yaşanan sorunlar	3,22	0,70	83
İhracat yapılan ülkelerdeki kültür farklılıkları	3,18	1,04	83
İhracat yapılan ülkelerde karşılaşılan yabancı dil sorunu	3,85	1,13	83
Döviz kurlarındaki istikrarsızlık	4,69	0,74	83
Komşu ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık	4,79	0,57	83

Ankete katılan firmalar ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunun komşu ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık (ortalama 4,79) olduğunu bildirmişlerdir. Firmaların ihracatta karşılaştıkları diğer önemli sorunlar ise kalifiye eleman eksikliği (ortalama 4,78), hükümet politikaları (ortalama 4,77), döviz kurlarındaki istikrarsızlık (4,69), uluslararası pazarlardaki rekabet (ortalama 4,63)

yüksek vergiler (ortalama 4,56), hammadde maliyetleri (ortalama 4,53) olarak sıralanabilir. Verilerden de yola çıkarak ankete katılan firmaların ihracatta karşılaştıkları temel sorunların ekonomik ve sosyal konjonktürden kaynaklandığı görülmektedir.

3.8. VERİ ANALİZİ

Elde edilen verilerin ve ortaya atılan hipotezlerin analizinde t testi ve ANOVA (varyans analizi) kullanılmıştır. Bu kapsamda sonuçlar tablolar halinde açıklanmaya çalışılmıştır.

3.8.1. İhracat Sorunları ile İstihdam Edilen Çalışan Sayısı Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların istihdam ettiği çalışan sayısı ile ihracatta karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların istihdam ettiği çalışan sayısı ile ihracatta karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.24'te verilmiştir.

Tablo 3.24: Firmaların İstihdam Ettikleri Kişi Sayısı İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

İstihdam Edilen Kişi Sayısı		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	0-9	33	137,1818	1,391	2,037	0,157
	10-49	50	139,6600	1,045		

Firmaların istihdam ettikleri kişi sayısı ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,157 > \alpha=0,05$ olduğundan, firmaların istihdam ettikleri kişi sayısı ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.2. İhracat Sorunları İle Firmaların Yıllık Bilançosu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H₀: Firmaların yıllık bilançosu ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Firmaların yıllık bilançosu ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 3.25’de yer almaktadır.

Tablo 3.25: Firmaların Yıllık Bilançosu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmanın Yıllık Bilançosu		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	0-1000.000 TL	44	138,5909	1,225	0,045	0,956
	1.000.001 - 8.000.000 TL	36	138,6667	1,228		
	8.000.001 - 40.000.000 TL	3	140,0000	2,516		

Firmaların yıllık bilançosu ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,956 > \alpha=0,05$ olduğundan, firmaların yıllık bilançosu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.3. İhracat Sorunları ile Ankete Katılan Firmaların Hukuki Yapısı Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H₀: Firmanın hukuki yapısı ile ihracatta karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Firmanın hukuki yapısı ile ihracatta karşılaştığı sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.26’da verilmiştir.

Tablo 3.26: Firmaların Hukuki Yapısı İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmanın Hukuki Yapısı		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Limitet Şirket	51	139,6863	0,957	1,430	0,245
	Anonim Şirket	1	143,0000	-		
	Diğer	31	136,8710	1,628		

Firmaların hukuki yapısı ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,245 > \alpha=0,05$ olduğundan, firmaların hukuki yapısı ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.4. İhracat Sorunları ile Ankete Katılan Firmaların Sektördeki Faaliyet Süresi Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların sektördeki faaliyet süreleri ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların sektördeki faaliyet süreleri ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.27’de verilmiştir.

Tablo 3.27: Firmaların Sektördeki Faaliyet Süresi İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların Sektördeki Faaliyet Süresi (Yıl)		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	1-5 yıl arası	23	137,6087	1,676	0,751	0,525
	5-10 yıl arası	21	140,1905	1,658		
	10-15 yıl arası	8	136,0000	3,868		
	15 yıldan fazla	31	139,1290	1,237		

Ankete katılan firmaların sektördeki faaliyet süresi ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,525 > \alpha=0,05$ olduğundan, firmaların hukuki yapısı ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.5. İhracat Sorunları ile Firmalarda Yönetimi Üstlenen Kişi/Kişilerin Firmadaki Konumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların yönetimini üstlenen kişi/kişilerin pozisyonları ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların yönetimini üstlenen kişi/kişilerin pozisyonları ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.28’de verilmiştir.

Tablo 3.28: Firmaların Yönetiminde Görev Alan Kişi/Kişilerin Firmadaki Konumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Yönetimdeki Kişi/Kişilerin Firmadaki Konumu		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	İşletme sahibi	39	138,1538	1,214	1,393	0,251
	Ortaklardan biri	7	141,7143	3,821		
	Aile bireylerinden biri	3	131,3333	4,176		
	Profesyonel Yönetici	34	139,2941	1,274		

Firmaların yönetiminde görev alan kişilerin firmadaki konumları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,251 > \alpha = 0,05$ olduğundan, yönetimindeki kişilerin firmadaki konumu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.6. İhracat Sorunları İle Firmaların Faaliyet Gösterdiği Makine İmalat Sanayi Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların faaliyet gösterdikleri makine sanayisi kolu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların faaliyet gösterdikleri makine sanayisi kolu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.29’da verilmiştir.

Tablo 3.29: Firmaların Faaliyette Bulunduğu Makine Sanayi Alt Kolu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların Faaliyet Gösterdikleri Makine Sanayi Kolu		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Tarım makineleri	21	137,2857	1,643	1,034	0,404
	Değirmen makineleri	13	139,3846	2,617		
	Gıda Makineleri	21	139,1429	1,486		
	Otomotiv Yan Sanayi	16	140,7500	1,686		
	Mermer Makineleri	3	130,6667	5,238		
	Diğer Makine İmalatları	9	138,7778	3,081		

ANOVA testinin sonucunda çıkarılacağı gibi firmaların faaliyet gösterdiği makine sanayi alt kolu ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,404 > \alpha = 0,05$ olduğundan firmanın faaliyet gösterdiği sanayi alt kolu ile ihracat sorunları arasında ilişki olmadığına dair H_0 kabul edilecektir.

3.8.7. İhracat Sorunları ile Firmaların Kalite Güvencesine Sahip Olma Durumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların kalite güvencesine sahip olup olmaması ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların kalite güvencesine sahip olup olmaması ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.30'da verilmiştir.

Tablo 3.30: Firmaların Kalite Güvence Belgesine Sahip Olma Durumları İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların Durumları	Kalite Güvencesine Sahip Olma	n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Evet	47	139,2979	1,059	0,420	0,659
	Hayır	20	137,4000	1,673		
	Kalite güvencesiyle ilgili çalışmalar yürütülmektedir	16	138,4375	2,442		

Tablodan anlaşılabacağı gibi, firmaların kalite güvence belgesine sahip olma durumları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,659 > \alpha = 0,05$ olduğundan, firmaların kalite güvence belgesine sahip olmaları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.8. İhracat Sorunları ile Firmaların İhracata Atılma Süresi Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların ihracata atılma süreleri ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların ihracata atılma süreleri ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.31’de verilmiştir.

Tablo 3.31: Firmaların İhracata Atılma Süreleri İle İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların İhracat Yapma Süreleri		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	1-5 yıl arası	37	139,4865	1,417	0,230	0,921
	5-10 yıl arası	13	137,8462	2,377		
	10-15 yıl arası	14	138,7857	2,094		
	15-20 yıl arası	10	137,3000	1,813		
	20 yıldan fazla	9	137,8889	1,925		

Ankete katılan firmaların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda ihracata atılma süreleri ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,921 > \alpha = 0,05$ olduğundan firmaların ihracata atılma süreleri ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığına dair H_0 kabul edilecektir.

3.8.9. İhracat Sorunları ile İhracat Departmanına Sahip Olma Durumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların ayrı bir ihracat departmanları olması ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların ayrı bir ihracat departmanları olması ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki t testi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.32’de verilmiştir.

Tablo 3.32: İhracat Departmanına Sahip Olma Durumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Ayrı bir ihracat departmanına sahip olma durumu		n	Ortalama	Std. Hata	t-testi	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Evet	60	137,6333	0,945	-,466	0,049
	Hayır	23	141,3913	1,763		

Tablodan anlaşılabacağı gibi, firmaların ayrı bir ihracat departmanına sahip olma durumları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,049 < \alpha = 0,05$ olduğundan, firmaların ayrı bir ihracat departmanına sahip olmaları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair H_1 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.10. İhracat Sorunları İle Firmaların En Fazla İhracat Yaptığı Bölge Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların en fazla ihracat yaptığı pazarlar(bölge) ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların en fazla ihracat yaptığı pazarlar(bölge) ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyan) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.33’de verilmiştir.

Tablo 3.33: Firmaların En Fazla İhracat Yaptıkları Bölge İle İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların En Fazla İhracat Yaptıkları Bölge		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Arap Ülkeleri	66	137,8788	0,968	2,202	0,117
	Balkan Ülkeleri	3	145,6667	2,403		
	Avrupa Ülkeleri	14	140,9286	1,902		

Tablodan anlaşılabacağı gibi, firmaların en fazla ihracat yaptıkları bölge ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,117 > \alpha = 0,05$ olduğundan, firmaların en fazla ihracat yaptıkları bölge ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.11. İhracat Sorunları ile Firmaların Üretim Yöntemleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların üretim yöntemiyle ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların üretim yöntemiyle ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 3.34’de yer almaktadır.

Tablo 3.34: Firmaların Üretim Yöntemleri İle İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların Üretim Yöntemleri		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Standart Üretim	25	135,1200	1,551	4,061	0021
	Özel(sipariş) Üretim	30	140,5333	1,372		
	Hem Standart Hem de Özel Üretim	28	139,8571	1,376		

Analiz sonucunda çıkan verilerden de anlaşılacağı gibi, firmaların ihracatlarına yönelik üretim yöntemi ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,021 < \alpha = 0,05$ olduğundan, firmaların üretim yöntemleri ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair H_1 hipotezi kabul edilecektir. Elde edilen veriler sonucunda özel üretim yapan firmaların ihracatta daha fazla sorunla karşı karşıya kaldığı görülmektedir.

3.8.12. İhracat Sorunları İle Firmaların Üretimlerinden İhracata Ayırdıkları Pay Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların üretimden ihracata ayırdıkları pay ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların üretimden ihracata ayırdıkları pay ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki ANOVA (varyans) analizi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 3.35’de yer almaktadır.

Tablo 3.35: Firmaların Üretimlerinden İhracat Ayırdıkları Pay İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların Üretimlerinden İhracata Ayırdıkları Pay		n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	% 75'den fazlası	12	136,5833	2,362	1,169	0,327
	% 50'den fazlası	12	140,4167	1,967		
	% 25'den fazlası	21	136,8095	1,686		
	% 25'den azı	38	139,8158	1,285		

Tablodan anlaşılabacağı gibi, firmaların üretimlerinden ihracata ayırdıkları pay ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,327 > \alpha = 0,05$ olduğundan, firmaların üretimlerinden ihracata ayırdıkları pay ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.13. İhracat Sorunları İle İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların ihracatta devlet desteklerinden faydalanma durumu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların ihracatta devlet desteklerinden faydalanma durumu ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişkinin test edilmesinde ANOVA (varyans) analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 3.36'da yer almaktadır.

Tablo 3.36: Firmaların İhracatta Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Firmaların İhracatta Yararlanma Durumları	Devlet Desteklerinden	n	Ortalama	Std. Hata	F	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Evet	9	134,1111	2,825	1,907	0,155
	Hayır	62	139,4355	0,983		
	Teşviklerle İlgili Çalışmalar Sürüyor	12	138,1667	1,976		

Anket sonuçlarından elde edilen verilere göre firmaların ihracatta devlet desteklerinden yararlanma durumları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlara arasındaki ilişkiye dair $p=0,155 > \alpha = 0,05$ olduğundan, firmaların ihracatta devlet desteklerinden yararlanma durumları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

3.8.14. İhracat Sorunları İle Uluslararası Fuarlara Katılım Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H_0 : Firmaların uluslararası fuarlara katılma durumu ile ihracat sorunlar arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Firmaların uluslararası fuarlara katılma durumu ile ihracat sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Değişkenler arasındaki ilişki t testi yardımıyla test edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.37’de verilmiştir.

Tablo 3.37: Uluslararası Fuarlara Katılma Durumu İle İhracat Sorunları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

Uluslararası Fuarlara Katılma Durumu		n	Ortalama	Std. Hata	t-testi	Sig.(p)
Firmanın İhracatta karşılaştığı sorunlar	Evet	25	136,3200	1,391	-1,834	0,070
	Hayır	58	139,6897	1,045		

Firmaların uluslararası fuarlara katılım durumları ile ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasındaki ilişkiye dair $p=0,070 > \alpha=0,05$ olduğundan, firmaların uluslararası fuarlara katılımları ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair H_0 hipotezi kabul edilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Rekabetçi özellikleriyle yenilikçi ve girişimci yapıda olan, istihdama önemli katkılarda bulunan, kırsaldan kente göçü önleyerek bölgesel kalkınmaya katkıda bulunan KOBİ'ler özellikle ekonomik dalgalanmalardan çabuk etkilenen yapıları ile gelişmekte olan ülke ekonomilerinde ekonomik konjonktüre çabuk adapte olan küçük ve esnek üretimleriyle sosyal ve ekonomik istikrarın sağlanmasında önemli bir rol oynarlar.

Ülke ekonomilerine pek çok önemli katkı sağlayan KOBİ'lerin globalleşen dünyanın teknoloji ve üretimine ayak uydurması, rekabete uyum sağlaması ve pazarını genişletmesi için ihracat yapması bir zorunluluk halini almıştır.

Araştırma kapsamında Konya'da makine-aksam imal eden KOBİ niteliğindeki ihracatçı firmaların ihracatta karşılaştığı sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar şunlardır;

- Ankete katılan işletmelerin %39,8'i 0-9 kişiye kadar, %60,8'i 10-49 kişiye kadar istihdam sağlamaktadır. Bu kapsamda ilgili yönetmeliğin KOBİ tanımındaki istihdam kriteri baz alındığında araştırmaya katılan işlerin mikro ve küçük ölçekli işletmeler olduğu görülmektedir.
- KOBİ tanımının yer aldığı ilgili yönetmeliğin yıllık bilanço kriteri baz alındığında ise araştırmaya katılan işletmelerin %53'nün mikro ölçekli, %43,4'nün küçük ölçekli ve %3,6'sının orta ölçekli işletme niteliğinde olduğu görülmektedir.
- İşletmelerin %61,4'ünün hukuki yapısı limited şirket iken, % 1,2'si anonim şirket geriye kalan %37,3'ü ise çeşitli hukuki yapılarda kurulmuşlardır.
- İşletmelerden %27,7'si 5 yıldan az, %25,3'ü 5-10 yıl arası, %9,6'sı 10-15 yıl arası, %37,3'ü 15 yıldan fazla zamandır piyasada varlığını sürdürmektedir.
- İşletmelerin %44,6'sı 5 yıldan az, %15,7'si 5-10 yıl arası, %16,9'u 10-15 yıl arası, %12'si 15-20 yıl arası ve %10,8'i 20 yıldan fazla zamandır ihracat faaliyeti gerçekleştirmektedir.
- İşletmelerin %47'si işletme sahibi, %8,4'ü ortaklardan biri, %3,6'sı aile bireylerinden biri ve %41'i profesyonel bir yönetici tarafından yönetilmektedir.

- İşletmelerin %25,3'ü tarım makineleri imalatında, %15,7'si değirmen makineleri imalatında, %25,3'ü gıda makineleri imalatında, %19,3'ü otomotiv yan sanayisinde,%3,6'sı mermer makineleri imalatında ve geriye kalan %10,8'i diğer makine-imalat alanlarında faaliyet göstermektedir.
- İşletmelerin %56,6'sı kalite güvence belgesine sahip iken, %24,1'i kalite güvence belgesine sahip değildir, geriye kalan %19,3'ü ise kalite güvence belgesi almak için çalışmalarını yürütmektedir.
- Kalite güvence belgesine sahip olan işletmelerden % 40'ı CE kalite güvence belgesine %20,5'i ISO 9001:2008 kalite güvence belgesine ,%8,4'ü ISO 9001:2000 kalite güvence belgesine , %19,3'ü ise TSE kalite güvence belgesine ve geriye kalan %13,3'ü diğer kalite belgelerine sahiptir. Araştırmaya katılan işletmelerden hiç biri TURQUM kalite belgesine sahip değildir.
- İşletmelerin %72,3'ü ayrı bir ihracat departmanına sahipken geriye kalan % 27,7'si ayrı bir ihracat departmanına sahip değildir.
- İşletmelerin %3,6'sı üretimlerini Balkan ülkelerine, %16,9'u Avrupa ülkelerine, %79,5'i Arap ülkelerine ihraç etmektedir.
- İşletmelerin %36,1'i sipariş üzerine üretim yaparken, %30,1'i yalnızca standart üretim yapmakta, geriye kalan %33,7'si ise hem sipariş üzerine üretime hem de standart üretime yönelmektedir.
- İşletmelerin %14,5'i üretimlerinin %75'den fazlasını ihraç ederken,% 14,5'i %50'den fazlasını, %45,8'i %25'den azını, %25,3'ü %25'den fazlasını ihraç etmektedir.
- İşletmelerin %10,8'i ihracatta devlet desteklerinden yararlanırken,%74,7'si söz konusu desteklerden yararlanmamakta, geriye kalan %14,5'i ise ihracatta devlet desteklerinden yararlanmak için çalışmalar yürütmektedirler.
- İhracatta devlet desteklerinden yararlanmayan işletmeleri bu desteklerden yararlanmaktan ala koyan en önemli neden %61,3'lük oranla karşılaşılan prosedürlerdir. Desteklerden yararlanılmamasının diğer nedenleri ise %29'luk oranla teşvikler hakkında bilgi sahibi olmamak, %9,6'lık oranla teşvikleri faydalı bulmamak olarak belirtilmiştir.
- İhracatta devlet desteklerinden faydalanan işletmelerin en fazla başvurdukları teşvik %55,6'lık oranla yurt dışında ofis, mağaza ve depo açma desteğidir.

Yararlanılan diğer destekler ise %33,3'lük oranla fuar katılım desteği ve %11,1'lik oranla AR-GE desteğidir.

- İşletmelerin %30,1'i uluslararası fuarlara katılmakta, geriye kalan %69,9'u ise uluslararası fuarlara katılmamaktadır.
- İşletmeler, %4,57'lik oranla Konya makine-imalat sanayisinin en önemli sorunun markalaşamamak olduğunu bildirmişlerdir. Konya makine-imalat sanayisinde karşılaşılan diğer iki önemli sorun ise %4,49'luk oranla yetişmiş eleman eksikliği, % 4,49'luk oranla finansman eksikliğidir.
- İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları en önemli sorun %4,79'luk oranla çevre ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlıktır. İhracatta yaşanan diğer önemli sorunlar ise kalifiye eleman eksikliği (%4,78) ,hükümet politikaları (%4,77), döviz kurlarındaki istikrarsızlık (%4,69), uluslararası piyasadaki yoğun rekabet (%4,63), yüksek vergiler (%4,56), hammadde maliyetleri (% 4,53) olarak belirtilmiştir.
- İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ile istihdam ettikleri kişi sayısı arasında ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve yıllık bilançoları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ile hukuki yapıları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile sektördeki faaliyet süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ile yönetimi üstlenen kişilerin firmadaki konumu arasındaki anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile faaliyet gösterdiği üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile kalite belgesine sahip olma durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ile ihracattaki faaliyet süreleri arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

- İşletmelerin ihracat sorunları ile ayrı bir ihracat departmanına sahip olma durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez kabul edilmiştir. Bu kapsamda ayrı bir ihracat departmanına sahip olmayan işletmeler ihracatta daha fazla sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile ihracat yaptıkları bölgeler arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile üretim yöntemleri arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez kabul edilmiştir. Bu bağlamda sipariş üzerine üretilen işletmeler ihracatta daha fazla sorunla karşı karşıya kalmaktadır.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile ihracata ayırdıkları pay arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile ihracatta devlet desteklerinden yararlanma durumları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.
- İşletmelerin ihracat sorunları ile uluslararası fuarlara katılım arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

Söz konusu ihracat sorunlarını çözmeye yönelik öneriler şunlardır;

- İşletmeler ihracatta devlet destekleri konusunda bilgilendirilmeli, söz konusu desteklerde prosedürler ve bürokrasi azaltılmalıdır.
- İşletmelerin ihracatta AR-GE desteklerinden daha fazla yararlanmaları ve kendi fikri mülkiyet haklarına sahip olmaları için çaba harcanmalıdır. Bu kapsamda KOBİ'lerin yeni teknolojiler geliştirirken yararlanacakları ve ürettikleri ürünleri test edebilecekleri devlet destekli bir alan oluşturulmalıdır.
- KOBİ'lere uluslararası fuarlara katılım için dil ve iletişim desteği verilmelidir.
- İhracat yapan KOBİ'lerde ihracatla yakından ilgilenen ve bu konuda uzmanlaşmış ayrı bir ihracat departmanının kurulması konusunda işletmeler teşvik edilmelidir.
- Makine-imalat sanayisinde faaliyet gösteren ihracatçı KOBİ'lere, markalaşma sorunlarını aşmaları için uluslararası pazarda güvenilir ürün imajı sağlayan ortak bir marka niteliğindeki TURQUM belgesi hakkında bilgi ve destek verilmelidir.
- Araştırmaya katılan işletmelerin büyük bir kısmı üretimlerini sipariş üzerine veya karma olarak yapmaktadırlar. Bunun sonucu olarak zaten yapıları gereği

kısıtlı sermayeye sahip olan KOBİ'lerin verimi düşmektedir. Bu nedenle KOBİ'lerin üretimde standartlaşmaya giderek verimi artırmaları ve israfı azaltmaları şarttır.

- Hükümet politikaları yerli üretimin dış pazarlarda karşılaştığı haksız rekabeti azaltacak şekilde revize edilmelidir.
- Ekonomik karar birimleri döviz kurlarında uzun dönemli istikrar sağlayacak alternatif kur rejimlerine yönelmelidir.
- Ekonomik karar birimleri İhracata yönelik yeni pazarların keşfedilmesi ve KOBİ'lerin bu pazarlara yönlendirilmesi için çaba harcamalıdır.
- Farklı kurum ve kuruluşların çeşitli KOBİ tanımları mevcuttur bu da teşviklerde çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle ihracattaki teşviklerin verimli kullanılması için ortak bir KOBİ tanımı getirilmelidir.
- Eğitimde ilk kademelerden başlayarak mesleki eleman yetiştirmeye yönelik düzenlemelere yer verilmeli, ustalık-çıraklık eğitimi yeniden canlandırılmalıdır.
- Üniversitelerdeki girişimcilik dersleri sektördeki sorunlar ve uygulamaları kapsayacak şekilde yeniden düzenlenmelidir.



EKLER

EK-1: ANKET FORMU

Bu anket, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yürütölmekte olan “Konya’da Makine –Aksam İmalatı Yapan İhracatçı KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezi için hazırlanmıştır. Anket sonuçları yalnızca bilimsel ve istatistiki amaçla kullanılacaktır. Veriler firma bazında değil ortalama olarak ele alınacak olup kesinlikle üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır. Araştırmaya yapacağınız katkıdan dolayı teşekkür eder ticari hayatınızda başarılar dilerim.

1)İşletmenizde istihdam ettiğiniz çalışan sayısı kaç kişidir?

- ☐ 0-9
- ☐ 10-49
- ☐ 50-249

2)İşletmenizin yıllık mali bilanço toplamı hangi aralıkta yer almaktadır?

- ☐ 0 – 1.000.000 TL arasında
- ☐ 1.000.001 TL - 8.000.000 TL arasında
- ☐ 8.000.001 TL - 40.000.000 TL arasında

3)Anketi dolduran yetkilinin işletmedeki görevi ;

- ☐ Şirket Sahibi / Ortağı
- ☐ İhracat Müdürü
- ☐ İşletme Yöneticisi
- ☐ Diğer.....

4) Firmanızın hukuki yapısını belirtiniz.

- ☐ Limited Şirket
- ☐ Anonim Şirket
- ☐ Komandit veya Kolektif Şirket
- ☐ Diğer.....

5) İşletmenizin sektördeki faaliyet süresini belirtiniz.

- ☐ 1-5 yıl
- ☐ 5-10 yıl
- ☐ 10-15 yıl
- ☐ 15 yıldan fazla

6) İşletmeniz ne kadar süredir ihracat yapmaktadır?

- ☐ 1-5 yıl
- ☐ 5-10 yıl
- ☐ 10-15 yıl
- ☐ 15-20 yıl
- ☐ 20 yıldan fazla

7) İşletmenizde yönetim faaliyeti kim/kimler tarafından üstlenilmektedir?

- ☐ İşletme sahibi
- ☐ Ortaklardan biri
- ☐ Aile bireylerinden biri
- ☐ Profesyonel yönetici

8) İşletmeniz makine imalat sanayinin hangi alt bölümünde faaliyet göstermektedir?

- ☐ Tarım Makineleri imalatı
- ☐ Değirmen Makineleri İmalatı
- ☐ Gıda Makineleri İmalatı
- ☐ Otomotiv Yan Sanayi İmalatı
- ☐ Mermer Makineleri İmalatı
- ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....

9) İşletmenizin kalite güvence belgesi var mı?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Kalite güvencesiyle ilgili çalışmalar yürütülmektedir

(Cevabınız “Evet” ise 10. “Hayır” ise 11. soruya geçiniz.)

10) İşletmeniz aşağıdaki kalite güvencelerinden hangisine/hangilerine sahiptir?

- ☐ ISO 9000
- ☐ ISO 9001:2000
- ☐ ISO 9001:2008
- ☐ CE
- ☐ TSE
- ☐ TURQUM
- ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz)

11) İşletmenizin ihracat departmanı var mı?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

12) İşletmenizin en fazla ihracat yaptığı bölgeyi belirtiniz?

- ☐ Balkan Ülkeleri
- ☐ Uzak Doğu Ülkeleri
- ☐ Orta Doğu Ülkeleri
- ☐ Avrupa Ülkeleri
- ☐ Arap Ülkeleri
- ☐ Diğer.....

13) Ürün satışı yaptığınız pazarla ilgili aşağıdaki tanımlamalardan hangisi doğrudur?

- ☐ İşletmemiz sipariş üzerine özel üretim yapmaktadır
- ☐ İşletmemiz yalnızca standart ürün üretmektedir
- ☐ İşletmemiz hem standart ürün hem de özel ürün üretmektedir

14) İşletmeniz üretiminin takriben ne kadarını ihraç etmektedir?

- ☐ Tamamını
- ☐ %75'den fazlasını
- ☐ %50'den fazlasını
- ☐ %25'den fazlasını
- ☐ %25'den azını

15) İşletmeniz ihracatta devlet desteklerinden yararlanıyor mu?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Teşviklerle ilgili çalışmalar yürütülmektedir

(Cevabınız “Hayır” ise 16. soruya, “Evet” ise 17. soruya geçiniz.)

16) İhracatta devlet desteklerinden yararlanmamanızın nedeni nedir?

- ☐ Teşvikler hakkında bilgi sahibi olunmaması
- ☐ Başvurularda karşılaşılan prosedürler
- ☐ Teşviklerin faydalı bulunmaması
- ☐ Diğer(lütfen belirtiniz).....

17) İşletmenizin ihracatta en çok başvurduğu devlet teşviki hangisidir?

- ☐ AR-GE teşvikleri
- ☐ Uluslararası fuarlara katılım desteği
- ☐ Pazar araştırması desteği
- ☐ Markalaşma ve marka imajı desteği
- ☐ Yurt dışında ofis/mağaza/depo açma desteği
- ☐ Diğer(Lütfen belirtiniz).....

18) Uluslararası fuarlara katılıyor musunuz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

19) Konya'nın makine imalat sanayisinin sorunlarını önem derecesine göre işaretleyiniz.

Aşağıda belirtilen sorunları 1 “Hiç önemli değil” ve 5 “Çok önemli” arasında değerlendiriniz

	Hiç Önemli Değil(1)	Çok az Önemli (2)	Orta Düzeyde Önemli(3)	Fazla Önemli(4)	Çok Fazla Önemli (5)
Yetişmiş eleman eksikliği					
Yüksek maliyetler					
Makine-teçhizat ve hammadde de dışa bağımlılık					
Yerli pazarda ithal mallara olan rağbet					
Fikri mülkiyet haklarının yeterince korunmaması					
Düşük verimli teknoloji kullanımı					
Yeni tasarım ve teknoloji geliştirememek					
Finansman yetersizliği					
Markalaşma sorunu					
Küçük ölçekli üretim					

20) İşletmenizin ihracatta karşılaştığı sorunları önem derecesine göre işaretleyiniz.

Aşağıda belirtilen sorunları 1 “Hiç önemli değil” ve 5 “Çok önemli” arasında değerlendiriniz.

	Hiç Önemli Değil (1)	Çok az Önemli (2)	Orta Düzeyde Önemli (3)	Fazla Önemli (4)	Çok Fazla Önemli (5)
Enerji maliyetleri					
Hammadde maliyetleri					
İşgücü maliyetleri					
Vergi oranlarının yüksek olması					
Kredi kullanımında yaşanan güçlükler					
Öz sermayenin kısıtlı olması					
Kapasite kullanımının sınırlı olması					
Kalifiye eleman eksikliği					
Kalite yetersizliği					
Verim düşüklüğü					
AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği					
Teknoloji yetersizliği					
Yeni ürün ve tasarım geliştirememesi					
Sipariş üzerine üretim yapılması(standart ürün üretilmemesi)					
Firma imajı ve markalaşmada yaşanan sorunlar					
Pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sorunlar					
Pazar araştırmasında karşılaşılan sorunlar					
Yeni pazarlar bulmada karşılaşılan sorunlar					
Müşteri sadakatini sağlayamama					
Yeni müşteriler edinmede karşılaşılan sorunlar					
Kalite belgelerinin eksikliği					
Yurtdışı fuarlara katılımında yaşanan sorunlar					
İhracat teşviklerinde karşılaşılan bürokratik engeller					
Hükümet politikaları					
Gümrük Birliği’nden kaynaklanan sorunlar					
Kotalardan kaynaklanan sorunlar					
Uluslararası pazardaki yoğun rekabet					
Taklit mallar ve fason üretim					
İhracat yapılan limanlara uzaklık					
Lojistikte yaşanan sorunlar					
İhracat yapılan ülkelerdeki kültür farklılıkları					
İhracat yapılan ülkelerde karşılaşılan yabancı dil sorunu					
Döviz kurlarındaki istikrarsızlık					
Komşu ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık					

KAYNAKÇA

- AB KOBİ Politikaları Bilgi Notu**, (2005), Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) Yayınları, İstanbul.
- AKDENİZ, Billur, (2005), “KOBİ’lerin Ekonomik ve Sosyal Yapı İçindeki Yerleri, Destekleyici Kurumsal Çevreleri ve Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Yeniden Yapılandırılmaları”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (13), 69-90.
- AKGEMCİ, Tahir, (2001), **KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı KOSGEB Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- AKSOY, Ramazan ve Canan YILDIRAN, (2013), “Zonguldak İlinde İhracat Yapan Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar”, **Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi**, 1(3), s.249-268.
- ALKİN, Kerem ve Esin, OKAY, (2008), **Türkiye’de KOBİ’lerin Basel-II ’ye Uyum Süreci ve Öneriler**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın no:4, İstanbul.
- ALPUGAN, Oktay, (1994), **Küçük İşletme Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi**, Der Yayınları, Trabzon.
- ARAS, Güler, MÜSLÜMOV, Alovst, (2002), **Küreselleşme sürecinde Türkiye ekonomisinde KOBİ’lerin yeri: finansman, ekonomik sorunları ve çözüm önerileri**.
- ATAYETER, Coşkun, EROL, Arzu (2011), “Türkiye’de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri”, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 1(1), 1-26.
- ATEŞOĞLU, İrfan ve Hilal Hümeysra, ERDOĞAN,(2009), “Hazır Giyim İşletmelerinde Marka Taklitçiliğinin İşletmeler Üzerine Etkisi”, **Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi**, 3(2), 43-49.
- AY, Hakkı Mümin ve Esra, TALAŞLI, (2007), “Türkiye’de KOBİ’lerin İhracattaki Yeri ve Karşılaştıkları Sorunlar”, **Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı** ,s.173-184.

- BAĞRIACIK, Atilla, (1989), **Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy Firmalar(Dünyada ve Türkiye’de)**, Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul.
- BALANTEKİN, Burak Emre, (2006), “İhracatta KOBİ’lere Sağlanan Devlet Destekleri ve KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri’de Bir Anket Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Kayseri.
- BATAT, Ahmet, (2015), **Çukurova Bölgesinde Makine ve Ekipman Sektörü**, Çukurova Kalkınma Ajansı.
- BAYÜLGEN, Yavuz, (2012), **Makine İmalat Sanayi Sektör Araştırması**, Tmmob Makine Mühendisleri Odası, Yayın no: MMO/591.
- BAYÜLKEN, Yavuz ve Cahit, KÜTÜKOĞLU,(2012), “Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ’ler)”, TMMOB Makine Mühendisleri Oda Raporu, Yayın No:583,4. Baskı, Ankara.
- BENLİ, Oya, (2006), **İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama**, İgeme Yayınları, Ankara.
- BEŞELİ, Nursun, (1997), “KOBİ’lerin Dış Pazara Açılabilmesi İçin Alternatif Yöntemler”, **İGEME ’den Bakış**, Nisan-Haziran 1997,s.36-39.
- BOŞGELMEZ, Alparslan, (2003), “Küreselleşme Sürecinde KOBİ’lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Yapısal Analizleri ve Isparta Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Isparta.
- CANITEZ, Murat ve Güçlü TÜMER, (2008), **Uygulamalı İhracat-İthalat İşlemler ve Dokümantasyon**, Kasım Karahan ve Murat Canitez (Ed.).Gazi Kitapevi, Ankara, ss.153-177.
- CANITEZ, Murat, (2008), **Uygulamalı İhracat-İthalat İşlemler ve Dokümantasyon**, Kasım Karahan ve Murat Canitez (Ed.).Gazi Kitapevi, Ankara, ss.2-48.
- CANITEZ, Murat, (2012), **Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar** H. Çetin Bedestenci ve Murat Canitez (Ed.). Gazi Kitapevi, Ankara, ss.2-51
- CANITEZ, Murat, (2014), **Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar**, Çağatay Ünüsan ve Murat Canitez (Ed.). Gazi Kitapevi, Ankara, ss.2-53.

- CENGİZ, Selim, (2010), “İhracatçı Firmaların Muhasebe ve İç Kontrol Sistemlerinin İncelenmesi ve Kontrol Riskinin Analizi: Ankara Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Çorum.
- CİVAN, Mehmet, (2012), **Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Teşvik ve Finansmanı**, (No. 2012/89). Discussion Paper, Turkish Economic Association.
- ÇARIKÇI, İlker, İsmet, TİTİZ ve Hüsrev, EROĞLU, (2002), “Küçük ve Orta Ölçekli Üretim İşletmelerinde Kriz Dönemine Özgü Finansman Sorunları ve Alternatif Pazarlama Stratejileri – Göller Bölgesi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, s. 229 – 239.
- ÇATAL, Faruk, (2012), “Bölgesel Kalkınmada Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Rolü”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 17, Sayı: 41, s. 345 – 346.
- ÇELİK, Adnan ve Tahir, AKGEMCİ, (1998), **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, Nobel Yayınevi, Ankara.
- ÇELİK, Adnan ve Tahir, AKGEMCİ, (2007), **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, Gazi Kitapevi, Ankara.
- ÇELİK, Adnan, Tahir, AKGEMCİ ve M. Şerif, ŞİMŞEK, (2013), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Gazi Kitapevi, İstanbul.
- ÇELİK, İsmail, (2007), “Basel II Bağlamında KOBİ’lerin Finansman Sorunları: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Isparta.
- ÇETİN, Canan, (1996), “Yeniden Yapılanma Girişimcilik KOBİ ve Bunların Özendirilmesi”, Der Yayınları, İstanbul.
- ÇOLAKOĞLU, Mustafa, (2002), **Kobi Rehberi**, TOBB ve KOSGEB Ortak Yayını, Ankara.
- DEMİR, Volkan,(2014), **Dünya KOBİ Ölçeği Örnekleri ve Türkiye**, KOBİ Girişim.

- DEMİREL, Erkan, AKSOY, Ali, (2010), “İhracatçı İmalat Sanayi İşletmelerinin Kalite Ve Sistem Belgelendirme Sürecinde Yaşadıkları Temel Sorunlar: Doğu Ve Güneydoğu Anadolu Örneği”, **Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları**.
- Devlet Planlama Teşkilatı, (2003), **Türkiye Sanayi Politikası (AB Üyeliğine Doğru)**.
- Devlet Planlama Teşkilatı, (2007), **Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013 Makine ve Metal Eşya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara.
- DİKEN, Ahmet, (1998), “KOBİ'lerin İhracat Sorununun Çözümünde Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin Rolü”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 12(1-2).
- DİKEN, Ahmet, (2007), **KOBİ'lerin Yapısal Sorunları**, Nobel Yayın Dağıtım, Konya.
- DOĞAN, Özlem, MARANGOZ, Mehmet ve Mert, TOPOYAN, (2003), “İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 5(2), s.114-138.
- DURAN, Meltem, (2004), **İhracata Yönelik Destekler**, İTO Yayınları, İstanbul.
- EKİNCİ, Behzat, (2003), “Türkiye’de KOBİ’lerin Kurumsal Gelişimi ve Finansal Sorunları”, **Anadolu Aslanları İşadamları Derneği (ASKON) Araştırma Raporları**, ASKON Rapor No: 5, ASKON Yayınları, İstanbul.
- ERKEK, Seyida, (2009), **Makine İmalat Sanayi Sektör Analizi**, Konya Ticaret Odası.
- EROĞLU, Ömer, (2008), **Türkiye Ekonomisi**, Bilim Kitapevi, Isparta.
- ERSÖZ, Veyis, (2010), **AB, Türkiye ve Konya’da KOBİ’lerin Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri**, Konya Ticaret Odası Yayınları, Konya.
- ERYILMAZ, Cengiz, (2004), “İşlenmiş Tarım Ürünleri Sektöründe Faaliyet Gösteren KOBİ’lerin İhracat Sorunları Ve Çözüm Önerileri (Göller Bölgesinde Bir Araştırma)”, Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Isparta.
- GÜL, Hasan, Tuğrul, KANDEMİR ve Erkan ÇAKIR, (2010), “KOBİ’lerde Risk ve Belirsizlik Beklentileri: Karaman Örneği”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt XII Sayı:2,s.119-144.

- GÜLEŞ, Kürşat, BULUŞ, Abdülkadir, PAKSOY, Turan, ARICIOĞLU, Atilla, MERCAN Birol, MIZIRAK, Zekeriya ve Muhittin, KORAŞ, (2008), **Konya Makine İmalat Sanayi Sektörel Analiz Raporu 2008**, Konya Sanayi Odası.
- GÜNALAN, Mustafa, (2003), “KOBİ’lerin İhracat Davranışları: Kahramanmaraş Tekstil Sektöründeki KOBİ’lerde Ampirik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **K.S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Kahramanmaraş.
- GÜRSOY, Yaser, (2014), “**Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi**”, Ekin Yayınevi, Bursa.
- İŞİK, Nihat ve Güven, DELİCE, (2007), “Küreselleşme Sürecinde KOBİ’lerin İhracat Sorunları ve E-Ticaret Uygulamaları” **Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**.
- İGEME, (2010), **100 Soruda Dış Ticaret**, İGEME, Ankara.
- İLTER, Burcu, (1999), “Firma İhracat Davranışı ve Etkileyen Faktörler”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 12(4), s.19-34.
- İstanbul Sanayi Odası, (2013), **Ekonomik Durum Tespiti Anket Çalışması Sonuçları 2013-1**, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul.
- KADEŞ, Cenk, (2014), **Adana İli Makine Sektör Raporu 2014**, Adana Ticaret Odası.
- Kalkınma Bakanlığı, (2013), **10. Kalkınma Planı (2014-2018)**, Ankara.
- KAPLAN, Mustafa, (2013), “İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği İle İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Çanakkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Çanakkale.
- KARA, Mehmet, DURUEL, Mehmet, TAYFUR, Lütfü ve Halil, DEMİRER, (2007), “Hatay ili ihracatçıların Taşımacılıktan Kaynaklanan Sorunları Ve Çözüm Önerileri” **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 16(1), s. 395-412.
- KARADUMAN, Semih ve Semra, ABACI, (2010), “Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması Sürecinde TURQUALITY Projesi”, **Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu**, Düzce.

- KARAGÜL, Mehmet ve Berfu, İLTER, (2011), **Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi**, Nobel Yayınları.
- KARAGÜNEY, Fuat, (2016), **Bölgedeki Kobilerimiz İhracatını Nasıl Artırır**, MEVKA.
- KARAKAYACI, Özer, (2011), “Sanayi Kümelerinin Başarısında Sosyal Sermayenin Rolü: Ankara ve Konya Makine İmalat”, Doktora Tezi, **Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü**, İstanbul.
- KAYA, Ferudun, (2011), **Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi (Yeni Mevzuat ve Belgeler)**, Beta Yayınları, İstanbul.
- KAYA, Ferudun, (2011), **Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi**, Beta Yayınları, İstanbul.
- KAYA, Ferudun, (2013), **Dış Ticaret ve Finansmanı**, Beta Yayınları, İstanbul.
- KEMER, Barbaros, (2003), **Bir Dış Ticaret Politikası Aracı İhracat Teşvikleri Teori-Uygulama**, Alfa Yayınları, İstanbul
- KESER, Hilal Yıldırım, (2012), **A’dan Z’ye Dış Ticaret Uygulamaları**, İbrahim Halil Ekşi (Ed.).Nobel Yayınları, Ankara, ss.57-83.
- KILIÇ, Rabia, (2011), **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İhracat Pazarlaması**, Nobel Kitapevi, Ankara.
- Kobi Destekleri Ülke İncelemeleri (Almanya, İngiltere ve Belçika)**, (2014), Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü, ESDES Projesi Yurtdışı İncelemeleri.
- KOCABIYIK, Turan ve Mehmet Akif, ALTUNAY, (2008), “Artan Rekabet Ortamının KOBİ’lerin Sorunları ve Buna İlişkin Bir Araştırma”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt XXV,Sayı:2.
- KURTOĞLU, Derya, (2012), “İhracat Yapan Firmaların Karşılaştığı Sorunlar ve K. Maraş’ta Tekstil İşletmelerinde Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Malatya.
- KUTLU, Hüseyin Ali ve Savaş, DEMİRCİ, (2007), “KOBİ’lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri”, 4. **KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi**, İstanbul Üniversitesi.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer ve Tülin, DURUKAN, (2004), **Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Gazi Kitapevi, Ankara.

- MÜSİAD, (2010), **2009 Makine Sektör Raporu MÜSİAD Araştırma Raporları:64**, Mavi Ofset Basım, İstanbul.
- MÜSLÜMOV, Alövsat, (2002), **21. Yüzyılda Türkiye’de KOBİ’ler Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri**, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- NARİN, Müslüme ve Sevim AKDEMİR, (2005), “Türkiye’de KOBİ’lere Sağlanan Destekler”, **Ekonomik Yaklaşım**, Sayı 55, Cilt 16.
- ORHAN, Ayhan, (2003), “Serbest Bölgelerin Sağladığı Avantajlar: KOSBAŞ Örneği”, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 6(1), s. 117-131.
- ÖZDEMİR, Süleyman, Yunus, ERSÖZ ve İbrahim, SARIOĞLU, (2007), “Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve KOBİ’lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”, **Sosyal ve Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı:53 s.174-229).
- ÖZDEMİR, Süleyman, Yunus, ERSÖZ ve İbrahim, SARIOĞLU, (2006), **İşsizlik Sorununun Çözümünde KOBİ’lerin Desteklenmesi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın no:2006-45,İstanbul.
- ÖZGENER, Şevki, (2003), “Büyüme Sürecinde KOBİ’lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayii Örneği”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı:20, s. 137-161
- ÖZTÜRK, Kemal, (1998), “Türk İhracat Sektöründe KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Yüksek Lisans Tezi, **Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Niğde.
- ÖZTÜRK, Özkan, (2007), “İstihdam Konusunda KOBİ’lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü”, **Uzmanlık Tezi**, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Resmi Gazete, (2002). 17/01/2002 Tarih ve 24643 Resmi Gazetede yayımlanan “**CE Uygunluk İşaretinin Ürüne İliştirilmesine ve Kullanılmasına Dair Yönetmelik**”.

Resmi Gazete, (2005), “**Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik**”, Resmi Gazete, Sayısı, 25997, 18.

Resmi Gazete, (2006), 06.06.2006 Tarih ve 26190 Resmi Gazetede yayımlanan “**İhracat Yönetmeliği**”.

Resmi Gazete, (2012), 6/6/2012 tarih ve 2012/8 Resmi Gazetede yayımlanan “**2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı**”.

SABUNCU, Birsal, (2009), **Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi**, Ekin Yayınevi, Bursa.

Sanayi Genel Müdürlüğü, (2011), **Türkiye Makine Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2011-2014**.

SARISOY, İdris ve Sinan, SARISOY, (2008), “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Yönelik Vergi Teşvik Politikaları: Japonya ve Güney Kore Örnekleri”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt XXV, Sayı:2, s. 385-404.

SAVCI, Yasin, (2009), “KOBİ’lerin Dış Ticarete Karşılaştığı Sorunlar”, Yüksek Lisans Tezi, **Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Edirne.

SEYİDOĞLU, Halil, (2002), **Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük**, Güzem Can Yayınları, İstanbul.

SÖNMEZ, Abdullah ve Ali Rıza, ARSLAN, (2007), “İhracat Yapma Şekline Göre Karşılaşılan Sorunlar; Mobilya Endüstrisi Örneği”, **Politeknik Dergisi**, 10(4).

ŞAHİN, Arif, (2002), **İhracatta Ödeme Şekilleri**, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi.

ŞAHİN, Arif, (2007), **İhracat Prosedürlerini Biliyor musunuz?**, İGEME Yayınları.

ŞAMİLOĞLU, Famil ve Utlu, UYGUN, (2001), “KOBİ’lerde Ekonomik Kriz Yönetimi”, **Mali Çözüm Dergisi**, Sayı:57.

ŞİMŞEK, Muhittin, (2002), “Ekonominin Lokomotifi KOBİ’lerin Olmazsa Olmazları”, Alfa Kitapevi, Bursa.

ŞİMŞEK, Şerif ve Adnan ÇELİK, (2010), **Genel İşletme**, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.

- TAŞ, Yunus, (2010), **Avrupa Birliği ve Türkiye’de KOBİ’lerin İstihdam Artırıcı Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın no:39,İstanbul.
- TEKİN, Mahmut ve Berna, SARIKAYA, (2014), “Tarım Alet ve Makineleri Sektörünün Gelişimi: Konya İşletmelerinin İncelenmesi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** Dr. Mehmet Yıldız Özel Sayısı, s.233-242.
- TEKİN, Mahmut, (2012), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Günay Ofset, Konya.
- TOMANBAY, Mehmet,(2003), **Dış Ticaret Rejimi ve İhracatın Finansmanı**, Hatiboğlu Yayınevi, Ankara.
- TÜRKAN, Yavuz, (2011), “KOBİ’lerin Finansman Sorunları Bu Sorunların Çözümünde KOBİ Borsaları ve Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Erzurum.
- UÇKUN, Nurullah, (2009), “KOBİ’lerin Finansal Sorunlarına Melek Sermaye Çare Olabilir mi?” **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, Sayı 41.
- UZAY, Nifset ve Şaban, UZAY,(2004), “Türkiye’de Mobilya Sektörünün İhracat Potansiyeli Ve İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Kayseri Mobilya Sanayiinde Uygulama.” **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 18(3-4).
- ÜNVER, İsmail, (2008), “Konya’da Faaliyet Gösteren Otomotiv Yan Sanayi İşletmeleri’nin İhracatta Yaşadığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Yüksek Lisans Tezi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Konya.
- Yasalar, T. C. “**3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu**”, Ankara: Resmî Gazete (18785 sayılı).
- YILDIZ, Sebahattin ve Salih, ALP, (2012), “Girişimcilik Teorisi Çerçevesinde KOBİ’lerin Ekonomiye Etkileri ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 2, s. 29 – 49.
- YILMAZ, Mutlu, ÖZKEN, Ahmet ve Necmettin, ŞAHİN, (2011), “ Incoterms 2000 Ve 2010’un Mukayeseli Analizi Ve Türkiye Uygulamalarındaki Eksiklikler The Comparative Analysis Of Incoterms 2000 And 2010 And Deficiencies In Their Implementations In Turkey” ,**Journal of Yasar University**, 23(6), 3814-3825.

YÜKSEL, Selman, (2014), “KOBİ’lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları TRB-1 Bölgesindeki İşletmelerde Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Bingöl.

“**2011 – 2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı Taslağı – KSEP**”, (2010), KOSGEB – Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Yayınları, Ankara.

“**2015 – 2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı Taslağı – KSEP**”, (2015), KOSGEB – Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Yayınları, Ankara.

Elektronik Kaynaklar:

<https://www.eximbank.gov.tr/TR,441/genel-bilgi.html>, (26.06.2016).

<http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html>, (17.07.2016).

http://www.tim.org.tr/files/downloads/mevzuat/ihracat_mevzuati.pdf (18.07.2016).

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/09/20090918-17.htm> (01.08.2016).

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Incoterms> (06.09.2016).

<http://www.mevzuat.net/fayda/teslimsekilleri.aspx#DAT> (14.09.2016).

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Kliring> (22.09.2016).

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046 (23.09.2016).

<http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/TemelEkonomikGostergeler.aspx> (23.09.2016).

<http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rehberi-devlet-yaridimlari.html> (26.09.2016).

<http://www.makinetanitimgrubu.com.tr/tr/sektore-bakis> (27.04.2016).

<http://www.timakademi2023.org/wp-content/themes/a23/docs/makine-savunma-iklimlendirme.pdf> (27.04.2016).

<http://www.konya.gov.tr/kurumlar/konya.gov.tr/dosyalar/listeler/EKONOMI.pdf> (01.05.2016).

<http://www.kto.org.tr/konyada-dis-ticaret-450s.htm> (01.05.2016).

<http://www.kto.org.tr/konyanin-ulke-bazinda-ihracati-ilk-20-ulke-2015-446s.htm>
(01.05.2016).

<http://www.kto.org.tr/konyanin-sektor-bazinda-ihracati-2015-445s.htm> (01.05.2016).

<http://www.kto.org.tr/konyanin-sektor-bazinda-ihracati-2015-445s.htm> (01.05.2016).

<http://esnaf.gtb.gov.tr/data/54ace8d9f293705988210506/ckt.pdf> (18.11.2016).

“TÜİK Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri – 2011”, TÜİK Resmi İnternet Sitesi, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13146>
(28.06.2016).

“TÜİK Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri – 2013”, TÜİK Resmi İnternet Sitesi, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15881>
(28.06.2016).

“TÜİK Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri – 2014”, TÜİK Resmi İnternet Sitesi, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18521>
(28.06.2016).

DİZİN

-A-

ABD 12, 33, 44, 45, 87
 ANOVA 97, 110, 111, 112, 113, 114,
 115, 116, 118, 119, 120, 121
 Ar-Ge. 31, 32, 33, 53, 54, 59, 61, 67, 68,
 69, 76, 79, 86, 89, 91, 107, 109, 133,
 135

-D-

DPT 51, 88, 89, 90
 DTM..... xv, 49

-G-

GZFT 88

-I-

INCOTERMS..... xv, 15, 18

-İ-

İhracat..... 3

-J-

Japonya..... 55

-K-

KOBİ . i, ii, iii, iv, v, xv, 1, 2, 30, 31, 32,
 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47,
 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57,
 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67,
 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77,
 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 89,
 90, 91, 92, 95, 97, 98, 104, 108, 130
 Konya v, vi, 85
 KOSGEB xv, 34, 49, 59

-O-

OECD 42, 87

-T-

TÜİK xv, 1, 52, 53, 54, 71, 72, 89
 Türkiye 3, 55

