

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE’DE PLASTİK İMALAT SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN
KOBİ’LERE SAĞLANAN KOSGEB FİNANSAL DESTEKLERİNİN
KOBİ’LERİN PERFORMANSINA ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayşen YENİ

İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı

İşletme Mühendisliği Programı

HAZİRAN, 2018

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE’DE PLASTİK İMALAT SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN
KOBİ’LERE SAĞLANAN KOSGEB FİNANSAL DESTEKLERİNİN
KOBİ’LERİN PERFORMANSINA ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Ayşen YENİ
(507141002)**

İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı

İşletme Mühendisliği Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Raziye SELİM

HAZİRAN, 2018

İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 507141002 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Ayşen YENİ, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “**TÜRKİYE’DE PLASTİK İMALAT SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ’LERE SAĞLANAN KOSGEB FİNANSAL DESTEKLERİNİN KOBİ’LERİN PERFORMANSINA ETKİLERİ**” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Prof. Dr. Raziye SELİM**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Doç. Dr. Elif KARAOSMANOĞLU**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Bengi YANIK İLHAN
Altınbaş Üniversitesi

Teslim Tarihi : 04 Mayıs 2018
Savunma Tarihi : 07 Haziran 2018





Aileme,



ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez çalışmamda öncelikle vaktini ve bilgisini benimle paylaşan değerli tez hocam, Sayın Prof. Dr. Raziye Selim'e teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım. Eğitim hayatımı anasınıfından başlayarak bugünlere kadar her zaman destekleyen anneme ve babama, tez çalışmam boyunca da yanımda oldukları için en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamda özellikle sektör analizinde yararlandığım bilgiler için Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı'na hazırlamış oldukları raporlardan dolayı çok teşekkür ederim. Aynı zamanda sektörün seçilmiş grubuna anket uygulamama imkan sağlayan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'na değerli katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Mayıs 2018

Ayşen Yeni
Endüstri Mühendisi



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xi
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xv
ÖZET.....	xvii
SUMMARY	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
1. KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELER.....	1
1.1 KOBİ'lerin Tanımlanmasında Kullanılan Ölçütler	1
1.2 KOBİ Tanımlamaları ve Kapsamları.....	2
1.3 KOBİ'lerin Önemi ve Rollerini	5
1.4 İşletme Yaşam Eğrisi Çerçevesinde KOBİ'lerin GZTF Analizi	7
1.4.1. Giriş aşaması.....	8
1.4.2. Büyüme aşaması.....	10
1.4.3. Olgunluk aşaması	10
1.4.4. Düşüş aşaması	10
1.5 KOBİ'lerin Türk Ekonomisindeki Yeri	12
2. KOBİ'LERİN FİNANSAL SORUNLARI VE TÜRKİYE'DE KOBİ'LERE FİNANSAL DESTEKLER SAĞLAYAN KURULUŞLAR	15
2.1 KOBİ'lerin Finansal Sorunları	15
2.1.1 Özkaynak yetersizliği.....	15
2.1.2 İşletme sermayesi yetersizliği	16
2.1.3 Finansal bilgi eksikliği	17
2.1.4 Ekonomik istikrarsızlıklar	17
2.1.5 Kredi yoluyla finansman sağlanmasındaki zorluklar.....	17
2.2 Türkiye'de KOBİ'lere Finansal Destekler Sağlayan Kuruluşlar.....	18
2.2.1 Kredi garanti fonu.....	18
2.2.2 Türkiye esnaf ve sanatkârlar kredi ve kefalet kooperatifleri birlikleri merkezi birliği (TESKOMB).....	19
2.2.3 Teknoloji ve yenilik destek programları başkanlığı (TEYDEB).....	19
2.2.4 Türk Eximbank.....	19
2.2.5 Türkiye halk bankası.....	20
2.2.6 Küçük ve orta ölçekli sanayi geliştirme ve destekleme idaresi başkanlığı (KOSGEB).....	21
2.2.6.1 Girişimcilik destek programı	21
2.2.6.2 Genel destek programı	22

2.2.6.3	İş birliği güç birliği destek programı	22
2.2.6.4	KOBİGEL - KOBİ gelişim destek programı	23
2.2.6.5	ARGE, inovasyon destek ve endüstriyel uygulama destek programı	23
2.2.6.6	KOBİ Teknoyatırım- KOBİ teknolojik ürün yatırım destek programı.....	23
2.2.6.7	Gelişen işletmeler piyasası KOBİ destek programı	24
2.2.6.8	Uluslararası kuluçka merkezi ve hızlandırıcı destek programı	24
2.2.6.9	TEKNOPAZAR - Teknolojik ürün tanıtım ve pazarlama destek programı	25
2.2.6.10	Stratejik ürün destek programı	25
2.2.6.11	Kredi faiz desteği	25
3.	İŞLETMELERİN PERFORMANS GÖSTERGELERİ.....	27
3.1	Karlılık	29
3.2	Tedarikçi Güvenirliği	30
3.3	Kapasite Kullanımı	30
3.4	Müşteri Memnuniyeti	31
4.	PLASTİK SEKTÖRÜ ANALİZİ.....	33
4.1	Plastiğin Tanımı.....	33
4.2	Plastiğin Tarihçesi	33
4.3	Türkiye’de ve Dünyada Plastik Sektörünün Durumu	33
4.4	Plastik Sektörü GZTF Analizi	36
4.4.1	Sektörün güçlü yönleri	37
4.4.2	Sektörün zayıf yönleri	37
4.4.3	Sektörün fırsatları	38
4.4.4	Sektörün tehditleri	38
4.5	Türkiye’de Plastik Sektörü Genel Durumu.....	39
4.5.1	Üretim	39
4.5.2	Kapasite kullanımı	40
4.5.3	İthalat	41
4.5.4	İhracat	43
5.	ANKET ÇALIŞMASI	47
5.1	Ankete Katılan KOBİ’ler Hakkında Bilgi.....	47
5.2	KOSGEB Kredi Faiz Desteği Alan KOBİ’lerin Performanslarındaki Değişim	52
5.2.1	Tedarikçi güvenirliği.....	52
5.2.2	Kapasite kullanımı	53
5.2.3	Müşteri memnuniyeti	53
5.2.4	Karlılık	54
5.3.	KOSGEB Kredi Faiz Desteği Alan KOBİ’lerin İşletme Sorunları ve Kredi Kullanım Alanları	54
5.3.1.	KOSGEB Kredi faiz desteği alan KOBİ’lerin Finansal bilgi düzeyleri.....	54
5.3.2.	KOSGEB Kredi faiz desteğini alma kriteri	55
5.3.3.	KOSGEB Kredi faiz desteği alan KOBİ’lerin işletme yaşam eğrisine göre yatırımları	56
5.3.4.	KOSGEB Kredi faiz desteği alan KOBİ’lerin kredi kullanım alanları	58
6.	SONUÇ VE ÖNERİLER	63
KAYNAKLAR	69	
EKLER.....	75	
ÖZGEÇMİŞ	85	

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma-Geliştirme
BC	: Small Business
BIST	: Borsa İstanbul
EUR	: Euro (Para Birimi)
FMKD	: Faktör Maliyetiyle Katma Değer
GBP	: İngiliz Sterlini (Para Birimi)
GZTF	: Güçlü-Zayıf-Tehdit-Fırsat
IMF	: Uluslararası Para Fonu
İŞGEM	: İş Geliştirme Merkezi
JPY	: Japon Yeni (Para Birimi)
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MKK	: Merkezi Kayıt Kuruluşu
MXN	: Meksika Pesosu (Para Birimi)
MYR	: Malezya Ringiti (Para Birimi)
OECD	: Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü
PAGEV	: Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı
SBA	: U.S. Small Business Administration
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TESKOMB	: Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği
TEYDEB	: Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı
TRY	: Türk Lirası (Para Birimi)
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TUIK	: Türkiye İstatistik Kurumu
USD	: Amerikan Doları (Para Birimi)



ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1.1: İmalat Sektöründe Yıllık Net Satış Hasılatına Göre KOBİ Kriterleri	4
Çizelge 1.2 : Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı [6].....	5
Çizelge 1.3 : Türkiye'de KOBİ Tanımı [6].....	5
Çizelge 1.4 : Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Durumu 2015 [11].....	9





ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1: İmalat Sektöründe Çalışan Sayısına Göre KOBİ Olma Kriterleri.	3
Şekil 1.2: İşletme Yaşam Döngüsü.....	7
Şekil 1.3: Türkiye’de KOBİ Büyüklük Grubuna Göre Temel Göstergeler (TUIK, 2016).	12
Şekil 1.4: İmalat Sektörü Çalışan Sayılarına Göre Girişim Dağılımı (TUIK, 2016).	13
Şekil 4.1: OECD Ekonomik Görünüm Raporu-Mart 2018 [67].	34
Şekil 4.2: 2015 Yılı Plastik Ürünleri Sektörlerine göre Talep Dağılımı(Avrupa)....	35
Şekil 4.3: Bölgelere göre kişi başı plastik tüketimi (kg/kişi başı) [70]	36
Şekil 4.4: Yıllara Göre Plastik Mamul Üretimi.	39
Şekil 4.5: 2017 Yılı Plastik Ürünleri Alt Sektörler Üretim Dağılımı (1000 Ton).	40
Şekil 4.6: Plastik Sektörü Kapasite Kullanımı.	40
Şekil 4.7: Plastik Sektörünün Makine ve Teçhizat Yatırımı(Milyon\$).	41
Şekil 4.8: Plastik Mamul İthalatı (2014-2017).	41
Şekil 4.9: Değer Bazında Ükelere Göre Plastik İthalatı (milyon USD).	42
Şekil 4.10: Miktar Bazında Ükelere Göre Plastik İthalatı (1000 Ton).	42
Şekil 4.11: 2017 yılı Değer Bazında Plastik İthalatı.	43
Şekil 4.12: Plastik Mamul İhracatı (2014-2017).	43
Şekil 4.13: Miktar Bazında Ükelere Göre Plastik İhracatı (1000 Ton).	44
Şekil 4.14: Değer Bazında Ükelere Göre Plastik İhracatı (milyon \$).	44
Şekil 4.15: 2017 yılı Değer Bazında Plastik İhracatı.....	45
Şekil 5.1: Faaliyet Alanına Göre Ankete Katılan KOBİ'ler.	48
Şekil 5.2: Faaliyet Sürelerine Göre Ankete Katılan KOBİ'ler.....	48
Şekil 5.3: İstihdam Sayılarına Göre Ankete Katılan KOBİ'ler.....	48
Şekil 5.4: Ankete Katılan KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar.	49
Şekil 5.5: Ankete Katılan İşletmelerin Finansal Sorunları.	49
Şekil 5.6: Ankete Katılan KOBİ'lerin İhracat Yapması.	50
Şekil 5.7: İhracat hacimlerinin Değişimi.	50
Şekil 5.8: İhracat Yapmama Sebepleri.	50
Şekil 5.9: Tam Kapasite Çalışmama Nedeni.	51
Şekil 5.10: KOSGEB Desteğinin Kullanıldığı Alanlar.	51
Şekil 5.11: Ankete Katılan KOBİ'lerin Kullandıkları Performans Ölçümleri.....	52
Şekil 5.12: Tedarikçi Güvenirliğindeki Performansın Değişimi.	53
Şekil 5.13: Destek Alan KOBİ'lerin Kapasite Değişimi.....	53
Şekil 5.14: Destek Alan KOBİ'lerin Müşteri Memnuniyeti Değişimi.....	54
Şekil 5.15: Destek Alan KOBİ'lerin Karlılık Değişimi.	54
Şekil 5.16: Sorunların Spearman Analizi.	55
Şekil 5.17: Yıllık Net Satış Hasılatı ve Verilen Desteğin Hacmi Arasındaki İlişki. .	56
Şekil 5.18: İşletme Faaliyet Süresi ile Pazarlama Giderleri Arasındaki İlişki.	57
Şekil 5.19: İşletme Faaliyet Süresi ile Teknoloji Alımı Arasındaki İlişki.....	57
Şekil 5.20: Kredi Miktarı ile Kullanıldıkları Alanlar.	59

Şekil 5.21: Üretim Hattında Sorun Yaşayan İşletmelerle Makine Alımı Yapan İşletmeler Arasındaki İlişki.	60
Şekil 5.22: Üretim Hattında Sorun Yaşayan İşletmelerle AR-GE Yatırımı Yapan İşletmeler Arasındaki İlişki.	60
Şekil 5.23: AR-GE yatırımları ve Alınan Desteğin Yeterlilik Düzeyi.	61
Şekil 5.24: Yeni Kurulan İşletmelerle AR-GE Yatırımları Arasındaki İlişki.....	61



TÜRKİYE’DE PLASTİK İMALAT SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ’LERE SAĞLANAN KOSGEB FİNANSAL DESTEKLERİNİN KOBİ’LERİN PERFORMANSINA ETKİLERİ

ÖZET

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler(KOBİ), her dönem varlıklarını sürdürmüş olmalarına rağmen küreselleşme süreciyle beraber büyük işletmelerin hızla değişen müşteri taleplerine cevap verememeleri nedeniyle değerleri anlaşılmıştır.

KOBİ’ler, büyük işletmelere göre hızlı karar verebilme yetenekleri, düşük sermaye kullanımları, ana faaliyet alanlarına yoğunlaşarak teknolojik gelişmelerin entegrasyonunun maliyetinin az olması, esnek ve dinamik yapıları nedeniyle ekonomide büyük rol oynarlar.

Türkiye’de KOBİ’ler, toplam işletmelerin %99,9’unu oluştursa da toplam katma değer %55’ini oluşturmaktadır. İşletmelerin neredeyse tamamını oluşturan KOBİ’lerin ekonomiye katkılarının yarı yarıya azalması bu işletmelerin verimliliğini sorgulamamıza neden olmaktadır.

Yapılan çalışmalar, KOBİ’lerin finansal kaynakların yetersizliğini en büyük başarısızlık nedeni olarak tespit etmiştir. İstanbul Ticaret Odası’nın 2013 yılında yaptığı çalışmada; KOBİ’lerin kuruluş aşamalarında öz kaynak ihtiyacının %78,56 işletme sahiplerinin tasarruflarından, %7,71 oranında ise banka kredisinden karşılandığı gözlemlenmiştir. Kuruluş aşamasında kişisel birikimlerini kullanan işletme sahipleri, işletme sermayesi olarak kullanmaları gereken finansal kaynağı temin etmekte güçlük çekmektedirler.

Ülkeler KOBİ’lerin ekonomik ve sosyal kalkınmadaki paylarını arttırmak için bu işletmelere destek ve hibe mahiyetinde destekler vermektedir. Bu çalışma; Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından KOBİ’lere sağlanan kredi faiz desteğinin işletmelerin performansına finansal ve finansal olmayan performans göstergeleri açısından etkilerini araştırmaktadır. Kredi faiz desteğinin işletmelerin üretim, kalite ve standartlarına olan etkisine, finansal sorunlarına ne derece çözüm bulabildiğine, müşteri memnuniyetine katkısına ve tedarikçilerine olan güvenirliliğine etkilerini ölçmek için; finansal olmayan performans ölçütü olarak tedarikçi güvenirliliği, müşteri memnuniyeti ve finansal performans ölçütü olarak da karlılık başlıkları altında değerlendirmeler yapılmıştır.

Türkiye’de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren 3255 işletmeye online anket KOSGEB tarafından gönderilmiş ve 118 işletmeden yanıtları alınmıştır. Anketin sonuçları SPSS program kullanılarak tanımlayıcı istatistikler, Kruskal Wallis ve ki-kare testleriyle analizleri yapılmıştır.

Araştırma verilerini elde etmek için Türkiye’de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren, KOBİ tanımı içerisinde yer alan, ve KOSGEB kredi faiz desteğinden en az 1 kez yararlanmış işletmelere online anket uygulanmıştır. Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sorunlarından bahsedilmiş ve alınan desteğin bu sorunların çözümü için

ne derece etkili olduğuyla alakalı analizlere yer verilmiştir. İşletmelerin performansını arttırmak için desteğin verimliliği ölçölmeye çalışılmıştır.

Desteğin verimliliğini ölçmek için destek alındıktan sonra finansal ve finansal olmayan performans ölçömlerindeki değişime bakılmıştır. İşletmelerin ankette verdikleri cevaplar doğrultusunda en çok tercih ettikleri finansal performans ölçüm kriterleri işletme geliri, işletme gideri ve işletme karlılığıdır. Finansal olmayan ölçömlerden ise müşteri memnuniyeti ve ürün kalitesini performanslarını belirlemek için bi kriter olarak kullanılmaktadırlar.

KOSGEB tarafından verilen kredi faiz desteği miktarı arttıka işletmeler aldıkları finansı kredi borcu kapatmada, personel alımında ve Ar-Ge yatırımlarında kullanma eğilimi göstermişlerdir. Ar-Ge alanında yatırım yapan işletmelerin de desteği yeterli bulma oranı daha yüksektir.

Kapasite kullanımı, müşteri memnuniyeti, tedarikçi güvenilirliği ve karlılık performans ölçömlerinde işletmelerin yaklaşık %50 seviyelerinde değişmediğini, %40 seviyelerinde de iyileştiğini belirtilmişlerdir.

KOSGEB tarafından verilen desteğin KOBİ'lerin performansına etkilerini finansal ve finansal olmayan performans ölçömleriyle ölçen çalışma da desteğin verimliliğini arttıracak önerilere yer verilmiştir.

THE EFFECTS OF FINANCIAL SUPPORTS PROVIDED BY KOSGEB TO SMEs IN TURKISH PLASTICS MANUFACTURING INDUSTRY ON THE PERFORMANCE OF SMEs

SUMMARY

Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) exist always throughout the history, however, their importance was understood more when large enterprises are failed to respond fast changing consumer demands, particularly with the effect of globalization. Market dynamics indicate that SMEs are vital to the economy though mass production is done by large enterprises.

SMEs play a big role in the economy due to variety of reasons such as their flexible and dynamic structures, their ability to make decisions faster than large businesses, lower usage of capital, less costly integration of technological developments by concentrating on the core business areas.

Considering recent success of technology start-ups; it is obvious that small sized enterprises are maneuvering themselves towards technological advancements better than larger ones. However, this relative advantages of SMEs do not necessarily mean that they are the main source of economic growth.

Even though SMEs in Turkey constitute 99.9% of the total businesses, they only constitute 55% of total value added. This indicates a gap in terms of contribution to the economy by SMEs which constitute almost the whole of the enterprises, causes the efficiency of these enterprises to be questioned. This gap between added value and production is crucial to be understood in a developing country like Turkey. This study aims to understand the root cause behind this gap and possible solutions for SMEs to increase their ratio in total value added.

Previous studies in this area have identified the inadequacy of financial resources of SMEs as the greatest cause of failure. In a study conducted by Istanbul Chamber of Commerce in 2013; SMEs were found to have received 78.56% of their own resources from the savings of their owners and 7.71% from bank loans in their establishment stages. This massive imbalance hints a problem in terms of using bank loans. There has to be a set of factors that prohibits SME owners from using bank loans.

Business owners who use personal savings during the establishment phase have difficulty in providing the financial resources when they need to use as operating capital. When they fail to find an operating capital, this will likely lead to financial fail of SMEs. Though it is generally overlooked compared to founding capital, operating capital is very essential to sustain the enterprise life cycle.

In order to increase the share of SMEs in economic and social development, many countries provide support in the form of supports and grants for these enterprises. Turkey is one of those countries and it founded Small and Medium Industry Development Organization (KOSGEB) in 1990 to help SMEs with a public institution. There are many types of supports and grants that are provided by KOSGEB to SMEs.

In this study; credit interest support provided to the SMEs by the Small and Medium Industry Development Organization (KOSGEB), is investigated in terms of affecting performance of SMEs with respect to both financial and non-financial indicators.

To measure the effect of credit interest support for SMEs on production, quality and standards, the degree to which they can find solutions to financial problems, the contribution to customer satisfaction and the reliability of their suppliers; it's taken into account that supplier reliability and customer satisfaction are non-financial measures of performance; and profitability is measure of financial performance. This division between financial and non-financial measures is key to clarity of metrics and will strengthen the essence of the final argument.

An online survey was sent to three thousand two hundred and fifty-five SMEs operating in the plastics manufacturing industry in Turkey via KOSGEB and received answers from one hundred and eighteen of them.

Significant statistics knowledge employed to analyze data sets gathered through the online survey. Results of this survey were analyzed using regression, descriptive, Kruskal Wallis and chi-square tests via SPSS software.

In this study, effects of credit interest support on the performance provided to SMEs were investigated. To clarify the scope of this study, among all of types of support and grants that are provided by the Small and Medium Industry Development Organization (KOSGEB); only credit interest support was the main focus.

To obtain research data; the online survey was applied to SMEs, which are in compliance with the official SME definition, operating in the plastic manufacturing sector and have benefited from credit interest support provided by KOSGEB at least one time. These three constraints made it certain that this study is not missing any requirement or overstepping from its boundaries.

There are also a set of analyses relevant to the problems of businesses operating in the sector and the extent to which the support received is effective in solving these problems. Productivity of the credit interest support in terms of improving the performance of SMEs is tried to be measured with primary data.

One of the advantages of this study was to work with KOSGEB directly and accessing directly to SMEs with the help of KOSGEB. This access made it possible to collect data from first hand. Working with primary data strengthen the arguments of this study via broadening new horizons and approaches and saved this study to repeat the mistakes of previous studies, if there is any.

When the output of this online survey is evaluated; it becomes clear that the biggest problem in the plastics manufacturing sector and the reason for not working at full capacity are the financial problems of small and medium sized enterprises. To increase their performance and help themselves within the context of operating capital, as mentioned above, SMEs are in utmost need for financial help. In accordance with that; these financial problems are mainly stems from the high interest rates that banks are applying to loans they provided to SMEs.

The most preferred criteria for measuring the performances of SMEs operating in the plastics manufacturing sector are those of the following; business expenses, business income, business profitability, customer satisfaction and product quality.

When the outputs of the online survey are analyzed, some hypotheses have been established about the usage areas of support considering the operating age and also taking into account the business life cycle.

Operating age with respect to business life cycle plays a significant role here to interpret the survey results and assemble meaningful comparisons. It is pretty obvious that businesses are facing different problems when they were in introduction phase than they're in maturity phase. While the problems are differentiating from each other, their solutions are also distinct to each phase.

Findings of this study shows that SMEs that are provided by the credit interest support failed to use this support to overcome their problems. SMEs failed to prioritize their problems considering which business cycle phase they are in at that time. This shows us the importance of using business life cycle in this study and differentiating unique environment in each phase of this life cycle.

The output of this data shows that; as the amount of support received increased, businesses used this support more in the field of R&D. There was a significant relationship between the use of support in the R&D field by businesses and the volume of the support that SMEs are provided with.

This indicates that businesses tend to invest in R&D only if they perceive that they have enough financial resources to cover their core operations. After investing in R&D, these business also find out that the credit interest support they are provided with is efficient to solve their problems. Being able to invest in R&D makes these businesses confident in terms of best usage of support they have been granted.

For half of the surveyed SMEs, the changes in supplier credibility, capacity utilization, customer satisfaction and profitability performance values remained the same after the credit interest support they used to solve their financial problems. For the other half, these performance values improved after the credit interest support they have been provided by KOSGEB.

Even though credit interest support is helpful for SMEs, using this support into right places is still a step should largely taken into account by SMEs. If they are able to use this support efficiently, financial problems they face will be much less in terms of volume and less harsh in terms of affecting their capital adequacy.

This study not only emphasize the need for credit interest support for SMEs but also underline the need for supervision mechanisms to make SMEs better use of this support, alongside with other type of supports.

Results of this study will shed light on the effectiveness of credit interest support. These results might be used by institutions when they are evaluating types of supports and grants and their success. These institutions would not be limited to public ones such as KOSGEB, private institutions such as banks which are heavily investing in SMEs should develop new banking solutions related to credit interest support.



1. KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELER

Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ), ülkemizde ve dünyadaki bütün ekonomilerde varlıklarını sürdüren, büyük işletmelere göre daha az yatırımla kurulan, istihdama büyük katkı sağlayan, talep değişikliğine daha hızlı yanıt verebilen aynı zamanda büyük işletmelerin tamamlayıcısı olan işletmelerdir. KOBİ'ler ekonominin temel taşı olmanın yanı sıra bölgesel kalkınmayı da teşvik ettiklerinden sosyal açıdan da ülkelere katkı sağlarlar. Ülkeler yeni KOBİ'lerin faaliyete geçmesi ve halihazırda var olanların varlıklarını sürdürebilmesi için destek ve teşvik konusunda politikalar geliştirip, ekonomiye dinamizm kazandırmaya çalışırlar.

1.1 KOBİ'lerin Tanımlanmasında Kullanılan Ölçütler

KOBİ kavramı hemen hemen bütün ülkelerde kullanılan bir kavram olmasına rağmen; literatürde herkes tarafından kullanılan ortak bir tanım belirlenememiştir. KOBİ tanımlarındaki düzenleyici kısıtlamalar ülkelerin ekonomilerinin büyüklüğüne, sanayileşme seviyelerine, zamana, pazar büyüklüğüne ve üretim tekniğine bağlı olarak değişmektedir [1]. KOBİ'ler hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşımaktadır [2]. Aynı ülke içerisindeki farklı kuruluşlar tarafından bile sektörlerin çeşitliliğine göre KOBİ tanımı değişebilmektedir.

KOBİ'lerin piyasada var olabilmeleri için asgari gerekliliklerin, uluslararası pazarda rekabet güçlerinin ve büyümelerinin artırılması hususunda stratejilerin belirlenebilmeleri için KOBİ'leri tanımlamak ve sınıflandırmak gerekmektedir. Bu tanımlama ve sınıflandırma aynı zamanda devlet tarafından KOBİ'lere adaletli bir teşvik ve destek verebilmeye ve bunun için bütçeden ayrılması gereken kaynakları belirlemeye yardımcı olacaktır.

Ülkeler ve uluslararası organizasyonlar bu tanımı belirlerken nicel ve nitel ölçütlerden yararlanırlar. Bu nicel ölçütlerin başında;

- Sanayileşme düzeyi,
- Ekonomik düzey,

- Kullanılan teknoloji,
- Pazar büyüklüğü,
- Rekabet edebilme kapasitesi,
- Faaliyette bulunulan iş kolu,
- Üretilen malın özelliği,
- İstihdam edilen personel sayısı,
- Üretim toplamı ve iş gücü maliyeti toplamı,
- Sabit varlıklar ve sabit varlıkların değerleri gelmektedir [3].

KOBİ tanımlaması yapılırken başlıca kriter olarak kullanılsa da bazı nitel ölçütlerden de yararlanılır. Bu ölçütleri Koçel'e göre aşağıdaki gibi sıralayabiliriz [4]:

- İşletme yöneticisinin işletmenin sahibi olması,
- İşletmenin faaliyetlerine kurulduğu bölgede devam etmesi,
- İşletmenin faaliyetlerini sürdürdüğü iş kolunda bir yere sahip olması,
- İşletme sahibinin, sermayede bir payının olması,
- Faaliyetlerde uzmanlaşma,
- İşletme sahibi, yöneticisi ve çalışanları arasındaki ilişki,
- İşletme için gerekli olan krediye ulaşabilir olması,
- İşletmenin pazarlama ve satış konusundaki başarısı,
- Üretim alanında sahip olduğu sermaye ve emek gücünün olması.

Ülkelerin KOBİ kavramlarını incelediğimizde tanımlama yaparken ve kısıtlamaları belirlerken genellikle istihdam edilen personel sayısı, sermaye gücü, yıllık net satış hasılatı ve yıllık mali bilanço değeri gibi nicel ölçütlere yer verildiği görülmektedir.

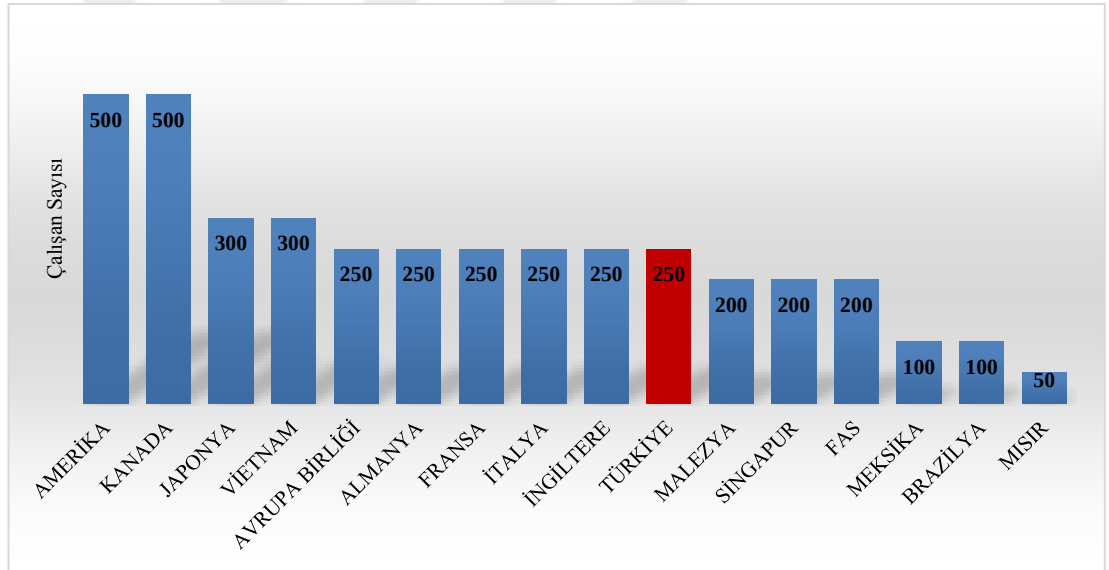
1.2 KOBİ Tanımlamaları ve Kapsamları

Ülkelerin ekonomik yapıları ve büyüklüklerinin farklı olması, bu ülkelerde yapılan KOBİ tanımlamaların farklı olması sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Amerika, Fransa, İngiltere, İtalya gibi gelişmiş ülkelerde resmi bir KOBİ tanımı yoktur. Amerika'da küçük işletmelere bilgi ve finansman sağlayan Küçük İşletmeler İdaresi (SBA), İngiltere'de Bolton Komitesi (BC), Fransa'da Law on Modernisation of the Economy üzerinden ülke genelinde kabul gören KOBİ tanımlamaları yapılmıştır.

KOBİ tanımı yapan ülkeler, kurum ve kuruluşlarca en çok tercih edilen ölçüt çalışan sayısıdır. Kanada, Fransa ve İtalya KOBİ tanımlaması yaparken sadece istihdam edilen çalışan sayısına bakmıştır. Çalışan sayıları da işletmelerin faaliyet alanlarına göre belirlenmiştir. Japonya, Malezya, Hindistan, Almanya, İngiltere gibi bazı ülkeler çalışan sayısını da sektör ayırımına giderek özelleştirmiştir.

Şekil 1.1’de imalat sektörü için; Küçük ve Orta Boy İşletme olabilmeleri için azami çalışan sayıları belirtilmiştir. Çizelgede gözüktüğü gibi Amerika ve Kanada’da çalışan sayısı azami 500 olurken, Avrupa’ya baktığımızda ise kıta genelinde büyük ölçüde benzerlik göstererek bu sayı 250’lere gerilemiştir. Singapur’u ayrı bir örnek olarak değerlendirmek kaydı ile çalışan sayısı kriterine baktığımızda, sayısal olarak değer azaldıkça ülkelerin ekonomik düzeylerinin de gerilediği varsayımında bulunabiliriz. Türkiye, çalışan sayısı kriteri bağlamında Avrupa Birliği(AB) ülkelerine benzerlik göstermektedir.



Şekil 1.1: İmalat Sektöründe Çalışan Sayısına Göre KOBİ Olma Kriterleri.

Ülkeler KOBİ kriterlerini belirlerken çalışan sayısı kriteri yanında yıllık net satış hasılatına göre de ayırım yapmışlardır. Amerika’da imalat sektörü için yıllık net satış hasılatı belirlenmemişken hizmet sektörü için bu tutar 7 milyon dolar, bilişim sektörü için 25 milyon dolar ve çiftlik endüstrisi için 250 bin dolar olarak kısıtlanmıştır. Hindistan’da ise KOBİ tanımı için sadece yıllık satış miktarına bakılmaktadır. Çizelge 1.1’de sınıflandırmada Yıllık satış hasılatı kriterini dikkate alan ülkelerin KOBİ olma üst sınırlarını aşağıda çizelge 1.1’deki gibi gösterebiliriz.

Çizelge 1.1: İmalat Sektöründe Yıllık Net Satış Hasılatına Göre KOBİ Kriterleri.

Ülke	Yıllık Satış Hasılatı (Milyon)
Avrupa Birliği	50 EUR
Almanya	25 EUR
Japonya	300 JPY
İngiltere	11.2 GBP
Meksika	250 MXN
Singapur	200 USD
Türkiye	40 TRY
Malezya	150 MYR
Hindistan	2.5 USD

KOBİ'ler Avrupa Birliği ekonomisinin belkemiğidir. Avrupa'daki işletmelerin yüzde 99.8'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır. AB, KOBİ'lerin ekonomiye katkılarını dikkate alarak, üye ülkeler arasındaki ticareti ve rekabeti bozmayacağı düşüncesinden hareketle, KOBİ'lere verilecek devlet yardımlarını istisna kapsamında değerlendirmekte ve bu yardımlara izin vermektedir. Birliğin KOBİ'lere sağlanacak devlet yardımlarının izin verilmesiyle, KOBİ'lere ilişkin birçok birlik politikası belirlenmiş, ancak hangi tür işletmelere verileceğini tanımlamak için farklı kriterlerin kullanılması, uygulamada ciddi sorunlara neden olmuştur. Üye ülkelerin devlet yardımı sağlayabilecekleri işletmelerin kapsamını belirlenmesinde ortak bir KOBİ tanımı önem arz etmektedir [5].

AB komisyon görüşmelerinde ortak KOBİ tanımı gerekliliğinden yola çıkarak, 2003/361/EC sayılı tüzük çerçevesinde AB'de 1 Ocak 2005'te yürürlüğe giren KOBİ tanımı çalışan kişi sayısı, yıllık ciroları veya bilanço büyüklüğü kriterlerinden oluşan ölçüleri kapsamaktadır [6]. Bu tanımlama, AB düzeyinde yapılmış, ancak esnaf ve sanatkâr işletmelerinin tanımı ilgili ülkelere bırakılmıştır.

Türkiye'de KOBİ'lerin sınıflandırılmasında; AB'ye uyum süreci çerçevesinde AB ile aynı ölçütlere bağlı kalınarak KOBİ tanımlaması yeniden düzenlenmiştir. Bu tanım, 10.09.2012 tarihinde Bakanlar Kurulu kararıyla "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ile kararlaştırılmıştır.

Çizelge 1.2 ve 1.3'te AB ve Türkiye için KOBİ tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında yönetmelik kapsamında olan işletmeler; ölçeklerine, mali bilançolarına ve türlerine göre aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır.

Çizelge 1.2 : Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı [6].

İşletme	Çalışan Sayısı	Yıllık Net Satış Hasılatı (Milyon EUR)	Yıllık Mali Bilanço Toplamı (Milyon EUR)
Mikro	<10	<2	<2
Küçük	<50	<10	<5
Orta	<250	<50	<43

Çizelge 1.3 : Türkiye'de KOBİ Tanımı [6].

İşletme	Çalışan Sayısı	Yıllık Net Satış Hasılatı (Milyon TRY)	Yıllık Mali Bilanço Toplamı (Milyon TRY)
Mikro	<10	<1	<1
Küçük	<50	<8	<8
Orta	<250	<40	<40

Çizelge 1.2 ve 1.3'te görüldüğü üzere, çalışan sayısı AB ile aynı kriterlere getirilirken; yıllık net satış hasılatı miktarı Türkiye'nin ekonomik yapısı dikkate alınarak daha düşük seviyede belirlenmiştir. Türkiye'de, 250 kişiden az çalışan istihdam eden, yıllık net satış hasılatı ve/veya yıllık mali bilançosu 40 milyon lirayı geçmeyen işletmelere KOBİ denilmektedir. KOBİ'ler de kendi içlerinde mikro, küçük ve orta boy işletmeler olarak üçe ayrılırlar.

Belirlenen KOBİ tanımlamaları ve çizilen sınırlarıyla, KOBİ'lere verilecek destek ve izlenecek politikalar için daha adaletli bir sistem kurulabilmektedir. KOBİ tanımında bir birliğin sağlanması, KOBİ'lerin rekabet gücünün ve büyümelerinin artırılması amacıyla geliştirilen ulusal ve bölgesel strateji ve politikaların hedef gruplarının belirlenmesinde gerekli bir önkoşuldur. Standartlaşmış ulusal limit değerler günümüzde ekonominin tüm sektörleri için kullanılır hale gelmiştir [7].

1.3 KOBİ'lerin Önemi ve Roller

1768 Sanayi devrimiyle tarım üretiminden çıkılıp, hızlı bir sanayileşme sürecine girilmiştir. Sonrasında ise üretimi arttırmak gerek sanayiciler gerek de akademisyenler için pratikte ve teorikte çok çalışılan bir alan haline gelmiştir.1900'lü yıllara gelindiğinde görece daha hızlı bir üretim sürecinden bahsetmek mümkündür. Bu hızlı

süreç, kitle üretim sistemi olarak literatürde yer almaktadır. Kitle üretimi, hızlı bir üretim süreci gerçekleştirmek için ürünleri standartlaştırmaya gitmiştir. Standartlaşan ürünler, büyük partiler halinde üretiliyor böylelikle verimlilik sağlanıyordu. Birinci ve ikinci dünya savaşlarından daha da güçlenerek çıkan Amerika Birleşik Devletleri ve bu sarsıntıyı çabuk atlatan Avrupa ülkeleri seri halde üretime devam etmişlerdir fakat ürettiklerini satamaz hale gelmişlerdir [8].

KOBİ'ler her zaman var olmuş olsa da, önem kazanmaları 1970'lerden sonra denk gelmektedir. Bu dönemden önce, büyük işletmeler düşük maliyetli üretim imkânları ve gelişmiş teknolojilerle ancak oluşan talebi karşılıyorlardı. Bu dönemden sonra müşterilerin istekleri hızla değişmeye ve çeşitlenmeye başladı. Büyük işletmeler, değişen taleplere karşı hızlı cevap veremez hale gelmiştir. Bunun yanı sıra piyasanın rekabetçiliğinin azalması gibi olumsuz etkiler yüzünden KOBİ'lerin önemi bir kez daha anlaşılmıştır.

1980'li yıllarda küreselleşme süreciyle beraber büyük firmalar hareket kabiliyetlerinin sınırlı olması, teknolojik gelişmelerin entegrasyon maliyetlerinin fazla olması, ekonomik gelişmelere uyum sağlama esnekliğinin az olması sebebiyle, ana faaliyetlerine yoğunlaşarak küçülmeye başlamışlardır. Diğer faaliyet alanlarını küçük işletmelere devredince KOBİ'lerin önemi daha çok artmıştır.

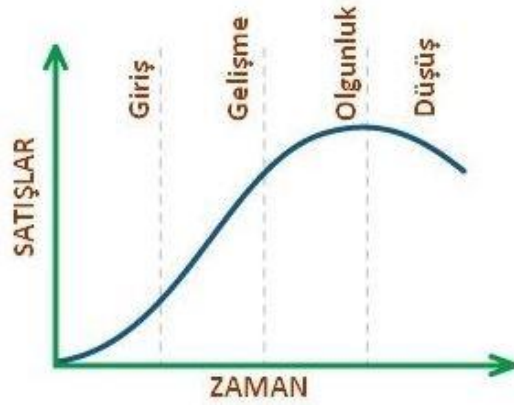
Ülkemizde KOBİ'lerin ekonomideki öneminin anlaşılması ise 1980'lerden sonrasına denk gelmiştir, özellikle AB uyumu süreci ise bu önemi ayrıca gündem konusu yapmıştır. 1990'lı yıllarda KOBİ'lere verilecek destek ve teşvik programları için KOSGEB kurulmuştur. 1996 yılında, KOBİ beyannamesi yayınlanarak KOBİ yılı ilan edilmiştir. Yeni düzenlemelerle KOBİ'lere resmen önem verilmiş ve ekonomideki varlığının etkisi gösterilmiştir. Gün geçtikçe KOBİ'lerin önemi birçok platformda konuşulup, tartışılmaya başlanmıştır. 2000'li yıllarda ise destek ve teşvik alan işletmelerin sayılarında önemli artışlar meydana gelmiştir.

Bağımsız olarak ayakta kalabilmek ve başarmak güdüsü ile yönlendirilen ve yönetilen küçük ve orta ölçekli işletmeler, bir ekonomideki dinamizmin en büyük göstergesidir ve o göstergede düşüş yaşanırsa ekonomi çökme noktasına gelebilir. Bir ekonominin canlılığı çok sayıda işletmenin faaliyete başlamasını ve bazılarının mevcut endüstri liderlerine meydan okuyarak ve yerini alabilecek kadar büyüyerek bir rekabet ortamının oluşturulmasını gerektirmektedir [9]. Ekonomiye dinamizm kazandırmak

için hükümetler büyüme eğilimi olan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin kuruluşu ve gelişmesini teşvik etmektedir.

1.4 İşletme Yaşam Eğrisi Çerçevesinde KOBİ'lerin GZTF Analizi

Ürün yaşam döngüsü, en tanınmış ve geçerlilik görmüş pazarlama konseptlerinden biridir. Ürünler piyasaya çıkar, satışları büyür ve olgunlaşma evresine ulaşır eğer ürün üzerinde bir yenilik yapılmayıp tekrar büyüme evresine döndürülemezse, o ürün ölüm evresine girer. Ürünler bu eğrilere sahip ise; bu ürünleri üreten işletmeler için de aynı eğriden bahsetmek mümkündür. İşletmelerin yaşam eğrisi, ürettikleri ürünler dahilinde devamlılık gösterirler. Şekil 1.2'de Grant'ın 4 ana başlıkta değerlendirdiği işletme yaşam eğrisi verilmiştir [10].



Şekil 1.2: İşletme Yaşam Döngüsü.

KOBİ'lerin büyük işletmeler karşısında, birçok avantaj ve dezavantajları, KOBİ'lerin kendi aralarında ise, yapılarından ve ülke ekonomisinden kaynaklanan tehdit ve fırsatlar bulunmaktadır. Ülkenin bölgesel kalkınması, yeni iş alanları açılarak istihdamın artırılması, müşteri isteklerine hızlı cevap verebilmesi ve piyasa koşullarına karşı esnek olabilmesi, bireylerin atıl kalan birikimlerinin ekonomiye kazandırılmasından dolayı KOBİ'lerin ülke ekonomik ve sosyal yapısının oluşturulması ve geliştirilmesi hususunda önemli bir rolü vardır. Her işletmede olduğu gibi KOBİ'lerde de işletme yaşam eğrisi ürün yaşam eğrisine benzerlik göstermektedir. Bu işletmeler için Güçlü yönler, Zayıf yönler, Tehditler, Fırsatlar (GZTF) analizini ürün yaşam eğrisi çerçevesinde incelemek mümkündür.

1.4.1 Giriş aşaması

İşletme yaşam eğrisinin ilk aşamasıdır. KOBİ'lerin piyasaya giriş aşaması olarak değerlendirebiliriz. İşletmeler için en büyük zorluk; teknolojik, pazar, örgütsel ve stratejik belirsizliktir.

Büyük işletmelere göre daha az yatırım maliyetiyle kurulan KOBİ'ler aynı zamanda kişisel ve aile birikimlerinin ekonomiye kazandırılmasını sağladığından, işletmenin piyasaya girişini ve sermaye oluşumunu hızlandırırlar.

Girişimciler tarafından ikamet ettikleri yerlerde kurulan KOBİ'ler ülkenin belli bir bölümünde olmaması ve geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel farklılıkları gidermesi açısından sosyal hayatta da önemli rolleri vardır. Bölgeler arası dengeli kalkınmayı sağlayarak, insanların büyük şehre göç etmesini engeller ve onlara istihdam alanları yaratır. Bu sayede bölge sanayisinin gelişmesi açısından bir başlangıç oluştururlar.

Türkiye'de KOBİ'ler 2014 yılındaki istatistiklere göre toplam istihdamın %73.5'luk kısmını oluştururlar. Bu oran Avrupa İstatistik Ofisi'nin 2015'teki verilerine göre; İspanya'da %78.8'lere çıkarken, Almanya'da %50.64 seviyelerine, İngiltere'de ise %43.32 oranına düşse de büyük işletmelere göre toplam istihdamdaki payları KOBİ'lerin genel olarak daha fazladır. Bu tür işletmeler, giriş evresinde bölgedeki istihdamı arttırıcı bir görev de üstlenmişlerdir. Çizelge 1.4'te Avrupa İstatistik Kurumunun (Eurostat) 2015'teki verilerine göre yüzdeler hesaplanmıştır.

Çizelge 1.4 : Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Durumu 2015 [11].

Ülkeler	Tüm İşletmeler İçindeki Payı (%)	Tüm İstihdam İçindeki Payı (%)
Danimarka	98.21	56.60
Almanya	97.77	50.64
Yunanistan	99.19	59.06
İspanya	99.45	78.82
Fransa	99.30	76.58
İtalya	99.71	56.41
Portekiz	99.53	78.36
Finlandiya	99.48	72.45
İngiltere	99.40	43.32

KOBİ'ler ürettikleri ürün veya hizmeti satmak için iç ve dış müşteriler arayarak, sektördeki pazardan bir pay elde etmeye çalışacaklardır. Sektörü tanımayan bir işletmeci, pazar arayışı için bir danışmandan yardım almak zorundadır. Kuruluş aşamasındaki KOBİ'nin en büyük dezavantajı pazar belirsizliği ve bu belirsizliği bertaraf etmek için alacakları danışman yardımının maddi yükümlülüğüdür.

İşletmeler üretecekleri ürünler için teknolojik altyapılar kurmak zorundadırlar. Büyük işletmelere göre daha düşük sermaye yapısıyla sektöre başlayan KOBİ'ler, bu seçimlerinin üretim amaçlarına uygunluğunu iyi analiz etmek zorundadırlar. Aksi durumda, yanlış teknoloji seçimine ve yatırımların yanlış yöne kaymasına sebebiyet verebilirler.

1.4.2 Büyüme aşaması

KOBİ'ler kuruluş evresini tamamladıktan sonra sektör yaşam evresinin ikinci aşaması olan büyüme evresine girerler. Büyüme evresinde işletmeler daha kolay pazar payı elde eder [12].

KOBİ'lerin en büyük avantajı, büyük işletmelere göre taleplere ve teknolojik yeniliklere karşı daha esnek yapıya sahip olmalarıdır. KOBİ'lerde karar alma mekanizmalarının başında, yönetici olarak işletme sahipleri yer almaktadır. Bu durum büyüme evresinde, değişime uyum sağlama ve çabuk karar verme konularında büyük firmalardaki gibi gereksiz bürokrasiye neden olmadığı gibi, uygulamaya geçme konusunda büyük avantaj sağlamaktadır.

Büyük firmalara göre taleplere daha hızlı cevap verebilen KOBİ'ler, kararları çalışanlarla beraber aldıkları için uygulamaya konulduğunda daha başarılı olurlar.

Büyüme evresinde piyasaya çok sayıda rakip firma girmesine rağmen, KOBİ'ler müşterileriyle yakından ilgilendiği için müşteri memnuniyeti konusunda büyük firmalara göre daha başarılıdır.

KOBİ'ler ekonomik kalkınmaya tek başlarına katkı sağlayabildikleri gibi, hammadde, yarı mamul, nihai ürün veya hizmet üreterek, büyük işletmelerin tamamlayıcısı olarak lokomotif görevi de üstlenebilirler. Böylece 'yan sanayi' oluşturma işlevine de çözüm sağlamış olurlar [2].

1.4.3 Olgunluk aşaması

Sektör yaşam eğrisinin üçüncü evresi olgunluk aşamasıdır. Bu evrede işletmeler, pazar paylarını korumaya çalışırlar.

KOBİ'lerin olgunluk evresinde yaşadığı en önemli sorunlardan biri hammadde darboğazı ve hammadde kalitesi ile ilgili sorunlardır. KOBİ'lerde hammadde ve yarı mamul madde sorununun finansman yetersizliğinden kaynaklandığı söylenebilmektedir. Finansman sorunu KOBİ'lerin kaliteli hammadde alma ve stoklama imkanını engellemektedir [13].

1.4.4 Düşüş aşaması

İşletme yaşam eğrisinin son bölümü düşüş aşamasıdır. Bu dönemde, korunmaya çalışılan pazar paylarında talebin değişmesiyle bir gerileme meydana gelir. Bu evrede

müşteriler ürün farklılaştırmaya gitmek isteyecektir ve müşterinin pazarlık gücü rakiplerin de etkisiyle yoğun olarak artacaktır.

KOBİ'ler satışlarındaki düşüşü gözlemleyip, yeni pazar arayışlarında bulunurlar. İç pazarda büyüme sağlamak için işletme sahibi veya yöneticisinin araştırma yapması gerekmektedir. Uygun bir strateji için yöneticilerin bilgi ve yeteneğe yeteri kadar sahip olamadıklarından danışmanlık şirketlerinden yararlanmaları gerekir. Yeni pazar arayışları için bilgi toplamak maliyetli olduğundan, işletmeciler bulundukları bölgeden dışarı çıkmayı tercih etmezler. Dış pazarda büyümeleri için ise fuarlara katılım sağlanması, yurtdışı yatırım danışmanlığı konusunda destek alınması gerekmektedir. Bu desteğin kendi öz kaynaklarından sağlaması zor olduğundan devlet tarafından destek almaya çalışırlar. Destek alamayan işletmeler için dış pazarda faaliyet göstermek işletmeyi mali açıdan zorlamaktadır. Pazar payları ve satış hacimleri sınırlanan işletmeler olumsuz rekabetin de etkisiyle büyüme hedeflerini gerçekleştiremez hale gelirler.

KOBİ'lerin sermayeleri, işverenin mali durumuna bağlı olduğundan sınırlıdır ve işverenler finansman ihtiyacını öz kaynaklarından karşılarlar. 'Krediler, alternatif finansman teknikleri ve devlet yardımlarının, KOBİ'lerin finansmanındaki rolü' konulu çalışmada, 72 KOBİ üzerinde yapılan çalışma sonucunda 41 işletmenin yani işletmelerin yarısından fazlasının finansman kaynakları hakkında bilgi sahibi olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır [14]. Bilgi sahibi olan işletmeler ise öz sermayeleri yetersiz kaldığı zamanlarda, kredi veren kuruluşlardan finans ihtiyaçlarını karşılamak isterler ve bu durum üretim maliyetlerini arttırmaya neden olmaktadır. Bankaların işletmelere kredi açma hususundaki yaklaşımı, yasal düzenlemelerdeki yetersizlikler, kredi için işverenlerden teminat isteme gibi yaklaşımlar KOBİ'lerin finansman araçlarından yararlanmalarını azaltmaktadır.

Ülkemizde özellikle son yıllarda devlet finansal ve teknolojik destek ve teşviklerinin artırılması, KOBİ'lerin sürdürülebilirliği açısından fırsat olarak değerlendirilmektedir. Fakat; KOBİ'lere destek sağlayan kurumların artması sonucu kurumlar arası koordinasyon eksikliği ortaya çıkmış ve işletmelerin bilgiye ulaşması güçleşmeye başlamıştır. Destek ve teşviklerden yararlanmayı arttırmak için koordinasyon eksikliğinin düzeltilmesi gerekmektedir.

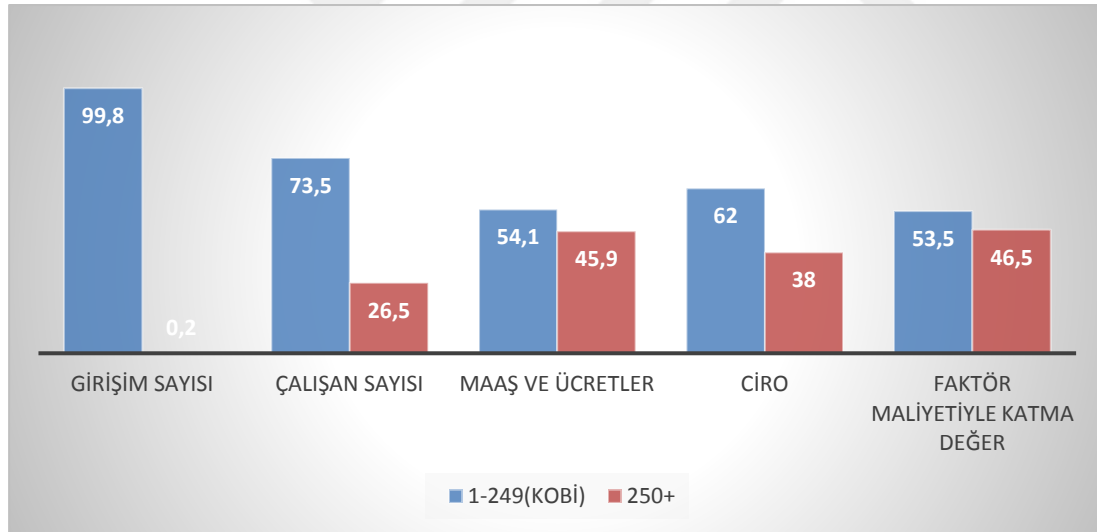
1.5 KOBİ'lerin Türk Ekonomisindeki Yeri

KOBİ'ler gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ekonomilerde olduğu gibi ülkemizde de gerek sayıları gerekse istihdama ve üretime yapmakta oldukları katkılar itibariyle önemli bir yere sahiptirler [15].

2013 yılında, Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) verilerine göre Türkiye'de 3.529.541 girişim faaliyet göstermiştir ve bu işletmelerin 5210 büyük boy işletme olarak faaliyet göstermektedir.

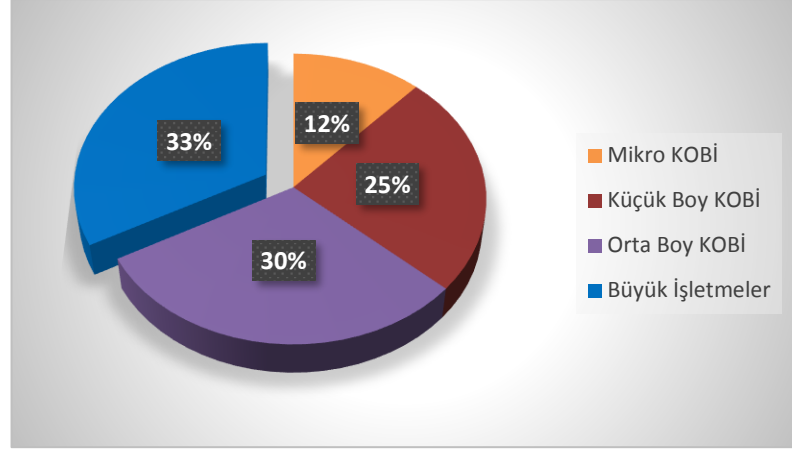
Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), 2016 yılında toplam girişim sayısının %99,8'ini oluşturmuştur. Buna karşılık; istihdamın %73,5'ini, maaş ve ücretlerin %54,1'ini, cironun %62'sini, faktör maliyetiyle katma değer (FMKD) %53,5'unu sağlamaktadır. (TUIK,2016)

Şekil 1.3'te KOBİ ve Büyük İşletmelerin büyüklük grubuna göre karşılaştırmalı yüzdeler payları verilmiştir (2016).



Şekil 1.3: Türkiye'de KOBİ Büyüklük Grubuna Göre Temel Göstergeler (TUIK, 2016).

TUIK'in 2013 yılı iş kayıtlarına göre; İmalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin %33'lük kısmını büyük boy işletmeler oluşturmaktadır. İmalat sektörü için geriye kalan girişimlerin de %30'unu orta boy KOBİ'ler, %25'ini küçük boy KOBİ'ler ve geriye kalan %12'lik kısmını da mikro boy KOBİ'ler oluşturmaktadır. Şekil 1.4'te büyüklüklerine göre imalat sektörü çalışan sayıları dağılımı verilmiştir.



Şekil 1.4: İmalat Sektörü Çalışan Sayılarına Göre Girişim Dağılımı (TUIK, 2016).

2016 yılında yayınlanan TUIK Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistiklerine göre; imalat sanayindeki KOBİ'ler yoğunluklu olarak düşük teknoloji ile çalışmışlardır. Küçük ve orta büyüklükte imalat sanayindeki girişimler teknoloji düzeylerine göre sınıflandırıldığında, %59.7'si düşük teknoloji ile çalışırken, bu girişimler istihdamın %54'ünü, faktör maliyetiyle katma değerın ise %43.4'ünü oluşturmuşlardır. (TÜİK,2016)

KOBİ'ler hızlı değişen taleplere uyum yetenekleri, esnek üretim yapıları, bölgesel kalkınmadaki önemleri, işsizliğin azaltılması başlıca olmak üzere ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıları noktasında önem arz etmektedirler [16]. Bu sebepler göz önünde bulundurularak, ülkeler KOBİ'lerin doğmaları, büyümeleri, gelişmeleri ve hayatta kalmaları için KOBİ politikaları geliştirmektedirler. Bu kapsamda ülkeler destek ve teşvik vererek, KOBİ'lerin rekabet güçlerini arttırmaya çalışmaktadırlar.



2. KOBİ'LERİN FİNANSAL SORUNLARI VE TÜRKİYE'DE KOBİ'LERE FİNANSAL DESTEKLER SAĞLAYAN KURULUŞLAR

KOBİ'lerin ağır vergi yükü, yetersiz pazarlama faaliyetleri, yatırım ve teşvik eksiklikleri, yönetim ve organizsyonel problemleri, iş gücü sorunları gibi iç ve dış kaynaklı sorunları vardır. Bu tür işletmeleri en çok etkileten sorunların başında da finansal kaynaklı sorunlar yer almaktadır.

2.1 KOBİ'lerin Finansal Sorunları

Bir işletmenin faaliyetlerine başlayabilmesi ve sürdürebilmesi için gerekli olan en büyük faktör finansmandır ve yapılan araştırmaların sonucunda finansman yetersizliği KOBİ'lerin en büyük sorunlarından biri olarak gösterilmiştir [17]. KOBİ'lerin yaklaşık %39'u finansman eksikliğini kendi büyümelerinde ana kısıt olarak belirlemişlerdir ve bu oran büyük işletmelerde %32'lere düşmektedir [18].

Küçük işletmelerin finansal sorunların sebebiyet verdiği başarısızlık nedenleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- Yetersiz sermaye ile işe başlanması,
- Pazarlama konusundaki yetersizlikler,
- Sabit varlıklara aşırı sermaye bağlanması,
- Alacaklıların yönetimindeki başarısızlık,
- Çok fazla işle uğraşılması,
- Sağlıksız büyüme,
- İşletme sahibinin veya yöneticinin yanlış kararlar alması KOBİ'lerin finansal sorunlarının başında gelmektedir [19].

2.1.1 Özkaynak yetersizliği

KOBİ'ler kuruluş aşamalarında sermaye olarak işletme sahiplerinin şahsi tasarruflarını veya yakınlarından aldıkları borçlarını öz kaynak olarak kullanmaktadırlar. Yeterli öz

kaynağa sahip olunmaması KOBİ'lerin büyümesini ve yeni yatırımlara ve teknolojik alt yapılara ulaşabilmelerini güçleştirmektedir. Kuruluş aşamasında sınırlı kaynaklarla kurulan işletmeler, büyük boy işletmelere göre daha fazla zorluk çekerler.

İstanbul Ticaret Odası'nın 2013 yılında yaptığı İstanbul Küçük Sanayi Kapasite Kullanım Araştırmasında, KOBİ'lerin %78.56'sının işletme sahiplerinin tasarrufları, %7.71'inin de banka kredisiyle öz kaynak ihtiyacını karşıladığı ortaya çıkmıştır.

İşletme sahipleri bağımsızlık eğiliminde olduklarından öz sermayesini ortakla güçlendirme konusunda çekimser davranırlar. Öz kaynağını ortaklarla güçlendiremeyen işletmeler; piyasaya ayak uydurmak için finansal destek almak zorundadırlar. İşletme sermayelerini, risk seviyesi yüksek olan kredilerle güçlendirmeye çalışırlar. Bunların başında gelen banka kredileri de yüksek faizle küçük işletmeleri zorlamaktadır.

Bu zorluğu atlatabilen işletmeler, rekabet güçlerini arttırarak piyasada yer sahibi olmayı başarabilirler.

2.1.2 İşletme sermayesi yetersizliği

KOBİ'lerin faaliyetlerini devam ettirebilmeleri, hammadde satın almaları, stok bulundurabilmeleri, vadeli satış yapabilmeleri, teknolojik alt yapılarını talebe göre yenileyebilmeleri, pazarlama giderleri gibi harcamalarını işletme sermayesiyle karşılanmaktadır.

Ülkelerde yaşanan ekonomik dalgalanmalar, yüksek enflasyon ve faiz oranları KOBİ'lerin işletme sermayelerini ciddi düzeyde etkilemektedir. İşletme sermayesinin alım gücü azalan KOBİ'ler öz sermayeleri de yetersiz kaldığından farklı kaynaklardan borçlanmaya çalışmaktadırlar. Kredi aracılığıyla borçlanmaya çalışan işletmelerin, yüksek faiz oranlarıyla kar marjları azalmakta ve kredi borçlarını ödemekte zorluk çekmeye başlamaktadırlar.

Çalışma sermayesini sabit varlıklara bağlayan işletmeler de bir süre sonra zorluk çekmeye başlamaktadır. İşletme sahipleri veya yöneticilerin kazandıkları sermayenin nasıl değerlendirilmesi gerektiğiyle alakalı danışmanlardan yardım almaları daha sonra finansal zorluk çekmelerini engelleyecektir.

2.1.3 Finansal bilgi eksikliği

KOBİ'lerin finansal sorunlarından biri de işletme yöneticilerinin finansal bilgi eksikliğidir. İşletme sahipleri, işletmenin çoğu zaman hem yöneticisi hem pazarlama uzmanı hem de finansal uzmanı görevindedir. Kurumsal bir yapının olmadığı KOBİ'lerde işletme sahibine tüm işler yüklenmiş durumdadır ve bu durum kişinin bir konuda uzmanlaşmasını engellemektedir.

Bilgi eksikliği, kredi almak için gerekli fizibilite etüdüne, müşterilerin yanlış değerlendirilmesine, finansal ihtiyacı karşılamak için çekilen kredi riskinin doğru hesaplanmamasına ve vadeli satışlardaki ödeme politikalarının yanlış belirlenmesine yol açabilir.

2.1.4 Ekonomik istikrarsızlıklar

Türkiye'de tasarruf eğiliminin az olması, yüksek faiz oranları, kişi başına düşen milli gelir düşüklüğü, ülkemizde yatırıma aktarılan paranın istenilen seviyelerde olmamasına neden olmaktadır.

Öz sermayesi yetersiz olan KOBİ'ler, ekonominin istikrarsız olduğu dönemlerde yüksek faizle kredi çekmek zorunda kalıp, işletme karı ile aldıkları kredi faizlerini ödemeye çalışırlar. İşletmenin kar edemediği dönemlerde de ödeme zorlukları çekmektedirler.

2.1.5 Kredi yoluyla finansman sağlanmasındaki zorluklar

Sermaye birikimi yeterli olmayan KOBİ'lerin en büyük sorunu kredilerle finansal desteğin sağlanmasıdır.

KOBİ'ler yüksek faiz, teminat koşullarının zorluğu, vade süresinin uzunluğu ve kredi miktarının yetersizliğinden finans kuruluşlarından yeterli miktarda kredi sağlayamamaktadırlar [20].

Finans kuruluşları büyük firmalara sağladıkları kredi kolaylığını KOBİ'lere uygulamıyorlar. KOBİ'lere ihtiyaçları olan kredi miktarını vermedikleri gibi uzun vadeli ödeme kolaylığı sağlanmaması, kredi verilirken fazla bürokrasinin olması kredi almanın zorlukları arasındadır.

Kredi zorluklarını atlatıp, kredi alabilen işletmeler de bankalardan yüksek faizli kredi alabildikleri için finansman giderleri yükselmektedir ve yükselen giderlerini ürünlerine yansıttıklarında pazar payını kaybetme riskiyle karşılaşır.

KOBİ'ler kuruluşları esnasında çoğunlukta öz sermaye kullanımına yönelseler de, değişen taleplere ayak uydurmak için sürekli bir teknolojik değişim trendi içerisinde oldukları ve bu sebeple ek yatırıma ihtiyaç duymaktadırlar. Kredi maliyetlerinin yüksek olması KOBİ'lerin karlılığını ve operasyonların sürdürülebilirliğini azaltmaktadır.

Kredi sağlamada karşılaşılan bir diğer sorun da krediler karşılığında bankalar tarafından istenilen teminat zorunluluğudur. İşletme sahiplerinin çoğu öz sermayeyi sağlamak için gayrimenkul satışı gerçekleştirip işe başlarlar. İşletme sermayesi için ihtiyaç duydukları krediler için bankalar teminat için işletmeye ya da işletme içinde kullanılan makinelere, araç ve gereçlere bakmaksızın bir gayrimenkul istemektedirler. Bu teminat zorluğu KOBİ'leri zora sokmaktadır.

KOBİ'ler finansal zorluklarla yüzleşirken, kendi potansiyellerini kullanmakta zorluk çekerler. Kobilere gerekli olan finansal destek sağlanmasıyla, onlardan ekonomiye katkı sağlamalarını bekleyebiliriz.

Kobilerimizin uygun ekonomik koşullarda büyüebilmesi ve öz sermaye karlılığını artırabilmesi için finansal kaldıraçlardan yararlanması gerekmektedir. Ne yazık ki, istihdam ve katma değer açısından bu kadar önemli rol oynayan KOBİ'lerimizin bankacılık sisteminden bu noktada yeterince yararlandığını söylemek mümkün değildir. Sorun o kadar büyüktür ki, Türk KOBİ'lerinin %50'sinden fazlası, finansman araçlarına ulaşmada ortaya çıkan finansman maliyetini, büyüme planlarını etkileyen kısıtlamalardan birisi olarak görmektedir [21].

2.2 Türkiye'de KOBİ'lere Finansal Destekler Sağlayan Kuruluşlar

2.2.1 Kredi garanti fonu

Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. 1991 yılında, tüm işletmelerin finansmana erişimini kolaylaştırmak ve Türkiye'nin büyüme ve kalkınmasına destek sağlamak amacıyla kurulmuştur [22]. Bu kuruluş, yeni iş kurma, mevcut işleri geliştirmek, hammadde temini, işyeri taşıma, yeni teknolojik altyapıya sahip olma ve

işletme sermayesinin yetersiz kaldığı her alanda işletmecilerin en düşük maliyetle orta ve uzun vadeli kredi alabilmelerini amaçlamaktadır.

2.2.2 Türkiye esnaf ve sanatkârlar kredi ve kefalet kooperatifleri birlikleri merkezi birliği (TESKOMB)

1970 yılında KOBİ'lere mesleki faaliyetleri için gerekli krediyi sağlamak veya kredi ve banka teminat mektubu almak üzere kefil olarak finansman ihtiyacını karşılamaya çalışan TESCOMB aynı zamanda eğitim, denetim ihtiyaçlarını gidermek ve kamu kaynaklarının verimli ve etkin kullanımını sağlamak için faaliyet göstermektedir.

TESKOMB'un sağladığı krediler; işletme kredisi, tesis kredisi, aylık eşit taksitli işletme kredisi, istihdamı destekleme kredisi, ihracat tesis kredisi, iskonto kredisi ve şoför taşıt edindirme kredisi şeklinde sıralanabilir.

2.2.3 Teknoloji ve yenilik destek programları başkanlığı (TEYDEB)

Ülkemizin sürdürülebilir gelişmesine hizmet etmek için kurulan TUBİTAK tarafından endüstriyel araştırma ve teknolojiyi geliştirmek, yenilikleri desteklemek, üniversite-sanayi ilişkilerini geliştirme görevini TEYDEB tarafından yürütmektedir [23]. TUBİTAK ile de ortak projeler yürüterek sanayi kuruluşlarının Ar-Ge projelerine %60'a varan oranlarda hibe şeklinde destekler sağlanmaktadır [24].

2.2.4 Türk Eximbank

Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Türk Eximbank) 1987 yılında, ihracatın geliştirilmesi, ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması, girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması, ihracatçılar ve yurt dışında faaliyet gösteren müteahhitler ve yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvence sağlanması, yurt dışında yapılacak yatırımlar ile ihracat veya döviz kazandırma maksadına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesi amacıyla kurulmuştur [25]. Türk Eximbank'ın kullandığı krediler aşağıdaki gibidir [26].

-Kısa Vadeli İhracat Kredileri (Sevk Öncesi İhracat Kredileri, Dış Ticaret Şirketleri Kısa Vadeli İhracat Kredileri)

-Özellikli Krediler (Yurtdışı Mağazalar Yatırım Kredisi, Özellikli İhracat Kredisi, Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı, Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetlerine Yönelik Teminat Mektubu Programı)

-Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler (Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi, Turizm Pazarlama Kredisi, Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi)

-İslam Kalkınma Bankası Kaynaklı Krediler

2.2.5 Türkiye halk bankası

1938 yılında Türkiye Halk Bankası'nın, bölgenin lider KOBİ bankası olma ve KOBİ'lerin ve bireysel müşterilerin ilk sırada tercih etmesi ana hedeflerine sahiptir [27]. Müşteri segmentasyonu kapsamında, KOBİ'lere özel ürün ve hizmet satmak için çeşitli krediler sağlarlar. Bunlar;

- İhracat Destek Paketi
- İmalat Destek Paketi
- Makine İmalat Destek Paketi
- Teknoloji, AR-GE, İnovasyon Destek Paketi
- KOBİ Turizm Sektörü Destek Paketi
- Hizmet ve Ticaret Sektörü Destek Paketleri
- Sanayi Bölgeleri Destek Paketi
- Taahhüt Sektörü Destek Paketi
- Taşımacılık Sektörüne Destek Paketi
- Şoför Esnafına Plaka Teminatlı Kredi
- Medikal Kredi Paketi
- POS İş Yeri Paketi
- Lisanssız Elektrik Üretimini Destek Paketi
- Franchising Destek Paketi
- Tarım Destek Paketi olarak sınıflandırılırlar.

2.2.6 Küçük ve orta ölçekli sanayi geliştirme ve destekleme idaresi başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB, 1990 yılında 3624 sayılı kanunla, KOBİ'lerin rekabet güçlerini geliştirmeye ve girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmaya yönelik destek ve hizmetler sunarak ekonomik ve sosyal kalkınmadaki paylarını arttırmak için kurulmuştur [28].

KOSGEB, ikiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan ve

-Madencilik ve taş ocakçılığı,

-İmalat,

-Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı,

-Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri,

-İnşaat,

-Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı,

-Ulaştırma ve depolama,

-Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri,

-Bilgi ve iletişim,

-Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler,

-İdari ve destek hizmet faaliyetleri,

-Kültür, sanat ve diğer hizmet faaliyetleri sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'ler ve girişimciler destek ve hizmet sağlanmaktadır [29].

2.1.1.1 Girişimcilik destek programı

Girişimcilik destek programı, ülkemizde girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulması, girişimcilerin iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve beceri sahip olmaları, bu süreçte kendi rol ve sorumluluklarının farkına varmaları ve kendi iş fikirlerine yönelik iş planı hazırlayabilecek bilgi ve deneyim kazanmaları amacıyla başarılı işletmelerin kurulmasını sağlamak amacıyla girişimler destekler.

Yeni girişimci desteğine; Uygulamalı girişimcilik eğitimini tamamlayan girişimcilerin kurdukları işletmeler ile İş Geliştirme Merkezinde (İŞGEM) yer alan işletmeler başvurabilir.

KOSGEB; işletme kuruluş desteği olarak 2000 TL, makine, teçhizat, ofis donanım ve yazılım desteği olarak 18.000 TL, işletmenin kuruluş tarihinden itibaren 24 (yirmi dört) ay içinde gerçekleşen işyeri kirası ve personel net ücretlerine yönelik olarak, aylık azami 5000 TL ve toplamda geri ödemesiz olarak 30.000 (otuz bin) TL geri ödemesiz destek sağlanır. Sabit Yatırım Desteği kapsamında, işletme kuruluş tarihinden itibaren 24 (yirmi dört) ay içinde satın alınan/alınacak makine, teçhizat ve yazılım için teminat karşılığı geri ödemeli olarak 100.000 (yüz bin) TL destek sağlanır [30].

2.1.1.2 Genel destek programı

Genel destek programı, ekonomik ve sosyal ihtiyaçları karşılanmak, küçük ve orta ölçekli işletmelerin payını ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek üzere verilmektedir.

Genel destek programı kapsamında KOSGEB tarafından verilen destekler; yurtiçi fuar desteği, yurtdışı iş gezisi desteği, tanıtım desteği, eşleştirme desteği, nitelikli eleman istihdam desteği, danışmanlık desteği, eğitim desteği, enerji verimliliği desteği, tasarım desteği, sınai mülkiyet hakları desteği, belgelendirme desteği, test, analiz ve kalibrasyon desteği, bağımsız denetim desteği, gönüllü uzmanlık desteği ve lojistik desteğidir [31].

2.1.1.3 İş birliği güç birliği destek programı

İş birliği- güç birliği destek programı için en az 5 (beş) işletmenin, orta-yüksek ve yüksek teknoloji alanlarında gerçekleştirilmesi durumunda en az 3 (üç) işletmenin bir araya gelerek;

-Proje ortağı işletmeler mevcudiyetlerini koruyarak kurulacak işletici kuruluşa ortak olmaları,

-Proje ortağı işletmelerin bir kısmı ya da tamamı kendilerini feshederek kurulacak işletici kuruluşa dâhil olmaları,

-Proje ortağı işletmelerin bir kısmı kendilerini feshederek ortaklardan birinin bünyesinde birleşmesiyle yararlanabilirler.

KOBİ'lerin iş birliği-güç birliği anlayışıyla bir araya gelerek; ortak tedarik, ortak tasarım, ortak pazarlama, ortak laboratuvar, ortak imalat, ortak hizmet sunumu ve benzeri konular ile Orta-Yüksek ve Yüksek Teknoloji alanlarında hazırlayacakları ortak imalata yönelik iş birliği-güç birliği projelerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır [32].

2.1.1.4 KOBİGEL - KOBİ gelişim destek programı

KOBİ'lerin ulusal ve uluslararası hedefleri doğrultusunda ekonomideki paylarının ve etkinliklerinin artırılması, rekabet güçlerinin ve sağladıkları katma değer in yükseltilmesi amacıyla hazırlayacakları projeleri KOSGEB KOBİ gelişim destek programı kapsamında destekler.

Proje kapsamında verilecek desteğin üst limiti geri ödemesiz 300.000 (üçyüzbin) TL ve geri ödemeli 700.000 (yediyüzbin) TL olmak üzere azami 1.000.000 (birmilyon) TL'dir [33].

2.1.1.5 ARGE, inovasyon destek ve endüstriyel uygulama destek programı

Ar-Ge ve inovasyon programının amacı; bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahip küçük ve orta ölçekli işletmeler ile girişimcilerin geliştirilmesi, yeni ürün, yeni süreç, bilgi ve/veya hizmet üretilmesi konularında yürütülen projelerin KOSGEB tarafından desteklenmesidir.

Bu program, Ar-Ge ve inovasyon ile endüstriyel uygulama programları olmak üzere iki alt programdan oluşur. ARGE inovasyon desteği programı dahilinde KOBİ'lere; işlik tahsisi veya kira desteği, makine-teçhizat, donanım, hammadde, yazılım ve hizmet alımı giderleri desteği, personel gideri desteği ve başlangıç sermayesi desteği olarak sağlanmaktadır. Endüstriyel uygulama programı dahilinde de kira desteği, makine-teçhizat, donanım, sarf malzemesi, yazılım ve tasarım giderleri desteği ve personel gideri desteği verilmektedir [34].

2.1.1.6 KOBİ Teknoyatırım- KOBİ teknolojik ürün yatırım destek programı

KOBİ'lerin öncelikli teknoloji alanlarında yer alan Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan yeni ürün/ürünleri ticarileştirmek, ülke ekonomisine katma değer

oluşturmak, uluslararası pazarlarda yer alarak teknolojik ürün ihracatını artırmak için işletmelerin yapacakları teknolojik ürün yatırımlarının KOSGEB tarafından desteklenmesidir.

Bu program kapsamında, işletmeye yatırım projesi süresince makine-teçhizat ve yazılım giderleri, personel gideri, eğitim ve danışmanlık, kira desteği; yatırım projesi sonrasında ise işletme giderleri desteği verilir [35].

2.1.1.7 Gelişen işletmeler piyasası KOBİ destek programı

KOBİ'lerin paylarının Borsa İstanbul (BIST) Gelişen İşletmeler Piyasası'nda işlem görmesini sağlayarak, sermaye piyasalarından fon temin etmelerine imkân vermek üzere, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı tarafından uygulanacak Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı ile ilgili iş ve işlemlerin esaslarını düzenlemek amacıyla desteklenir.

Bu Program kapsamında sağlanan desteğin toplam üst limiti 100.000 (Yüzbin)

TL olup,

- Piyasa danışmanı danışmanlık hizmet bedeli,
- Bağımsız denetim hizmeti bedeli,
- Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) kurul kaydına alma ücreti,
- BIST Gelişen İşletmeler Piyasası Listesine kabul ücreti,
- Merkezi Kayıt Kuruluşu (MKK) masrafı,
- Aracı kuruluşa ödenecek aracılık komisyonu, giderlerine bütçe imkanları dahilinde geri ödemesiz destek verilir [36].

2.1.1.8 Uluslararası kuluçka merkezi ve hızlandırıcı destek programı

Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri ülkemizde gerçekleştirilen teknolojik ürünlerin uluslararası pazarlarda yer alması, ihracatın arttırılması, yerli teknoloji yoğun başlangıç işletmelerinin gelişmiş girişimcilik ekosistemleri içerisinde yer alması için, uluslararası kuluçka merkezi kurulmasını ve işletmelerin hızlandırma programlarına katılmasını desteklemek için KOSGEB tarafından KOBİ'lere destek verilmektedir [37].

2.1.1.9 TEKNOPAZAR - Teknolojik ürün tanıtım ve pazarlama destek programı

KOBİ'lerin Ar-Ge, yenilik veya tasarım projeleri sonucunda ortaya çıkan veya patent belgesi ile koruma altına alınmış veya Teknolojik Ürün Deneyim Belgesine sahip teknolojik ürünlerine veya prototiplerine tanıtım ve pazarlanması için KOSGEB'in destek verilmesidir [38].

2.1.1.10 Stratejik ürün destek programı

Stratejik ürün desteği, KOBİ'lerin teknolojik üretim yeteneklerini geliştirerek ithalatı yüksek olan stratejik ürünlerin yerlileştirilmesi ve üretimde daha yüksek oranda yerli girdi kullanımı ile cari açığın azaltılmasına katkıda bulunacak yatırımların desteklenmesidir.

Bu program kapsamında KOSGEB, KOBİ'lere toplam üst limiti geri ödemeli ve/veya geri ödemesiz olmak üzere 5.000.000 (beşmilyon) TL değerinde;

- Makine-Teçhizat Desteği
- Yazılım Giderleri Desteği
- Personel Gideri Desteği
- Bilgi Transferi Desteği
- Test-Analiz, Kalibrasyon ve Referans Numune Desteği
- Hizmet Alımı Desteği vermektedir [39].

2.1.1.11 Kredi faiz desteği

KOBİ'lere uygun koşullarda finansal destek temin edilerek, üretim, kalite ve standartlarını artırmaları, finansman sorunlarının çözümü, istihdam yaratmaları, ihracata yönelmeleri, ve uluslararası düzeyde rekabet etmelerini sağlamak için KOSGEB tarafından verilen destektir.

Bu program kapsamında KOBİ'lerin finansman sorunlarına yönelik olarak, yatırım, işletme sermayesi ve ihracata yönelik olarak kullanılacak kredilerin faiz giderlerinin karşılanması amaçlanmaktadır.

KOSGEB kredi faiz desteğini 2008 yılına kadar üç kamu bankası aracılığıyla sağlamış, 2008 yılı Mayıs ayında ise yeniden düzenlenen Bakanlar Kurulu Kararı kapsamında,

halen Türkiye’de faaliyette bulunan kamu bankaları, özel bankalar, katılım bankaları ile yapılan protokollerle KOBİ’lere kullanılacak kredilerin faiz/kar payı, komisyon vb. giderlerinin program türüne göre kısmen ya da tamamen karşılanması şeklinde sürdürülmüştür [40].



3. İŞLETMELERİN PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Performans, gerçekleştirilecek bir görevin önceden belirlenen standartlara ve hedeflere yaklaşmasının nicel ve nitel olarak değerlendirilmesidir. Performans; bir objenin, öncelikleri belirlenmiş bir konuda belli bir süre içinde bir hedefe bağlı olarak sonuçlar üretme yeteneği olarak tanımlanmıştır [41].

Performans ölçümü ise muhasebe, ekonomi, insan kaynakları yönetimi, pazarlama, operasyon yönetimi, psikoloji, stratejik yönetim ve sosyoloji gibi geniş bir yelpazedeki disiplinlerden türetilmiştir [42]. Bu disiplinlerin hepsinde de işletme performansını ölçmek mümkündür.

İşletmelere sağlanan destek programlarının işletmenin süreç çıktıları üzerindeki etkilerinin belirlenmesinde veya işletmenin destek programlarından önceki ve sonraki durumlarının karşılaştırılmasında performans ölçümü kullanılmalıdır [16].

İşletmeler performanslarını ölçmek için geçmişte karlılık, maliyet ve verimlilik gibi geleneksel finansal ölçüm yöntemlerinden yararlanmaktaydı. En yaygın olarak kullanılan finansal ölçümler de karlılık, varlıkların getirisi, öz varlık verimliliğidir [43]. Günümüzde finansal ölçümlerden yola çıkılarak işletmelerin finansal olmayan ölçüm kriterleri türetilmiştir. Yıl sonunda karı düşük bilançoya sahip olan her işletme kötü bir performansa sahip demek yanlış olur. İşletme yıl içinde ürün kalitesini arttırmak için AR-GE yatırımları yapmış ve uzun vadede maliyetleri düşürmeyi hedeflemiştir. Bu hedef doğrultusunda işletme karını arttırmayı amaçlamıştır. Özellikle dalgalanmaların olduğu bir pazarda, finansal performans ölçümleri işletmelere bilgi vermekte zorluk çekmektedir. Bunun nedeni; geleneksel yaklaşım finansal ölçümlere odaklanarak teknolojik ve rekabetçi ortamdaki gelişmelere önem vermekte başarısız kalmaktadır [44]. Bunun sonucunda ölçümler yanıltıcı olabilir. Finansal olmayan ölçüm sistemleri firmaların rekabet edilebilirliğini, işletmelerin güçlü ve zayıf yanlarını yansıtması, daha sağlıklı stratejik kararlar vermek için yöneticilere ilave bilgi vermesi açısından önemlidir.

İşletmelerin performanslarını ölçmek için finansal ve finansal olmayan ölçümlerin bir kombinasyonunu kullanmaları daha gerçekçi sonuçlar çıkmasını sağlayacaktır [45].

Finansal olmayan ölçüm kriterleri için literatürde farklı örneklerle rastlamak mümkündür. Donovan'a (2001) göre siparişten dağıtıma kadar çevrim zamanı, katkı, teknoloji harcamaları, kalite ve müşteri memnuniyeti işletme başarısını etkileyen süreçlerdir [46]. Cristiano'ya (2003) göre müşteri memnuniyeti, pazar payı, ret sayısı ve yenilik ölçüsü performans ölçümünde kullanılabilir [47].

Literatürde işletmelerin performanslarını ölçmek için finansal olmayan birçok kriter kullanılmıştır. KOBİ performansını etkileyen finansal olmayan kriterleri en geniş başlıkta Erkki (2006); maliyet, zaman, katkı, kalite, müşteri memnuniyeti, verimlilik, ürün kalitesi, esneklik, yenilikçilik, ürün karlılığı, toplam gelir, maliyetler, çalışan motivasyonu, makine bakımı ve kapasite kullanımı olarak belirlemiştir [48].

KOBİ performansına etki eden finansal ve finansal olmayan kriterler, analiz edilerek duruma göre farklılık gösterebilir. Kalite yönetim sisteminin KOBİ performansına etkisini araştırmak için finansal olmayan ölçüm kriterlerinden; ürün kalitesi, müşteri memnuniyeti, tyenilik ve maliyet gibi ölçümlerden yararlanılabilir [49].

Değerlendirmenin neye göre yapılacağına neyi ölçmeye çalıştığımıza bağlı olarak olarak değişiklik gösterebilir.

Erdil ve Kalkan'ın (2005) yaptığı çalışmaya göre KOBİ'lere verilen finansal desteklerin ürün kalitesi, ürün yeniliği ve karlılığa bir etkisi olmadığı görülmüştür [16].

Malezya'da yapılan bir çalışmada çıkan sonuca göre, özellikle gelişmekte olan ülkelerde finansal olmayan performans ölçümlerine yönelik kuruluşların ilgisi fazla fakat firmaların bilgilendirilmeleri konusunda eksiklikler mevcuttur [50].

Ahmad ve Zabria'nın (2016) üretim sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinde yaptığı çalışmada; kalite kontrol sistemi, iç verimlilik, müşteri odaklılık ve çalışan odaklı ölçüm kriterleri başlıkları altında 16 başlıklı finansal olmayan bir ölçüm seti oluşturmuşlardır [50]. Yapılan çalışma sonucunda tam zamanında teslimat ve müşteri memnuniyeti kriterleri işletmelerin satışlarına direkt etkisi olduğu; müşteri sadakati ve ürün memnuniyeti açısından da firmalar için önemli bir ölçüm olduğu sonucu çıkmıştır.

Drury ve diğ. (1993), İngiltere'de üretici firmalar üzerinde yaptığı çalışmada; finansal olmayan ölçümlerin önemine vurgu yapmıştır ve bu kriterlerden müşteri memnuniyeti, ürün kalitesi, sevkiyat ve tedarikçi güvenilirliğinin en önemlileri olduğunu belirtmiştir [44].

Lukka ve Granlund (1994) 135 büyük ve orta ölçekli Finlandiya üretici firmaları üzerinde yaptığı çalışmada sevkiyat, teslimat süresi ve çalışan prodüktivitesi kriter olarak belirlenmiştir [51].

KOBİ finansal destek programları işletmeleri finanse eder. Verilen destek ve teşvikleri KOBİ'ler yatırım (sabit sermaye, işletme sermayesi, AR-GE yatırımları) olarak kullanırlar. Satış, gelir ve kar performansları artan işletmelerin istihdamı, verimliliği ve çalışan maaşlarını arttırması beklenir. Artan firma performansı, daha fazla finansa ve yatırıma erişim konusunda öncülük eder [52].

Literatür çalışmasından yola çıkılarak imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için en çok tercih edilen finansal olmayan performans ölçümleri arasında müşteri memnuniyeti, sevkiyat, tedarikçi ve teslimat süresi sayılabilir.

Bir sonraki bölümde Türkiye'de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinde KOSGEB finansal desteğinin işletmelerin karlılık, tedarikçi güvenilirliği, kapasite kullanımı ve müşteri memnuniyeti kriterleri kullanılarak performanslarının ölçülmesi yapılacaktır.

3.1 Karlılık

İşletmelerin belirli bir süre içerisinde faaliyetleri sonucunda elde ettikleri gelirle gider arasındaki farka kar denir. Belirli zaman aralıkları içerisinde elde edilen toplam net karın, o periyottaki toplam üretim maliyetine oranına karlılık denir. Her işletmenin temel amacı dönem sonrası kar elde ederek varlıklarını sürdürebilmek ve hissedarlarına kazanç sağlamaktır.

İşletmeler performanslarını, başarılarını ölçmek için finansal ölçümlerden karlılık oranlarına bakarlar. Karlılık oranları; kar ile satışlar arasındaki ilişkileri gösteren oranlar, kar ile sermaye arasındaki ilişkileri gösteren oranlar, işletmenin ortaklarına yeterli gelir sağlayıp sağlayamadığına dair kullanılan oranlar ve işletmenin mali yükümlülüklerini karşılamak için yeterli gelir elde edip edilemediğine dair kullanılan oranlar olmak üzere gruplandırılabilir [53].

3.2 Tedarikçi Güvenirliği

Tedarik zinciri yönetimi, tedarikçi seçimiyle başlayan, kaynak bulma, ürünün hazırlanması, envanter yönetimi, depolama ve son kullanıcıya ulaştırana kadar olan dağıtım kanalındaki toplam akışın yönetilmesidir [54].

Uygun tedarikçi seçimi tedarik zincirinin ilk halkası olduğu gibi bütün zincirin başarısını da direkt etkileyen bir seçimdir. Bütün zincirin performansını doğrudan etkileyen bu seçim işletmelerin satın alma maliyetlerini düşürdüğu gibi rekabetçi gücünü de artırır [55].

Tedarikçiler arasında işletmeler seçim yaparken; dağıtım, esneklik, maliyet, teknoloji, hizmet, kalite ve güvenirlilik faktörlerini göz önünde bulundururlar [56-59].

Müşterilerin hızla değışen isteklerine cevap verebilmek için sürekli yatırım yapmak zorunda olan tedarikçilerin, müşterileriyle uzun süreli ve istikrarlı bir ilişki içerisinde olmaları hayati bir önem taşımaktadır [60]. Tedarikçiler işletmelere özel yatırımlar yaptıkları için bir müşteri kaybetmeleri aynı zamanda kaybettikleri bir yatırım demektir. Bu yüzden müşteri tedarikçi ilişkisi güvene dayanmaktadır. Kendileriyle çalışacağı garantisini alan tedarikçiler, alacakları kararların ve yapacakları yatırımların risklerini azaltmış olurlar.

Kayhan ve Çebi'nin (2014) yaptığı çalışmada zamanlama, miktar, kalite, esneklik, deneyim, sürdürülebilirlik ve fiyat ölçütlerinin tedarikçi güvenirliğine olan etkisi çalışılmıştır [61]. Bu çalışmanın sonucunda kalite, fiyat ve deneyimin güvenirlilik açısından en önemli etkenler olduğu belirtilmiştir.

Tedarikçi işletmelerin performansına etki eden yatırımlar, müşterilerine duydukları güven ve taahhütlerle gerçekleşirler [60]. KOSGEB tarafından destek alıp sermayelerini arttıran işletmeler tedarikçilere karşı ödeme noktasında bir güven sağlamış olurlar.

3.3 Kapasite Kullanımı

İşletmenin talepleri istenilen zamanda karşılayabilmesi için belirlenmesi gereken üretim gücüne işletme kapasitesi denilmektedir. İşletme kapasite kullanım oranı; işletmenin belirli bir süre içerisinde elde ettiği üretim miktarının, işletmenin makine

arıza, üretim duraklama ve aksaklıkların sonucu elde ettiği üretim miktarına oranıyla bulunmaktadır.

İşletmeler kısa vadede kapasitelerini genişletmeden, işçi sayısını, kullanılan hammadde miktarını arttırarak belirli bir seviyeye kadar üretim miktarlarını arttırabildikleri gibi uzun dönemde işletme ve kapasite büyüklüğünü arttırarak üretim miktarlarını arttırmaya çalışırlar [62]. İşletme kapasitesini büyüttükçe ürün maliyeti düşeceğinden maliyet avantajı sağlamaktadır.

Gözbaşı'nın (2003) KOBİ'lerin finansman sorunlarının çözümüne yönelik finansal destekler ve finansman teknikleri ile ilgili araştırmasında; KOBİ'lerin tam kapasite çalışmaması ana nedeninin %33.71 oranla finansal sorunlar olduğu sonucu çıkmıştır [63]. Bu yüzden finansal destek alan KOBİ'lerin kapasite kullanım oranlarında artış olması beklenmektedir.

3.4 Müşteri Memnuniyeti

Günümüz dünyasında müşterilerin isteklerine hızlı bir şekilde cevap verebilen, rakipleriyle rekabet edebilen, müşteri merkezli ve müşteri memnuniyetine önem veren işletmeler piyasaya tutunup pazar payı elde etme fırsatı bulurlar.

Müşterilerin isteklerine en hızlı şekilde, istenilen kalite ve zamanda cevap verebilen işletmeler uzun dönemli hayatta kalmayı müşteri memnuniyetini sağlayarak başarmaktadırlar [64]. Müşterilerini memnun edip, bu memnuniyeti sürekli sağlayan işletmeler faaliyetlerinde devamlılık göstermekte zorluk çekmezler. Hızlı değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmek için işletmelerin hızlı karar vermesi ve dinamik bir yapıda olması önem arz etmektedir. Büyük işletmelere göre bürokrasinin daha az olduğu KOBİ'ler, hızlı karar alıp faaliyetlerine yön verme konusunda daha yenilikçi ve dinamik bir yapıdadırlar.

İşletmeler değişen oranlarda, zaman içerisinde müşteri kayıpları yaşayabilir. Bu kayıplarına karşılık, yeni müşteri kazanmaya çalışırlar. Yeni müşteriyi kazanma maliyeti, var olan müşteriyi elde etme maliyetinden yüksek olduğundan işletmelerin karlılığını azaltmaktadır.



4. PLASTİK SEKTÖRÜ ANALİZİ

Plastik nihai ürün olarak karşımıza gelse de, birçok sektörde ara mamul olarak da kullanılmaktadır. Bu yüzden plastik sektöründeki beklenti, o ülkenin ekonomisindeki genel gidişatla benzerlik göstermektedir.

4.1 Plastiğin Tanımı

Karbon, hidrojen, oksijen, azot ve organik ya da inorganik elementlerin oluşturduğu monomer adı verilen; basit yapıdaki molekülü gruplardaki bağın koparılarak polimer adı verilen uzun ve zincirli bir yapıya dönüştürülmesi ile elde edilen malzemelere genel olarak plastik denilmektedir. Kısaca; maddenin en küçük yapı taşı olan atomların birbirine bağlanarak oluşturduğu büyük molekül yapıları sentetik maddelere plastik denir [65].

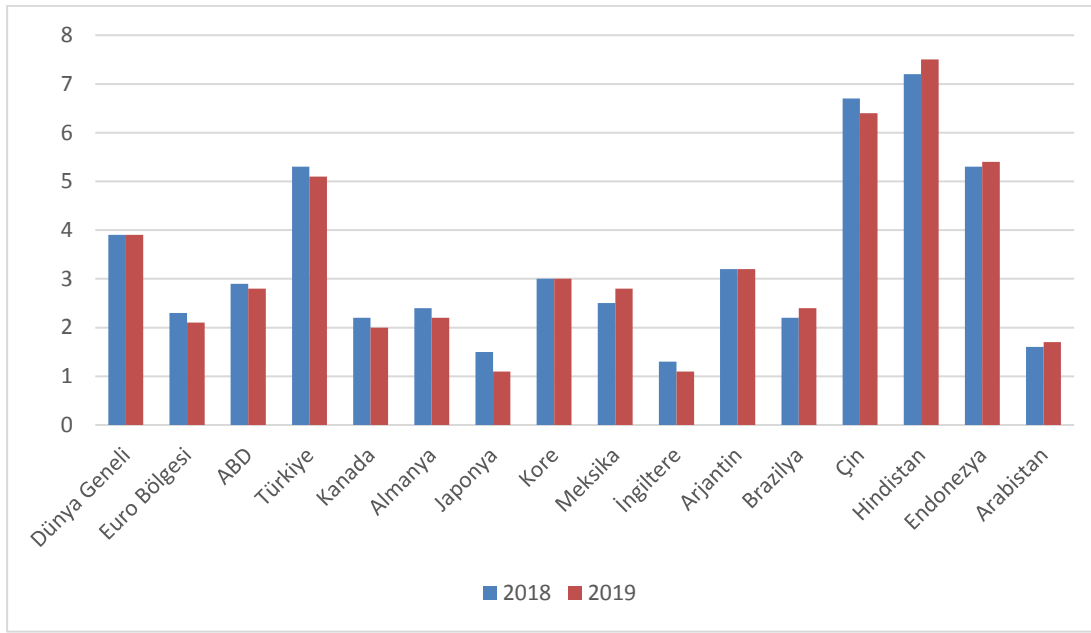
4.2 Plastiğin Tarihçesi

1851 yılında kauçuk maddesinin keşfinden sonra, 1862 yılında Alexander Parkes tarafından kauçuğun yerini tutabilecek ve daha ucuz bir madde olarak plastik tanıtılmıştır. Kimyasal maddelerden elde edilen plastik üzerine Avrupa ve ABD’de birçok çalışma yapılmış ve 1920 yılında naylon ve 1927 yılında hala kullanmakta olduğumuz plastik icat edilmiştir. 2. Dünya Savaşı sonrasında hızla artan talebe karşılık vermeye çalışan plastiğin hem kullanım miktarı hem de kullanım alanları hızla gelişmiştir. Her geçen gün farklı alanlarda kullanılmaya başlanan plastik, artık günlük yaşantımızın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Vazgeçilmez bir yere sahip olan plastik cam, metal, ağaç, kauçuk gibi maddelerle beraber kullanıldığı gibi, demir tahta ve cam gibi malzemelerin alternatifi olarak da kullanılmaktadır [66].

4.3 Türkiye’de ve Dünyada Plastik Sektörünün Durumu

Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)’nin Mart 2018 Ekonomik Görünüm Raporu’nda dünyanın 2018 ve 2019 yıllarında %3.9, Euro Bölgesi’nin 2018 yılında %2.3 ve 2019 yılında %2.1, ABD’nin 2018’de %2.9 ve 2019’da %2.8

büyüyeceği tahmininde bulunuldu [67]. OECD Raporu'nda; Türkiye'deki büyümede hükümetin etkisinin azaldığını ve ortalamadan çok hızlı bir büyümeye geçeceğini öngördü fakat; güçlü işgücü ve iyileştirilmiş dış talep dikkate alındığında büyümenin 2018 yılında %5.3, 2019 yılı içinde %5.1 oranında olacağını açıkladı. Şekil 4.1'de OECD tarafından Ekonomik Görünüm Raporu'nda 2018 ve 2019 yılları arasında ülkeler bazında yüzdesel olarak ne kadar büyüyeceğine dair öngörüler mevcuttur. Şekil 4.1'e göre; 2018 ve 2019 yıllarında ekonomik olarak en çok büyüyeceği öngörülen ülkeler arasında Hindistan, Çin, Endonezya ve Türkiye vardır.

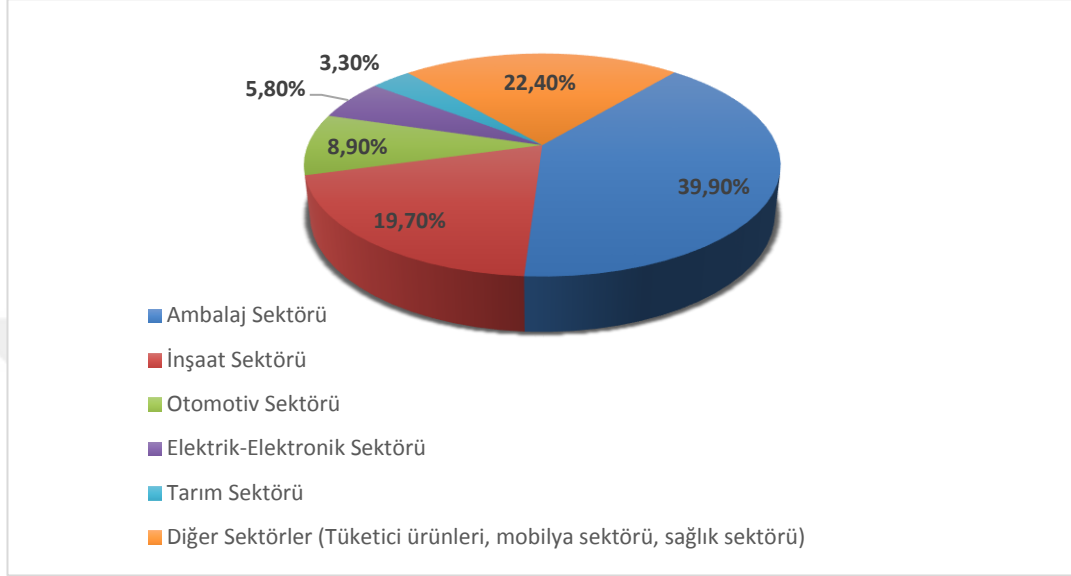


Şekil 4.1: OECD Ekonomik Görünüm Raporu-Mart 2018 [67].

Plastik nihai ürün olarak kullanılmasının yanında birçok endüstride ara ürün olarak kullanıldığından, sektörün gidişatı ülkenin genel ekonomik gidişatıyla benzerlik gösterir. Genel ekonomik büyümeyle benzerlik gösteren plastik sektörü de 2017 yılında miktar bazında %8.5, değer bazında %9 büyüme göstermiştir. Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı'nın (PAGEV) 2017 Türkiye Plastik Sektör İzleme Raporu'na göre plastik mamul üretiminin 2018 yılında miktar bazında % 5 artarak 10.1 milyon tona ulaşması beklenmektedir [68]. Plastiğin birçok alanda kullanılabilir, kolay işlenebilir, hafif, tekrar işlenebilir ve ekonomik olması nedeniyle demir, ahşap, kağıt, seramik, cam gibi maddelere oranla tüketimleri de daha fazla artmıştır.

Plastik maddesinin en önemli tüketicileri inşaat ve ambalaj sektörleridir. Otomotiv, elektrikli cihazlar, beyaz eşya ve ayakkabı sektörleri gibi farklı birçok sektörde yoğun

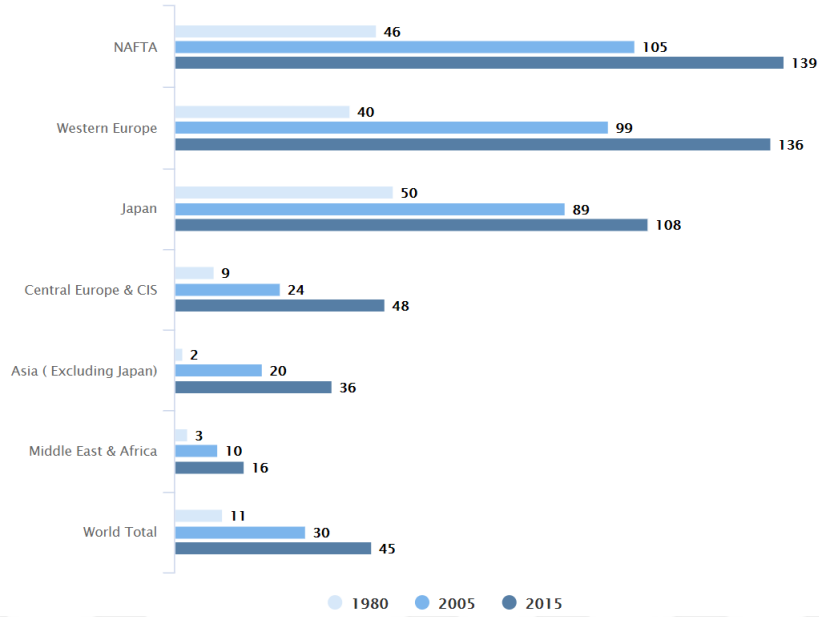
olarak plastiği yan ürün olarak kullanılmaktadırlar. 2015 yılı Avrupa Plastik verilerine göre; sektörlerin plastik ürünlerine olan talep dağılımı şekil 4.2’deki gibidir. Plastik endüstrisinin en büyük talep paydaşı çizelgede de belirtildiği gibi ambalaj sektörüdür. Plastik kullanımı yaklaşık %40 oranında ambalaj sektöründe, %20 seviyelerinde inşaat sektöründedir.



Şekil 4.2: 2015 Yılı Plastik Ürünleri Sektörlerine göre Talep Dağılımı(Avrupa).

Plastik; otomotiv, demiryolu gibi yeni uygulama alanlarında, ulaşım, havacılık, tıbbi ve sağlık, elektrik ve elektronik, telekomünikasyon, bina ve altyapı ve mobilya gibi alanlarda kullanılmaya başlandıktan sonra kişi başına düşen plastik tüketimi her geçen yıl daha fazla artmaktadır [69].

Ülke bazında baktığımızda plastik ve plastik ürünlerinin en önemli tüketicileri Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Güneydoğu Asya ülkeleridir [66]. Yıllara göre kişi başına düşen plastik tüketiminin bölge bazındaki dağılımı Şekil 4.3’deki gibidir.



Şekil 4.3: Bölgelere göre kişi başı plastik tüketimi (kg/kişi başı) [70]

Plastik talebindeki artışlar beraberinde arzı da doğurmuştur. 2017 yılında, plastik üretiminin dünya üzerindeki dağılımına baktığımız zaman, en büyük üretim %29 oranında Çin’de gerçekleşirken, Asya ülkelerinin tamamı üretimin yarısını elinde bulundurmaktadır [71]. 2017 yılında Çin 14 milyon ton plastik üretmiştir. Çin’den sonra ikinci en büyük üretici olarak %19’luk üretim payıyla Avrupa ülkeleri yer almaktadır.

2017 yılı Avrupa bölgesindeki verilere göre; plastik sektörü 60.000 işletme ile 1.5 milyon kişi istihdam ederek 350 milyar Euro ciro elde etmiştir [72]. Türkiye’de ise PAGEV’in yayınlamış olduğu verilere göre 2017 yılında 9 milyon tonu aşan toplam üretim, 35 milyar dolarlık ciroyu bulmuştur. Bu verilerle plastik sektörü ülkemizde son 10 senede ortalama %12’lik bir büyüme sağlamıştır. Böylelikle, plastik üretim kapasitesiyle Avrupa’da ikinci, dünyada da altıncı sıraya yükselmiştir.

Plastik ürünlerinin kullanımı, teknolojik gelişmeler ve tüketim alışkanlıklarına göre her geçen gün özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yaygınlaşmaya devam etmektedir.

4.4 Plastik Sektörü GZTF Analiz

Plastik sektörünün ülkemizde ve dünyada birçok avantajı ve fırsatı varken, buna karşılık onları azaltan dezavantaj ve tehditleri de mevcuttur.

4.4.1 Sektörün güçlü yönleri

Dünya Bankası Küresel Ekonomik Beklentiler Raporu'nda Türkiye'nin büyüme beklentisini %3.5, IMF ise bu oranı %4 olarak yayınlamıştır [73]. Türkiye'nin genel ekonomik büyümesiyle benzerlik gösteren plastik sektörü için de aynı büyümeden bahsetmek mümkündür. Ülkemizin ekonomik koşullarındaki iyileşme ve bu iyileşmeyle beraber faizlerin düşmesi plastik sektörü için de bir avantaj sağlamıştır.

Türk plastik sektörünün önemli bir güçlü noktası ise, Avrupa ülkelerine göre sektörün daha ucuz iş gücü maliyetine katlanmak zorunda kalmasıdır. Daha ucuz olmakla birlikte kalifiye, dinamik ve genç insan gücüne sahiptir. Sektörün ihtiyaç duyduğu iş gücünü eğitmek için mevcut lise, mesleki eğitim merkezlerinin yanı sıra, çeşitli kurum ve kuruluşlarda plastikle ilgili eğitimler de verilmektedir.

Türkiye jeopolitik konumu olarak Avrupa ve Rusya pazarına yakınlığı ile plastik üretiminin neredeyse yarısının gerçekleştiği Çin'e göre taşıma maliyetleri konusunda büyük bir avantaj sağlamaktadır. Dünyadaki plastik üretimin yaklaşık yarısını elinde tutan Asya ülkelerine göre daha ucuz nakliye giderine maruz kalan Türkiye için büyük bir maliyet kaleminin azaltılması avantajına sahiptir.

4.4.2 Sektörün zayıf yönleri

Sektörün en zayıf noktası hammadde problemidir. Plastik; selüloz, kömür, doğalgaz, tuzdan üretildiği gibi en yaygın olarak ham petrolün işlenmesi ile üretilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri kaya gazından plastik üreterek avantaj sağlarken, Ortadoğu'da düşük maliyetli hammadde bulunması ülkelere büyük avantajlar sağlamaktadır. Türkiye, petrol ithaliyle hammadde temin ederek ihtiyacını karşılamaya çalışmaktadır. Hammadde konusunda dışa bağımlı olan ülkemiz üreticileri dışa bağımlı olmakla beraber döviz kuru riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle son yıllarda dövizdeki sert dalgalanmalar sektörü olumsuz etkilemektedir.

Plastik üretimi için elektrik enerjisi kullanan sektör, dünya ortalamasına göre yüksek fiyatlarla enerji kullanmaktadır. Yüksek maliyetli enerji birim plastik üretim maliyetini de olumsuz olarak etkilemektedir. Pahalı enerji, sektörde büyük bir maliyet kaybı olarak üreticileri zorlamaktadır.

4.4.3 Sektörün fırsatları

Müşterilerin isteklerine hemen cevap verebilme esnekliğine sahip olan KOBİ'ler aynı zamanda ana faaliyet alanlarına yönelerek konularında uzman duruma gelmişlerdir. Odaklandıkları ana faaliyet alanlarında daha fazla yatırım yapabilmeleri, işletmeleri teknoloji bazlı iyileştirmeleri daha kolay yapabilme fırsatı vermiştir.

Türkiye hem nüfus olarak hem de ekonomik olarak gelişen bir ülkedir. Gelişmekte olan ülkelerde yoğun bir plastik talebi mevcuttur. Plastik ürünlere en çok talep eden sektörlerin ülkemizde son yıllardaki gelişimine bakacak olursak; ilişki içinde olan plastik sektörünün de büyümesi kaçınılmaz olacaktır. Türkiye Plastik Sektörü İzleme Raporu 2017 PAGEV verilerine göre (miktar bazında); 2017 yılındaki yurtiçi tüketim miktarı 2016 yılına göre %8.9 artış göstermiştir [74]. Ara mamul olarak kullanılan inşaat sektöründe ise 2017 ilk yarısında %6.4 büyüme gösterirken, otomotiv sektöründe %3.5 büyüme göstermiştir [75]. Plastik ürünlerinin tüketiminin artması, sektörün en büyük avantajları arasındadır.

Plastik sektörü KOBİ yoğunluklu olan bir sektördür. PAGEV 2016 verilerine göre; işletmelerin %99'u, yaklaşık 6500 KOBİ bu sektörde faaliyet göstermektedir. Sektörde faaliyet gösteren yabancı sermayeli büyük işletmelerin karşısında sermaye açısından güçsüz kalan sektör paydaşlarının bu zayıf noktasını güçlendirmek için son zamanlarda KOSGEB tarafından verilen hibe ve teşvikler artmıştır. Böylelikle; sermaye sektörün bir zayıf noktası olmaktan çıkıp, fırsata dönüşmüştür.

4.4.4 Sektörün tehditleri

Türkiye plastik sektörü hammadde tedarikinde % 88 oranında dışa bağımlıdır. Plastiğin hammaddesi olarak kullanılan ham petrol fiyatları ise varil fiyatı yıllık bazda % 21.1 yükselerek 67.3 USD düzeyine ulaşmıştır [68]. Hem döviz hem de petrol fiyatlarındaki bu yükseliş, plastik üreticileri için büyük bir tehdit oluşturmaktadır.

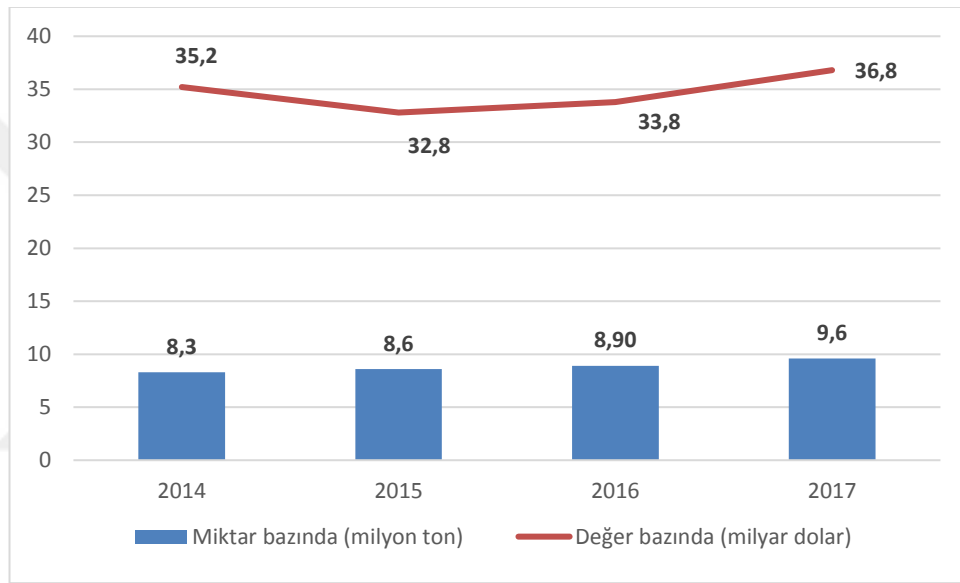
Tüketiciler çevreye karşı gün geçtikçe daha duyarlı olmaya başlamış ve bilinçli müşterilerin plastik yerine organik ürün tercih etme eğilimi artmıştır. Plastik, doğada çözünmesinin yıllar veya yüzyıllar sürmesi sebebiyle büyük bir çevre kirliliği oluşturmaktadır. Sektörün geleceği için büyük bir tehdit oluşturduğunu gözönüne alan üreticiler geri dönüştürülmüş plastiklerle bu durumu sürdürülebilir bir fırsata dönüştürmeye çalışmaktadırlar.

4.5 Türkiye’de Plastik Sektörü Genel Durumu

Plastik, hem son ürün olarak hem de ara ürün olarak diğer sektörlerde kullanıldığı için plastik sektörü ülke ekonomik gidişatıyla benzerlik göstermektedir.

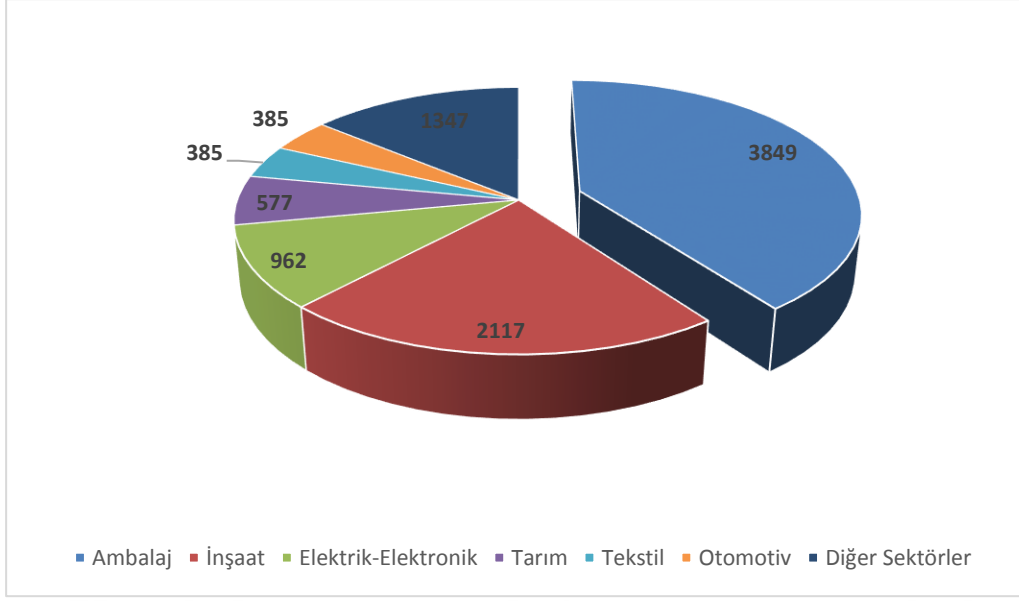
4.5.1 Üretim

TUIK verilerine göre 2017 yılı plastik sektörü bir önceki yıla göre miktar bazında %7.8 artış göstererek 9.6 milyon ton, değer bazında %8.87 artarak 36.8 milyon dolar üretim yapmıştır. Şekil 4.4’te 2014-2017 yılları arasında plastik sektörünün miktar ve değer bazındaki gidişatı verilmiştir.



Şekil 4.4: Yıllara Göre Plastik Mamul Üretimi.

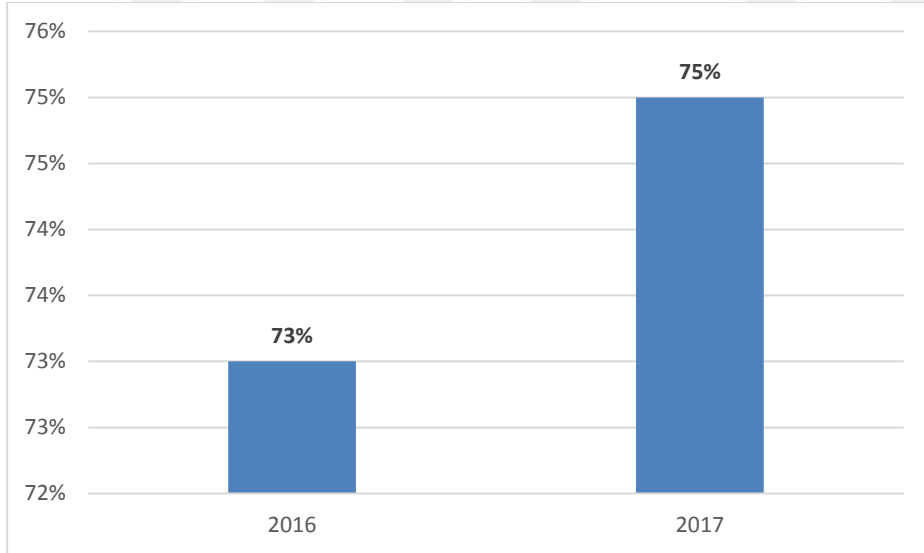
2017 yılında 9.6 milyon tonluk toplam plastik üretimi içindeki alt sektörlerle baktığımızda başlıcaları yaklaşık 3.8 milyon ton plastik ambalaj ürünleri üretimi, 2.11 milyon ton ile ise plastik inşaat ürünlerinden oluşmaktadır. Şekil 4.5’te, 2017 yılı toplam plastik üretiminin sektörel bazda paylarını göstermektedir. Plastik sektörünün en önemli paydaşı çizelgede de gözüktüğü üzere ambalaj sektörüdür.



Şekil 4.5: 2017 Yılı Plastik Ürünleri Alt Sektörler Üretim Dağılımı (1000 Ton).

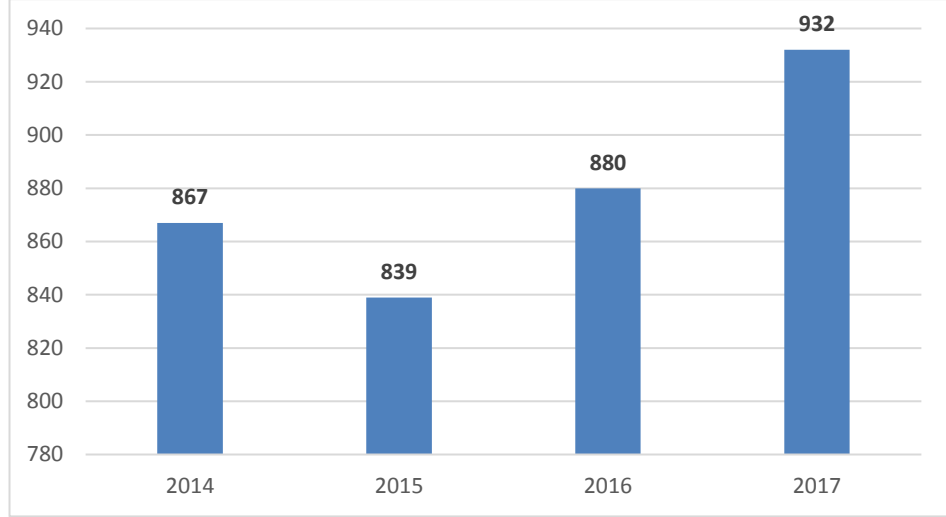
4.5.2 Kapasite kullanımı

Plastik sektöründe 2017 yılında ortalama kapasite kullanımı 2016 yılına göre %2.74 artış göstererek, %75 seviyesine ulaşmıştır. Şekil 4.6'da sektörün 2016 ve 2017 yılındaki kapasite kullanımları verilmiştir.



Şekil 4.6: Plastik Sektörü Kapasite Kullanımı.

2017 yılında plastik sektöründe faaliyet gösteren işletmeler makine ve teçhizata bir önceki yıla göre yaklaşık 932 milyon dolar yatırım yapmıştır. Şekil 4.7'de 2014-2017 yılları arasında plastik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin makine ve teçhizata yatırımları milyon dolar cinsinden gösterilmiştir.

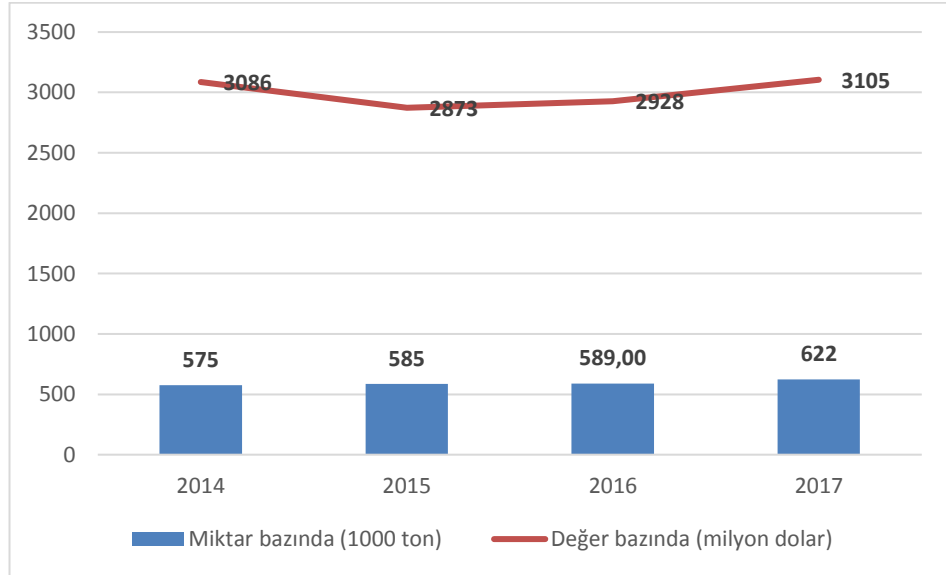


Şekil 4.7: Plastik Sektörünün Makine ve Teçhizat Yatırımı(Milyon\$).

4.5.3 İthalat

2017 dış ticaret verilerine göre ihracat bir önceki yıla kıyasla %10.19 artış göstererek 157.055 milyar USD, ithalat ise %17.71 artarak 233.79 milyar USD seviyesine yükselmiştir [76].

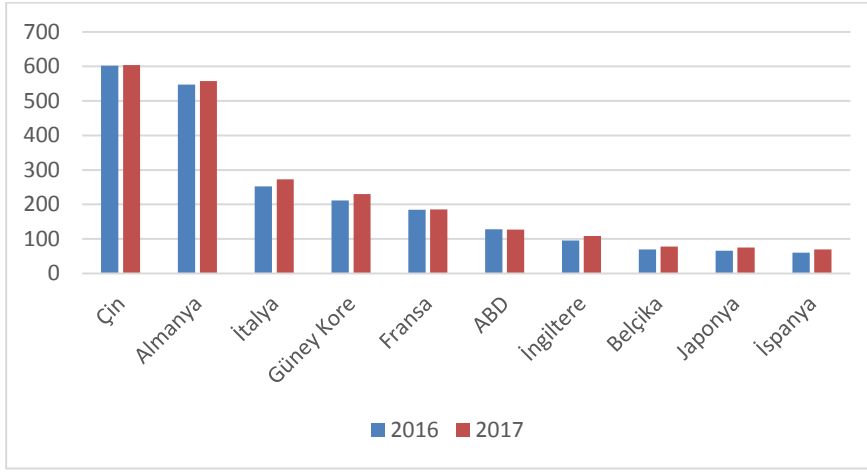
2017 yılında plastik ithalatı bir önceki yıla göre miktar bazında %5.6 artarak 622 bin tona, değer bazında da %6 artarak 3 milyar 105 milyon dolara çıkmıştır. Şekil 4.8’de 2014-2017 yıllarındaki değer ve miktar bazında ithalat verileri yer almaktadır.



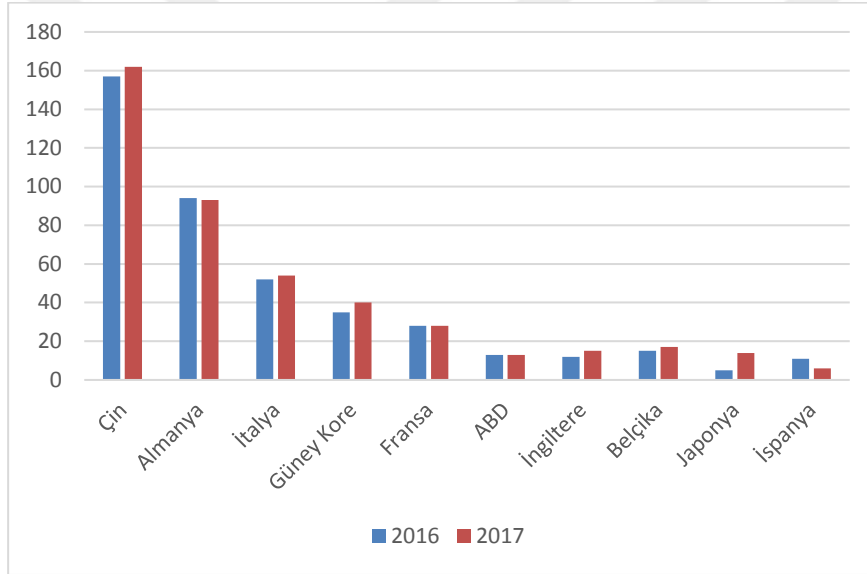
Şekil 4.8: Plastik Mamul İthalatı (2014-2017).

2014 yılından beri plastik ürünlerini en çok ithal ettiğimiz ülke Çin’dir. Şekil 4.9-4.10’da gösterildiği gibi 2016 ve 2017 yıllarında da Çin değer ve miktar bazında en

çok ithal ettiğimiz ülke konumunu değiştirmemiştir. 2017 yılında Çin'den değer bazında 604 milyon dolar plastik ürün ithal edilmiştir.

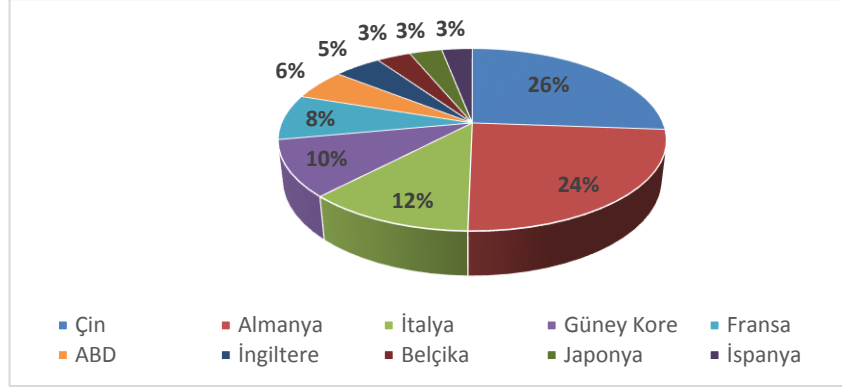


Şekil 4.9: Değer Bazında Ülkelere Göre Plastik İthalatı (milyon USD).



Şekil 4.10: Miktar Bazında Ülkelere Göre Plastik İthalatı (1000 Ton).

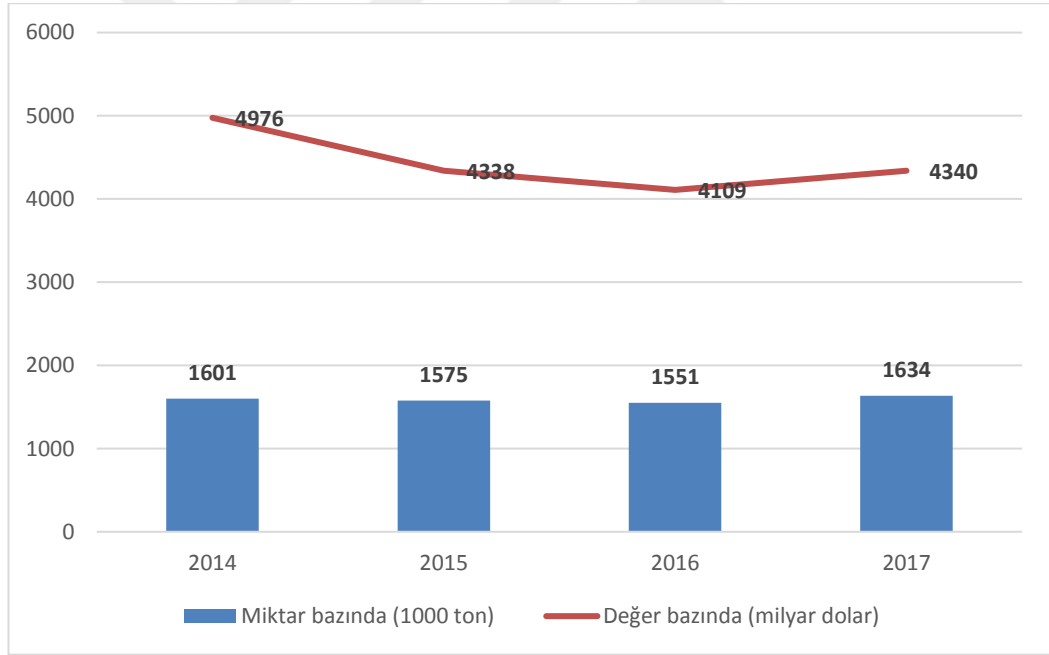
2017 yılında Türkiye'ye plastik ithal eden ülkeler arasında yaklaşık %50'lik payı Çin ve Almanya oluşturuyor. Değer bazında 2017 yılında plastik ithal ettiğimiz ülkelerin yüzdelik dağılımları şekil 4.11'de gösterilmiştir.



Şekil 4.11: 2017 yılı Değer Bazında Plastik İthalatı.

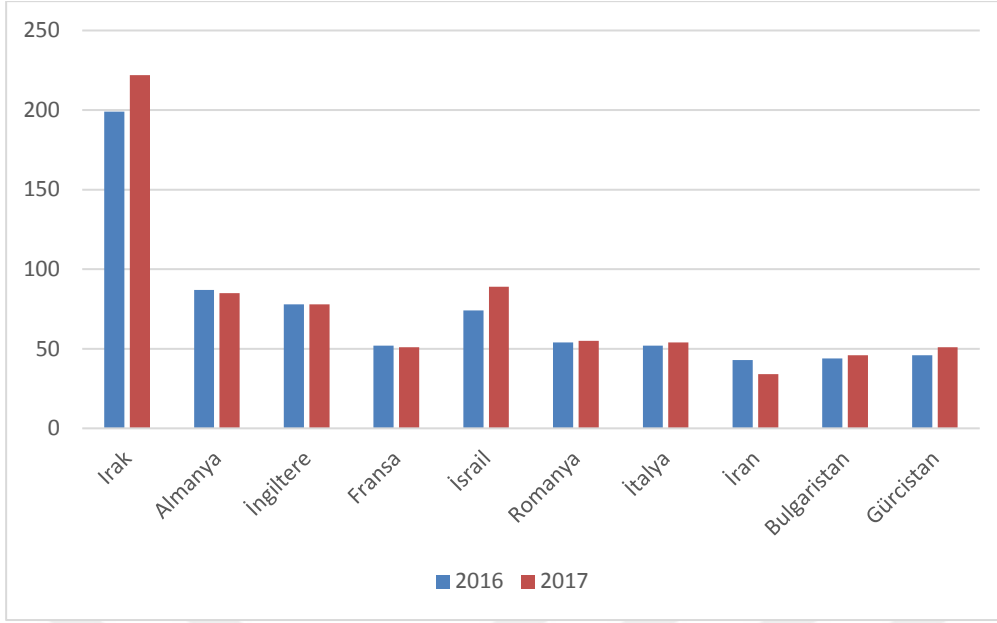
4.5.4 İhracat

2017 yılında plastik mamul ihracatı bir önceki yıla kıyasla miktar bazında %5.4 artarak 1634 bin tona, değer bazında da %5.6 artarak 4340 milyon dolara çıkmıştır. Şekil 4.12, plastik ürün ithalatının 2014-2017 yılları arasında miktar ve değer bazındaki değişimini göstermektedir.

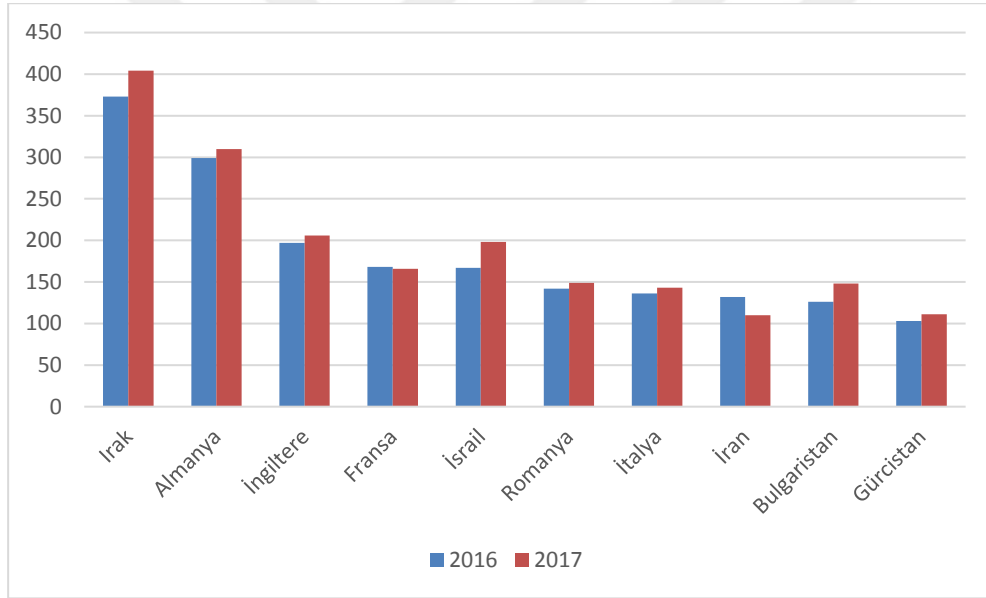


Şekil 4.12: Plastik Mamul İhracatı (2014-2017).

Şekil 4.13'te ülkelere göre miktar bazında plastik ihracatını, Şekil 4.14'te ülkelere göre değer bazında plastik ihracatının 2016 ve 2017 yılları arasındaki değişimini göstermektedir.

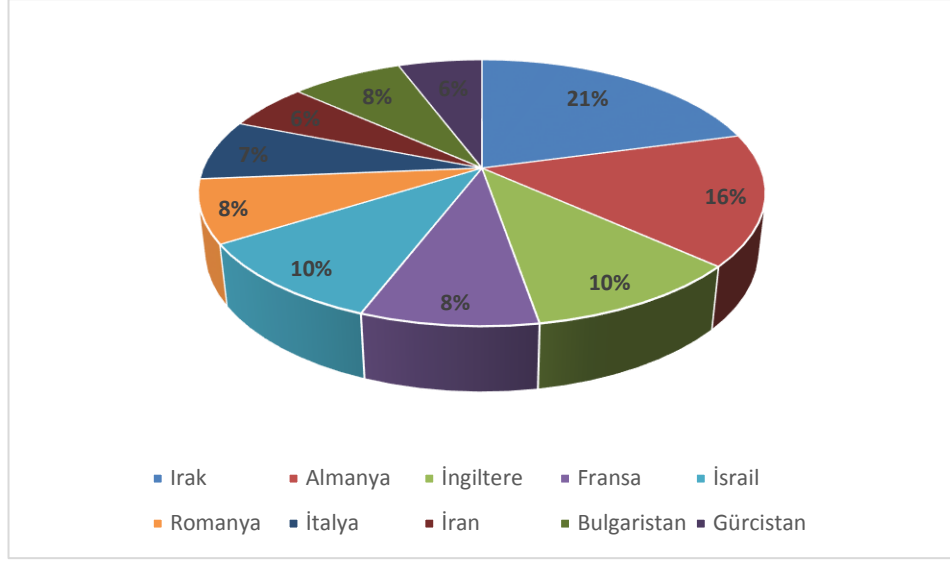


Şekil 4.13: Miktar Bazında Ülkelere Göre Plastik İhracatı (1000 Ton).



Şekil 4.14: Değer Bazında Ülkelere Göre Plastik İhracatı (milyon \$).

2017 yılında Türkiye plastik mamul ihracatının yaklaşık %21'lik kısmını Irak'a yapmıştır. Şekil 4.15'te Türkiye'nin 2017 yılında en çok plastik mamul ihracat ettiği 10 ülkeye göre yüzdelik dağılımları verilmiştir.



Şekil 4.15: 2017 yılı Değer Bazında Plastik İhracatı.

Türkiye’de plastik sektörünün gelecek yıllardaki beklentisi plastik işleme kapasitesi ile Avrupa ülkeleri arasında birinci olmaktır. Sektörün bu hedefine ulaşması için hazırlanacak stratejik planla, yabancı sermaye plastik sektörüne yönlendirmeli ve katma değeri yüksek ürünlerin yapımı için yatırım yapılması sağlanmalıdır. Sektörün en önemli sorunu olan hammadde konusunda dışa bağımlılığın azalması konusunda çalışmalar yapıp, alternatif hammadde üretimi için araştırmalar yapılması gerekmektedir. Sektörün büyük bir kısmını oluşturan Kobiler için devlet ve Kobi’lere destek veren kurum ve kuruluşlarca her yıl verilen destek ve teşviklerin, önümüzdeki yıllarda da finansal ve finansal olmayan desteklerle devam etmesi ve bu desteklerin sektöre etkilerinin ölçülmesi gerekmektedir.



5. ANKET ÇALIŞMASI

Bu araştırmada KOSGEB'in sağlamış olduğu destek ve hizmetlerden kredi faiz desteğinin KOBİ'lerin performansına olan etkisini karlılık, tedarikçi güvenilirliği, müşteri memnuniyeti ve kapasite kullanımı başlıkları altında hazırlanan sorularla ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada kullanılan veri toplama tekniği, hızlı, güvenilir ve sistematik veri topladığı için online anket yöntemine başvurulmuştur. Ankette sorulan sorular; yapıli ve yarı-yapılı sorular olarak işletmelere sorulmuştur.

KOSGEB Kredi Faiz Desteğinden en az bir kez yararlanmış, Türkiye'de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren 3255 KOBİ'ye hazırlanan anket gönderilmiş, 153 tanesi ankete katılım sağlamıştır. Katılım sağlayan işletmelerin 118 tanesi anketin tamamına yanıt verip, anlamlı veri setini oluşturmuştur.

İşletmelere yönlendirilen anketin ilk kısmında işletmenin faaliyet alanı, büyüklüğü ve yapısı ile alakalı sorular yönlendirilmiştir. İkinci kısmında ise geçtikleri 5 yıl içerisinde karşılaşmış olabilecekleri sorunları değerlendirmeleri, ithalat ve ihracat durumları hakkında bilgi istenmiştir. Üçüncü bölümünde işletmelerin finansal açıdan kaynaklanan sorunların değerlendirmeleri ve bu sorunlara karşılık performanslarını arttırmaya yönelik kaynaklar araştırılmıştır. Son bölümde ise KOBİ'lerden KOSGEB kredi faiz desteklerinin işletme performansına etkileri; tedarikçi güvenilirliği, kapasite kullanımı, müşteri memnuniyeti ve karlılık başlıkları altında değerlendirmeleri istenmiştir. Anketin tamamı eklerde verilmiştir.

5.1 Ankete Katılan KOBİ'ler Hakkında Bilgi

Ankete katılan KOBİ'ler, Türkiye'de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren ve KOSGEB Kredi Faiz Desteğinden en az bir kez yararlanmış olan işletmelerdir. Şekil 5.1'de, ankete katılım sağlayan 118 KOBİ'nin faaliyet alanına göre dağılımları yer almaktadır. %25.4'lük oranla plastik torba, çanta, poşet, çuval kutu,damacana vb. paketleme malzemelerin imalatında faaliyet gösteren işletmeler en çok katılımı sağlamış, %22 oranla plastik ürünlerin imalatında faaliyet gösteren işletmeler ve

%20.3 oranla plastik inşaat ürünleri imalatı yapan işletmeler anketin %70'e yakınına oluşturmuştur.

Faaliyet Alanı	Frekans	Yüzde (%)
Kauçuk ve Plastik Ürünlerinin İmalatı	7	5,9
Kauçuk Ürünlerinin İmalatı	3	2,5
İç ve Dış Lastik İmalatı; Lastiğe Sırt Geçirilmesi ve Yeniden İşlenmesi	2	1,7
Diğer Kauçuk Ürünlerinin İmalatı	2	1,7
Plastik Ürünlerinin İmalatı	26	22,0
Plastik Tabaka, Levha, Tüp ve Profil İmalatı	8	6,8
Plastik Torba, Çanta, Poşet, Çuval Kutu, Damacana, Şişe, Makarna vb. Paketleme Malzemelerinin İmalatı	30	25,4
Plastik İnşaat Malzemesinin İmalatı	24	20,3
Diğer Plastik Ürünlerin İmalatı	16	13,6
Toplam	118	100,0

Şekil 5.1: Faaliyet Alanına Göre Ankete Katılan KOBİ'ler.

Şekil 5.2'de ankete katılım sağlayan KOBİ'lerin %80.5'lik büyük bir kısmını, 10 yıl ve üzerinde faaliyet gösteren olgun işletmeler oluşturmaktadır

Faaliyet Süresi	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
1-3 Yıl	8	6,8	6,8
4-10 Yıl	15	12,7	19,5
10 Yıl ve Üzeri	95	80,5	100
Toplam	118	100	

Şekil 5.2: Faaliyet Sürelerine Göre Ankete Katılan KOBİ'ler.

Şekil 5.3'te ankete katılım sağlayan işletmelerde istihdam edilen kişi sayıları dağılımı verilmiştir. Ankete katılan işletmelerin yarısından fazlası 11 ile 50 kişi arası kişi istihdam etmektedir. Bu işletmeler literatürde küçük boy işletmeler olarak geçmektedir.

İstihdam	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
10 Kişi ve Altı (Mikro)	45	38,1	38,1
11-50 Kişi Arası (Küçük)	60	50,8	59
51-250 Kişi Arası(Orta)	13	11	100
Toplam	118	100	

Şekil 5.3: İstihdam Sayılarına Göre Ankete Katılan KOBİ'ler.

İşletmelere ankette, geçtikleri 5 yıl içerisinde karşılaşmış olabilecekleri sorunlar yöneltilmiştir ve bu sorunları 0'dan başlayarak 100'e kadar önemlilik derecelerini

kendi işletmelerine göre değerlendirmeleri istenmiştir. En önemli 100 olacak şekilde derecelendiren işletmelerde şekil 5.4'teki gibi işletmelerin en büyük sorunu finansal sorunlar olarak görülmektedir. Analiz yapılırken 0-10 arası indirgenen çıktılarda ortalama değeri 6.3 ile kalifiye personel sorunu sektörün en önemli ikinci sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Standart sapması 3.1 en yüksek değere sahip olan kalifiye personel sorunu, işletmelerin görüş farklılıklarının olduğu bir sorundur. Finansal sorunlarla başetmeye çalışan işletmelerin finansal bir kaynak bulamadıkça hayatta kalma süreleri azalır.

Karşılaşılan Sorunlar	Ortalama	Standart Sapma
Finansman	6,7	2,6
Pazarlama	5,0	2,3
AR-GE Faaliyetleri	4,8	3,0
Kalifiye Personel	6,3	3,1
İthalat-İhracat	5,2	3,0
Üretim Hattı	4,1	2,7

Şekil 5.4: Ankete Katılan KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar.

Ankete katılan işletmelerin en büyük sorunu finansal konulardır. Literatürde KOBİ'lerin finansal açıdan yaşadığı en büyük sorunları listelenip, işletmelerin kriterleri önem derecelerine göre 0'dan 100'e kadar olan skalada değerlendirmeleri istenmiştir. 0-10 arası indirgenen şekil 5.5'te işletmelerin en büyük finansal sorunu olarak 8.22 ortalamasıyla banka kredilerinin yüksek faiz oranlarına sahip olması gelmektedir. Sektördeki işletmelerin en büyük ikinci finansman sorunu 7.64 ortalamayla piyasadaki tahsilattaki sorunlar yer almaktadır.

Finansman Sorunları	Ortalama	Standart Sapma
Yetersiz İşletme Sermayesi	5,55	3,00
İşletme Kredisi Teminindeki Güçlükler	5,53	3,32
Banka Kredilerinin Yüksek Faizi	8,22	2,52
Dış Piyasaların Durumu	5,76	2,94
Piyasadaki Tahsilattaki Sorunlar	7,64	2,29
Krediye Teşvik Almak İçin Gereksiz Bürokrasi	7,49	2,60

Şekil 5.5: Ankete Katılan İşletmelerin Finansal Sorunları.

Ankete katılan işletmelerin yarısından fazlası ihracat yapmamaktadır. 118 işletmeden 62 tanesinin ihracat yapmadığını şekil 5.6'da görülmektedir.

İhracat Yapma Durumu	Frekans	Yüzde (%)
Evet	56	47,5
Hayır	62	52,5
Toplam	118	100

Şekil 5.6: Ankete Katılan KOBİ'lerin İhracat Yapması.

Ankete katılan ve ihracat yapan 56 işletmeye KOSGEB Kredi Faiz Desteği aldıktan sonra ihracat hacimlerindeki değişim sorulmuş ve şekil 5.7'deki gibi 20 işletme değişmediği, 36 işletme ise arttığı yanıtı alınmıştır.

İhracat Hacmindeki Değişim	Frekans	Yüzde (%)
Arttı	20	16,9
Değişmedi	36	30,5

Şekil 5.7: İhracat hacimlerinin Değişimi.

İhracat yapmayan 62 işletmeye, neden ihracat yapmadıklarına dair şekil 5.8'de belirtilen nedenlerden 3 tanesini seçmeleri istenmiştir. Buna göre en önemli sebep olarak finansal belirsizlikler dış pazarlara ulaşma zorlukları olarak değerlendirilmiştir.

İhracat Yapmama Sebebi	Frekans
Finansal Belirsizlik	42,6
İç Pazar Yeterliliği	35,4
Dış Pazarlara Ulaşma Zorluğu	37,2
İhracat Yaparken Karşılaşına Formalite	22,8
Üretim Yetersizliği	22,2
Kalite Sorunları	19,2

Şekil 5.8: İhracat Yapmama Sebepleri.

Ankete katılan 118 işletmenin, 106 tanesi tam kapasite çalışmadığını belirtmiştir. Şekil 5.9'de tam kapasite çalışmama nedeni olarak en çok %48.3'lük frekansla finansal sorunlar gelmektedir.

memnuniyeti, ürün kalitesi, teslim süresi, tedarikçi güvenilirliği, teslim performansıdır. Türkiye’de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin en çok kullandıkları performans ölçümleri ise şekil 5.11’de görüldüğü üzere; işletme giderleri, işletme geliri, işletme karlılığıdır. Finansal olmayan performans göstergelerinde en çok tercih edilen ölçümler ise müşteri memnuniyeti ve ürün kalitesidir. Makine bakımı, üretim esnekliği ve çalışan motivasyonu plastik imalat sektöründe faaliyetlerini göstermekte olan işletmeler arasında en az kullanılan performans ölçümleridir.

Performans Ölçümleri	Frekans
İşletme Geliri	62,4
İşletme Giderleri	55,2
İşletme Karlılığı	82,8
Üretim Esnekliği	5,1
Ürün Karlılığı	21,4
Ürün Maliyetleri	30,5
Ürün Yeniliği	12,2
Ürün Kalitesi	28,5
Müşteri Memnuniyeti	35,6
Çalışan Motivasyonu	5,1
Makine Bakımı	3,0
Kapasite Kullanımı	22,4

Şekil 5.11: Ankete Katılan KOBİ’lerin Kullandıkları Performans Ölçümleri.

5.2 KOSGEB Kredi Faiz Desteği Alan KOBİ’lerin Performanslarındaki Değişim

5.2.1 Tedarikçi güvenilirliği

İşletmelerin destek aldıktan sonra tedarikçi güvenilirliğindeki değişimin işletme performanslarındaki etkiyi ölçmek için 3 farklı soru sorulmuştur. Tedarikçilerin teslimat sürelerindeki, tedarikçilerden teslim alınan malın kalitesindeki ve işletmenin tedarikçilerinden memnuniyet düzeyindeki performans değişimini değerlendirmeleri istenmiştir. Şekil 5.12’de görüldüğü gibi; KOSGEB Kredi Faiz Desteği %60 seviyelerinde değişmediği ve %30 seviyelerinde de işletmelerin performanslarını iyileştirdiği belirtilmiştir.

	Teslimat Süreleri (%)	Malın Kalitesi (%)	Tedarikçi Memnuniyeti (%)
Çok Kötüleşti	-	-	0,8
Kötüleşti	5,1	3,40	2,6
Değişmedi	63,5	69,50	65,4
İyileşti	29,7	27,10	28,5
Çok İyileşti	1,7	-	3,5
Toplam	100	100	100

Şekil 5.12: Tedarikçi Güvenirliğindeki Performansın Değişimi.

5.2.2 Kapasite kullanımı

İşletmeler kısa vadede işçi sayısını, hammadde miktarını arttırarak kapasite arttırımına gidebilir. Uzun vadede bir kapasite arttırımı için ise işletme büyüklüğünü veya kapasitesini arttırma yoluna gidilmektedir. Ankette işletmelere alınan desteğin kapasite değişimi üzerindeki etkisini ölçmek için 2 soru sorulmuştur. İşletmelerin destek aldıktan sonra makine alımı veya değişimi olup olmadığı ve birim ürün maliyetlerindeki değişim ile alakalı sorular yöneltilmiştir. Şekil 5.13’de işletmelerin yaklaşık olarak yarısı makine değişimi veya birim ürün maliyetlerinde bir değişim olmadığını belirtmişlerdir. KOBİ’lerin yaklaşık %48 kadarı makine arttırımı veya bir teknoloji alımı yapıldığına ve performans arttırımı sağlandığını, yaklaşık %38’i de birim ürün maliyetlerinde iyileşme olduğunu düşünmektedir.

	Makine Değişimi (%)	Birim Ürün Maliyeti (%)
Çok Kötüleşti	0,8	1,70
Kötüleşti	0,8	11,00
Değişmedi	50	49,20
İyileşti	44,9	36,40
Çok İyileşti	3,5	1,70
	100	100

Şekil 5.13: Destek Alan KOBİ'lerin Kapasite Değişimi.

5.2.3 Müşteri memnuniyeti

KOSGEB tarafından verilen desteğin işletmelerin müşteri memnuniyeti üzerindeki değişimini analiz etmek için ürün kalitesi ve müşteri memnuniyeti değişimleriyle ölçülmeye çalışılmıştır. Şekil 5.14’te ürün kalitesi ile ilgili sorunlardan kaynaklanan iadelerin yaklaşık %50’si kadarında iyileşme görüldüğü, müşteri memnuniyetinde ise %55 oranında iyileşme sağlandığı ifade edilmiştir.

	Ürün Kalitesine Bağlı İadeler	Müşteri Memnuniyeti
Çok Kötüleşti	0,8	-
Kötüleşti	3,4	0,80
Değişmedi	54,4	44,20
İyileşti	40,6	52,50
Çok İyileşti	0,8	2,50
	100	100

Şekil 5.14: Destek Alan KOBİ'lerin Müşteri Memnuniyeti Değişimi.

5.2.4 Karlılık

KOBİ'lerin finansal performans göstergesi olarak alınan desteğin karlılık üzerindeki etkilerini ölçmek için kısa ve uzun vadeli borçlarındaki değişim ve destek aldıktan sonra karlılığının değişimi hakkında iki soru sorulmuştur. Şekil 5.15'te olduğu gibi; destek alan işletmelerin kısa ve uzun vadeli borçlarının %46 iyileştiğini ve %10 kadar işletmenin borçlarının kötüleştiğini belirtmişlerdir. Karlılık oranlarının da yaklaşık %52'sinin iyileştiği ve sadece yaklaşık %2'si kadarının kötüleştiği değerlendirilmesinde bulunmuşlardır.

	Kısa/Uzun Vadeli Borçlar	Karlılık
Çok Kötüleşti	-	1,60
Kötüleşti	10,2	1,60
Değişmedi	44,1	44,50
İyileşti	42,3	50,70
Çok İyileşti	3,4	1,60
	100	100

Şekil 5.15: Destek Alan KOBİ'lerin Karlılık Değişimi.

5.3 KOSGEB Kredi Faiz Desteği Alan KOBİ'lerin İşletme Sorunları ve Kredi Kullanım Alanları

5.3.1 KOSGEB Kredi faiz desteği alan KOBİ'lerin Finansal bilgi düzeyleri

İşletmeler sene içerisinde finansal durumlarını ölçmeli ve takip etmelidir. Finansal hedeflerini yakından izleyen işletmelerin oluşabilecek finansal sorunlara doğrudan müdahale etmesi ve iyileştirici çözümler bulması gerekmektedir. Bu sebeple finansal rapor hazırlayan işletmelerin daha az finansal sorunla karşılaşacağı ve bunların ilişkili olacağı tahmin edilir.

Ho: Finansal rapor hazırlama sayısı ile finansal sorunla karşılaşması ilişkisizdir.

H1: Finansal rapor hazırlama sayısı ile finansal sorunla karşılaşması ilişkilidir.

Bu hipotezi test etmek için Spearman korelasyon katsayısı kullanılmıştır.

Ankette işletmelere yılda kaç kez finansal rapor hazırladığı yarı kapalı uçlu soru olarak sorulmuştur. Bu soruya yanıtlar ise yılda bir kez, yılda iki kez, üç ayda bir ve her ay olacak şekilde toplanmıştır. Bir başka soruda geçtikleri 5 yıl içerisinde finansal sorunlarla karşılaşmış olmaları derecelendirilmiştir. Bu iki soru arasında yapılan analizler sonucunda negatif bir korelasyon tespit edilmiştir. Ancak bu korelasyon katsayısı 0'a çok yakındır ve istatistiki olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki değildir. Şekil 5.16'e göre; Ho reddedilemez. Yılda hazırlanan finansal rapor sayısı ile finansal sorunla karşılaşılma oranı ters ilişkilidir fakat bu ilişki kuvvetli değildir.

Correlations				
			Finansalrapor sayısı	Finanssorunları
Spearman's rho	Finansalraporsayısı	Correlation Coefficient	1,000	-,007
		Sig. (2-tailed)	.	,944
		N	118	118
	Finanssorunları	Correlation Coefficient	-,007	1,000
		Sig. (2-tailed)	,944	.
		N	118	118

Şekil 5.16: Sorunların Spearman Analizi.

5.3.2 KOSGEB Kredi faiz desteğini alma kriteri

KOSGEB Kredi Faiz desteği işletmelere verilirken işletmelerin belli yeterlilikleri sağlaması gerekmektedir. Belirlenmiş yeterlilikleri sağlayan işletmeler arasında da verilecek destek işletmenin durumuna göre farklılık göstermektedir.

Ho: İşletmenin yıllık net satış hasılatı ve KOSGEB tarafından verilen kredi faiz desteği ilişkisizdir.

H1: İşletmenin yıllık net satış hasılatı ve KOSGEB tarafından verilen kredi faiz desteği ilişkilidir.

Ki-Kare testinde Pearson istatistiği için hesaplanan p değeri $0.00 < 0.05$ olduğu için H_0 reddedilir, H_1 kabul edilir. Şekil 5.17’de gözüktüğü gibi yıllık net satış hasılatı ve verilen desteğin hacmi birbiriyle ilişkilidir.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,528 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	26,062	6	,000
Linear-by-Linear Association	1,898	1	,168
N of Valid Cases	118		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,31.

Şekil 5.17: Yıllık Net Satış Hasılatı ve Verilen Desteğin Hacmi Arasındaki İlişki.

5.3.3 KOSGEB Kredi faiz desteği alan KOBİ’lerin işletme yaşam eğrisine göre yatırımları

Yeni kurulan KOBİ’ler pazara yeni girdikleri için müşteri elde etmeye çalışıp, pazarda bir paya sahip olmaya çalışırlar. Girişimciler tüm birikimlerini sabit varlıklara yatırım yaptıktan sonra, pazarlama giderleri için bir işletme sermayesi elde etmekte zorlanırlar. İşletmelerin aldıkları desteği kullandıkları alanlar arasında pazarlama giderleri seçenlerle firma faaliyet süresi arasındaki ilişki gözlemlenmek istenmiştir.

H_0 : Firma faaliyet süresi ile pazarlama giderleri ilişkisizdir.

H_1 : H_0 : Firma faaliyet süresi ile pazarlama giderleri ilişkilidir.

Şekil 5.18’ de gözüktüğü gibi Pearson istatistiği için p değeri $0.318 > 0.005$ olduğu için H_0 kabul edilir. Firma faaliyet süresi ile pazarlama giderleri ilişkisizdir.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,293 ^a	2	,318
Likelihood Ratio	2,298	2	,317
Linear-by-Linear Association	,003	1	,958
N of Valid Cases	118		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,10.

Şekil 5.18: İşletme Faaliyet Süresi ile Pazarlama Giderleri Arasındaki İlişki.

İşletme yaşam eğrisinin son bölümü olan düşüş aşamasına giren 10 yıl ve üzeri işletmeler, bu dönemlerinde pazar paylarını korumaya çalışırlar. Müşteri isteklerinin hızlı değişimi karşısında teknolojik gelişmelere her zaman yatırım yapmak zorundadırlar. Bu evrede ürün farklılaştırmaya gitmek isteyen KOBİ'lerin makinelerini modernize edip, yatırım yapmaları gerekmektedir.

Ho: Firma faaliyet süresi ile teknoloji alımı ilişkisizdir.

H1: Firma faaliyet süresi ile teknoloji alımı ilişkilidir.

Şekil 5.19'da p değeri 0.05'ten büyük olduğu için Ho reddedilemez ve işletme faaliyet süresi ile teknoloji alımı arasında ilişki yoktur.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,148 ^a	2	,563
Likelihood Ratio	1,136	2	,567
Linear-by-Linear Association	,857	1	,354
N of Valid Cases	118		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,39.

Şekil 5.19: İşletme Faaliyet Süresi ile Teknoloji Alımı Arasındaki İlişki.

5.3.4 KOSGEB Kredi faiz desteği alan KOBİ'lerin kredi kullanım alanları

KOSGEB tarafından verilen kredi faiz desteğini işletmeler en çok hammadde alımı ve kredi borçlarını kapamak için kullanmışlardır. Krediyi kullanım alanlarıyla işletmenin aldığı desteğin miktarı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ikiden fazla gruba ait değişken olduğu için Kruskal Wallis ile hesaplanmıştır.

Ho: Kredi desteğinin miktarı ile kredi kullanım alanları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Kredi desteğinin miktarı ile kredi kullanım alanları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Şekil 5.20'de testin sonucuna göre destek verilen miktar arttıkça işletmeler makine alımına, AR-GE yatırımlarına, kredi borcu ödeme ve personel alımında kullanılmıştır.

Testin sonucunda makine alımı için p değeri 0.038 çıkmıştır. Bu değer 0.05'ten küçük olduğu için; kredi desteği miktarıyla makine alımı arasında anlamlı bir ilişki vardır. Ho red, H1 kabul edilir. AR-GE yatırımları için p değer 0.003, personel alımı için p değer 0.00 ve kredi borcu ödemeleri için p değer de 0.003 olarak çıkmıştır. Bu alanlar için Ho red, H1 kabul edilir.

Hammadde alımı, pazarlama giderleri, ithalat-ihracat giderleri gibi alanlarda ise kredi verilen miktarla arasında anlamlı bir ilişki gözükmemektedir.

Test Statistics ^{a,b}					
	Makine Alımı	Devletten Alınan Borç Kapama	Döviz Alımı	Hammadde Alımı	Kredi Borcu Kapatma
Kruskal-Wallis H	8,435	1,724	3,877	4,472	13,737
df	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,038	,632	,275	,215	,003

Test Statistics ^{a,b}					
	Personel Maaşları	Personel Alımı	Pazarlama Giderleri	ArGe Yatırım	Lojistik Giderler
Kruskal-Wallis H	5,911	26,752	3,149	14,088	3,232
df	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,116	,000	,369	,003	,357

Test Statistics ^{a,b}		
	İthalat İhracat Giderleri	Sabıtlılık Alımı
Kruskal-Wallis H	3,103	1,810
df	3	3
Asymp. Sig.	,376	,613

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Destek Tutarı

Şekil 5.20: Kredi Miktarı ile Kullanıldıkları Alanlar.

Müşteri istek ve beklentilerin hızlı değiştiği bir pazarda işletmelerin bu talebe cevap verebilmesi üretim hatlarındaki esneklikle orantılıdır. Bu isteklere cevap verirken üretim hattında karşılaştıkları sorunlarla da karşı karşıya kalırlar. Bu yüzden işletmeler sürekli olarak makinelerine yatırım yapmak zorundadır.

Ho: Üretim hattında sorun yaşayan işletmelerin makine alımı ve /veya AR-GE alanlarına yatırım yapmaları ilişkisizdir.

H1: Üretim hattında sorun yaşayan işletmelerin makine alımı ve /veya AR-GE alanlarına yatırım yapmaları ilişkilidir.

Şekil 5.21 ve 5.22’de gözüktüğü gibi p değerleri 0.05’ten büyük olduğu için Ho kabul, H1 reddedilir.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,106 ^a	8	,635
Likelihood Ratio	6,283	8	,616
Linear-by-Linear Association	1,430	1	,232
N of Valid Cases	118		

a. 8 cells (44,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,54.

Şekil 5.21: Üretim Hattında Sorun Yaşayan İşletmelerle Makine Alımı Yapan İşletmeler Arasındaki İlişki.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,498 ^a	8	,810
Likelihood Ratio	3,723	8	,881
Linear-by-Linear Association	1,785	1	,182
N of Valid Cases	118		

a. 9 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,76.

Şekil 5.22: Üretim Hattında Sorun Yaşayan İşletmelerle AR-GE Yatırımı Yapan İşletmeler Arasındaki İlişki.

KOSGEB kredi faiz desteğini alan işletmeler aldıkları finansı farklı alanlarda kullanmışlardır. Aldıkları desteğin yeterlilik düzeyini 1’den 10’a kadar olan skalada değerlendirmişlerdir.

Ho: AR-GE alanına yatırım yapan işletmelerle desteğin yeterli olması arasında ilişki yoktur.

H1: AR-GE alanına yatırım yapan işletmelerle desteğin yeterli olması arasında ilişki vardır.

Şekil 5.23’de Kruskal Wallis analizinin istatistiklerine göre; p değeri 0.041 ve 0.05’ten büyüktür. Ho red, H1 kabul edilir. Alınan desteği, işletmelerin AR-GE alanına yatırım yapılması desteğin yeterlilik düzeyini arttırmıştır.

Test Statistics ^{a,b}	
	ArGeYatırım
Kruskal-Wallis H	17,515
df	9
Asymp. Sig.	,041

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
DesteginYeterlilikDüzeyi

Şekil 5.23: AR-GE yatırımları ve Alınan Desteğin Yeterlilik Düzeyi.

Büyük işletmelere göre daha az yatırım maliyetiyle kurulmasına rağmen, girişimcilerin tasarruflarıyla ekonomiye kazandırılan KOBİ'ler için finansal kaynak elde etmek daha güçtür.

Ho: Yeni kurulan işletmelerle AR-GE alanına yapılan yatırım arasında ilişki yoktur.

H1: Yeni kurulan işletmelerle AR-GE alanına yapılan yatırım arasında ilişki vardır.

Şekil 5.24'te de gözüktüğü gibi yeni kurulan işletmelerin AR-GE yatırımlarıyla ilişkisi vardır ve Ho reddedilir.

Test Statistics ^{a,b}	
	ArGeYatırım
Kruskal-Wallis H	3,929
df	1
Asymp. Sig.	,047

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
Faaliyetsüresi

Şekil 5.24: Yeni Kurulan İşletmelerle AR-GE Yatırımları Arasındaki İlişki.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sanayi devriminden sonra büyük işletmeler ölçek ekonomisinden faydalanıp, düşük maliyetli ürünler üretmişlerdir. 1970’li yıllardan sonra ise değişen piyasa koşulları ve müşterilerin taleplerinin hızlı değişmesiyle küçük işletmelere göre daha hantal yapıda olan büyük işletmeler, değişen koşullara ayak uydurmakta zorluk çekmişlerdir. Kitle üretim sisteminin yoğun olarak kullanıldığı dönemden sonra başlayan durgunluk ve krizlerle beraber büyük işletmeler küçülmeye başlamışlardır. Bu dönemden sonra küreselleşen ekonomilerde küçük ve orta boy işletmelerin önemi artmıştır.

Büyük işletmelere göre düşük sermaye ile girişimciler tarafından kurulan KOBİ’ler aynı zamanda hızlı karar verip uygulama ve değişen müşteri taleplerine cevap verebilen yapısıyla ekonomide dinamo görevi üstlenmektedirler.

Avrupa’daki işletmelerin %98’ini oluşturan KOBİ’ler, Türkiye’de ise işletmelerin %99.9’unu oluşturmaktadır. Ekonominin neredeyse tamamını oluşturan bu işletmeler, istihdamın %73.5’ini, cironun da %62’sini oluştururken ekonomiye katkısı da %50 seviyelerindedir.

Ülke ekonomilerinde önemi yadsınamaz olan bu işletmeler için dünyada kabul görmüş ortak bir KOBİ tanımı karşımıza çıkmamaktadır. Ülkeler bu tanımı oluştururken nitel ve nicel ölçütlerden yararlanırlar. Ülkelerin sanayi düzeyleri, ekonomik seviyeleri, işletmelerin faaliyet gösterdikleri iş kolu, çalışan sayısı gibi nicel ölçütlerle beraber işletme sahibinin işletmenin sahibi olması, işletmenin kurulduğu bölgede faaliyet gösteriyor olması gibi nitel ölçütlerden de yararlanılarak tanımlamalar yapılmaktadır.

Ortak bir KOBİ tanımı oluşturulması, bu işletmelere özel strateji ve desteklerin belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda AB’de 2005 yılında kabul gören KOBİ tanımı ülkemizde de uygulanmaya başlanmıştır. Bu tanıma göre çalışan sayısı 250’yi geçmeyecek, yıllık net satış hasılatı ve/veya yıllık mali bilanço toplamı 40 milyon lirayı geçmeyecek olan işletmelere KOBİ denilmektedir.

KOBİ'lere müşteri isteklerine hızlı cevap verebilmesi, işletme içerisindeki bürokrasinin az olması, ve değişime ayak uydurma becerisinin fazla olması gibi sebeplerden devlet kurum ve kuruluşlarınca rekabet güçlerini arttırmak için destek verilip, teşvik edilmektedirler. Ülke ekonomisinin neredeyse tamamını oluşturan KOBİ'lerin katma değere katkısının yarı yarıya düşmesi, dikkati bu işletmelerin kapasite kullanımları ve karşılaştıkları sorunların üzerine çekmektedir.

KOBİ'lerin sorunları incelendiğinde; bu sorunların iç ve dış sorunlardan oluştuğunu söylemek mümkündür. İşletmelerin iç kaynaklı sorunlarını tespit edip çözmeleri, kendi yönetsel başarılarına bağlıdır fakat dış kaynaklı sorunların çözümünde devlet desteğine ihtiyaç duymaktadırlar.

Yapılan çalışmalar detaylı olarak incelendiğinde KOBİ'lerin karşılaştığı en önemli sorunun finansal kaynaklı sorunlar olduğunu söylemek mümkündür. Düşük sermaye ile piyasaya giren KOBİ'ler öz sermaye ve işletme sermayesi elde etmekte zorlanırlar. İhtiyaç duydukları finansı elde etmek için en çok tercih edilen yol olarak banka kredisine başvururlar. Bu yola başvuran KOBİ'ler teminat karşılama konusunda sıkıntı çekerler, şanslı olanlar ise bankaların yüksek faizini ödeyerek ihtiyaç duydukları finansı sağlamaya çalışırlar.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal kalkınmadaki paylarını arttırmak ve dış kaynaklı en büyük sorunu olan finansal sorunlarına çare olmak için bu işletmelere devlet tarafından destek ve hibe verilmektedir.

Bu çalışmada; Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından KOBİ'lere sağlanan finansal desteklerden kredi faiz desteğinin işletmelerin performansına finansal ve finansal olmayan performans göstergelerine etkileri araştırılmıştır.

İşletmeler stratejilerini belirleyip, geleceğe yönelik kararlarını alabilmek için sürekli olarak performanslarını ölçmek zorundadırlar. Performanslarını ölçerken de finansal ve finansal olmayan yöntemleri kullanırlar. Finansal olan yöntemleri geleneksel yöntemler olarak da karşımıza çıkmaktadır. İşletmenin bilançosuna bakarak doğrudan olarak gördüğümüz karlılık, maliyet, varlıkların getirisi, öz varlık verimliliği gibi değerler finansal ölçüm olarak geçmektedir. Bununla beraber müşteri memnuniyeti, üretim esnekliği, ürün yeniliği, ürün kalitesi gibi ölçümler finansal olmayan

ölçümlerdir. Geleneksel ölçümler, işletme hakkında bilgi verse de firmanın rekabet edilebilirliğini, işletmenin güçlü ve zayıf yanlarını yöneticilere gösterme konusunda eksik kalmaktadır. En ideal olan performans ölçümü, finansal ölçümlerin yanında finansal olmayan ölçümlere de yer verilmesidir. Dalgalanmaları olan pazarda yöneticilerin daha sağlıklı kararlar vermeleri için bu karma performans ölçümü önemlidir.

Plastiğin birçok alanda kullanılabilir, kolay işlenebilir, hafif, tekrar işlenebilir ve ekonomik olması nedeniyle demir, ahşap, kağıt, seramik, cam gibi maddelere oranla tüketimi de daha fazla artmıştır. Plastik; son ürün olduğu gibi bir çok sektörde ara mamul olarak da kullanılmaktadır. Bu yönüyle plastik sektörünün genel gidişatı, ülke ekonomisine benzerlik göstermektedir. Üretim kapasitesi bakımından Türkiye plastik sektörü Avrupa’da ikinci, dünyada ise altıncı sıraya yükselmiştir.

İmalat sektörü çok sayıda işçiyi istihdam etmesi ve ekonomiyi büyütmesi açısından önemlidir. Bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler için literatür çalışmalarında en çok tercih edilen performans ölçümü müşteri memnuniyeti, sevkiyat, tedarikçi güvenilirliği ve teslimat süresidir. Bu bağlamda yapılan çalışmada; Türkiye’de plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ’lerin aldıkları finansal desteğin etkisini ölçmek için karlılık, tedarikçi güvenilirliği, kapasite kullanımı ve müşteri memnuniyeti kriterleri açısından değerlendirmeleri istenmiştir.

İşletmelerin aldıkları bu desteğin işletmenin süreç çıktıları üzerindeki etkilerini gözlemlemek için yapılan çalışmalar mevcut olmakla beraber sektörel bazda ve destek türüne indirgenen bir çalışma literatürde mevcut değildir.

Bu araştırmada; KOSGEB aracılığıyla kredi faiz desteğini en az bir kez kullanmış 3255 KOBİ’ye gönderilen anket sonucunda 118 işletmeden kullanılabilir veri elde edilmiştir.

Uygulanan anketin çıktıları değerlendirildiğinde; plastik imalat sektöründeki en büyük problem ve tam kapasite çalışamama nedeni, işletmelerin finansal sorunlarıdır. Bu sorunların başında da finansal performanslarını arttırmak için en çok tercih ettikleri banka kredilerinin işletmelere uyguladığı yüksek faizler yer almaktadır.

Plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin performanslarını ölçmek için en çok tercih ettikleri kriterler; işletme giderleri, işletme geliri, işletme karlılığı, müşteri memnuniyeti ve ürün kalitesidir.

Ankete katılım sağlayan KOBİ'lerin finansal sorunlarını çözmek için kullandıkları kredi faiz desteği sonrası tedarikçi güvenilirliği, kapasite kullanımı, müşteri memnuniyeti ve karlılık performans değerlerindeki değişimin %50 oranlarında aynı kaldığı, %40-%50 oranlarında iyileştiği sonucu çıkmıştır.

Anket çıktıları analiz edildiğinde, işletme yaşam eğrisi göz önünde bulundurularak, işletme yaşına göre aldıkları destekleri ve kullanım alanları hakkında hipotezler kurulmuştur. Bu verilerin çıktıları gösteriyor ki; alınan desteğin miktarı arttıkça işletmeler bu desteği AR-GE alanında daha fazla kullanmışlardır. Desteğin yeterlilik düzeyinin daha yüksek olduğunu düşünen işletmelerin aldığı desteği AR-GE alanında kullanmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

KOBİ'lerin ülkemiz ekonomisine ve istihdamına katkılarının sürdürülebilir olması için sorunlarının temelinde yatan finansal kaynaklı sorunlarına çözüm bulmaya devam edilmelidir. Stratejik kararlarını vermek için ayrı bir yapının bulunmadığı KOBİ'lerin çoğunda işletme sahibi ve ortakları finansal kararları almaktadırlar. Destek ve teşvik aldıkları kaynağı da yönetmek işyeri sahibi ve ortaklarına kalmaktadır.

Finansal performansını arttırmak için banka kredilerine başvuran KOBİ'leri yüksek faiz oranları zorlamaya başlamaktadır. Faiz oranlarının fazla olması işletmeleri başka kaynak arayışlarına itmektedir. Bu aşamada destek ve teşviklerden haberdar olan işletmeler, KOSGEB tarafından verilen, kredi faizinden yararlanarak işletmelerine can suyu vermeye çalışmaktadırlar.

Plastik sektöründeki en büyük dış kaynaklı sorun hammaddenin dışa bağımlı olmasıdır. Finansal belirsizliğin olduğu ortamlarda işletmelerin kâr marjı düşmekte ve bu düşüş karlılıklarına olumsuz yönde etki etmektedir. Plastik üretiminde, Avrupa'da ikinci, dünyada altıncı sırada yer alan Türkiye'de, bu işletmelerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu yüzden ki sektörün büyümesi ve ürettikleri ürünlerin ihracatının yapılabilir olması için KOBİ'ler desteklenmelidir.

Destek alan işletmeler için verilen desteğin yeterlilik seviyelerinin düşük kaldığı ve aldıkları desteği verimli bir şekilde kullanamadıkları gözlemlenmiştir. Bu bağlamda KOSGEB tarafından verilen destekler arttırılmalıdır. Bu desteklerin, sektör uzmanları tarafından mentörlük edilerek verilmesi, desteğin daha verimli bir şekilde kullanılmasına teşvik edecektir.

Devlet tarafından verilen destek ve teşviklerin işletmelerin sorunlarına odaklanabilmesi için, sektörlerin ihtiyaçlarına yönelik çalışmalar yürütmelidirler. Bir sonraki çalışmalarda KOSGEB tarafından destelenen diğer sektörlerin sorunları ve ihtiyaçlarını belirleme yönünde olmalıdır. Verilen desteklerin, işletmelerin performansına etkileri ölçülmelidir.

KOBİ tanımlamalarının belirlenmesinden sonra daha adaletli destek ve teşvikler verilmiştir. Sektörlerin birbirinden farklı sorun ve ihtiyaçları olduğu için verilecek desteklerin sektörel bazda ve mentörlük uygulaması ile olmasının desteğin verimliliğini arttırması beklenmektedir.



KAYNAKLAR

- [1] Müslümov, A. (2002). *21. Yüzyılda Türkiye 'de Kobi 'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri*. İstanbul, Türkiye.
- [2] Akgemci, T. (2001). *Kobi 'lerin Temel Sorunları Ve Sağlanan Destekler*. İstanbul, Türkiye.
- [3] Aras, G. (2002). *Türk KOBİ'lerinin Küreselleşme Sürecindeki Yeni Roller ve Sorunları*. Friedrich Ebert Vakfı Yayınları, İstanbul.
- [4] Koçel, T. (1993). *Büyüyen İşletmelerde Karşılaşılan Yönetim ve Organizasyon Sorunları*. İstanbul, Türkiye.
- [5] Türkan, Y. (2011). KOBİ'lerin finansman sorununa KOBİ menkul kıymet borsası yoluyla çözüm. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 197-215.
- [6] Url-1 <<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/07/20110715-13-1.pdf>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [7] Karakoç, A. (2010). *KOSGEB Kaynaklı KOBİ Destekleri ve Bütçe İlişkisinin Değerlendirmesi*, (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [8] Hounshell, D. (1984). *From the American System to MassProduction, 1800-1932*. United States.
- [9] Civan, M. & Tekinkuş, M. (2002). Küçük ve orta boy işletmelerin avrupa birliğine uyum süreci; Gaziantep örneği, *ODTÜ VI. Uluslararası Ekonomi (ERC) Konferansı*, Ankara, Türkiye.
- [10] Grant, R. M. (2010). *Contemporary Strategy Analysis*, John Wiley & Sons Ltd, United Kingdom.
- [11] Url-2 <<http://ec.europa.eu/>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [12] Miller, A. R. & Dess, G. G. (1996). *Strategic Management*, USA.
- [13] Alptekin, E. (2007). KOBİ'ler Alternatif Finansman Kaynakları'nın Farkında Mı?, *AR&GE BÜLTEN: Haziran*.
- [14] Gezici, Ç. C. (2013). *Krediler, alternatif finansman teknikleri ve devlet yardımlarının kobilerin finansmanındaki rolü*. (Yüksek lisans tezi). Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- [15] Soydal, H. (2006). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerde E-Ticaret*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Konya.
- [16] Erdil, O. ve Kalkan, A. (2005). *KOBİ'lere sağlanan desteklerin KOBİ'lerin performanslarına etkileri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi: Bahar 103-122.

- [17] **Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., Laeven, L. & Levine, R.** (2008). Finance, firm size and growth, *Journal of Money*, 40 (7), 1379–1405.
- [18] **Maksimovic, V., Beck, T., Demirgüç-Kunt, A.** (2004). Financing patterns around the world: are small firms different?. August, 2004 from http://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/84797-1114437274304/FinancingPatterns_Aug2004-revisions.pdf.
- [19] **Ceylan, A., Korkmaz, T.** (2008). *İşletmelerde Finansal Yönetim*. Bursa, Türkiye.
- [20] **Demir, Ö.** (1996). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansal Sorunları ve Elazığ Organize Sanayi Bölgesine Yapılan Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- [21] **Müslümov, A., Aras, G.** (2002). Sermaye Piyasası Gelişmesi Ve Ekonomik Büyüme Arasında Nedensellik İlişkisi: Oecd Ülkeleri Örneği. from http://openaccess.dogus.edu.tr/bitstream/handle/11376/479/al%C3%B6vsat_iif_yazar_kopyas%C4%B1.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- [22] **Url-3** <<http://www.kgf.com.tr/index.php/tr/>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [23] **Url-4** <<https://eteydeb.tubitak.gov.tr/teydebanasayfa.htm>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [24] **Köksal, M. ve Aydemir, A. N.** (2004), KOBİ'ler, Girişimciler ve Esnafılar için Devlet Destekleri, Krediler, Teşvikler Rehberi, Mavi Çizgi Yayıncılık, Ankara.
- [25] **Url-5** <<https://www.eximbank.gov.tr>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [26] **Arısoy, A. H. ve Çarkçı, A.** (2007), KOBİ'ler İçin Kredi ve Teşvik Sağlayan Kurumlar/Kuruluşlar, Milsan Yayıncılık, İstanbul.
- [27] **Url-6** <<https://www.halkbank.com.tr>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [28] **Url-7** <<http://www.kosgeb.gov.tr>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [29] **Url-8** <http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/2016/KOSGEB_2016_Y%C4%B1l%C4%B1_Faaliyet_Raporu.pdf> , erişim tarihi 30.04.2018.
- [30] **Url-9** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/girisimcilik-destek-programi>> , erişim tarihi 30.04.2018.
- [31] **Url-10** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1230/genel-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [32] **Url-11** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1228/isbirligi-gucbirligi-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [33] **Url-12** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/3288/kobigel-kobi-gelisim-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [34] **Url-13** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1229/arge-inovasyon-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [35] **Url-14** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6443/kobi-teknolyatirim-kobi-teknolojik-urun-yatirim-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.

- [36] **Url-15** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1232/gelisen-isletmeler-piyasasi-kobi-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [37] **Url-16** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1235/uluslararası-kulucka-merkezi-ve-hizlandirici-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [38] **Url-17** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/5804/teknopazar-teknolojik-urun-tanitim-ve-pazarlama-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [39] **Url-18** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6492/stratejik-urun-destek-programi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [40] **Url-19** <<http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1233/kredi-faiz-destegi>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [41] **Akal, Z.** (2002). *İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri*. Türkiye.
- [42] **Marr, B. & Schiuma, G.** (2003). Business Performance Measurement-Past, Present and Future, *Management Decision*, (pp.680-687).
- [43] **Vorhies, D. W. & Morgan, N. A.** (2005). Benchmarking Marketing Capabilities for Sustainable. *Journal of Marketing*, (pp.80-94).
- [44] **Drury, C., Braund, S., Osborne, P. and Tayles, M.** (1993). A survey of management accounting practices in UK manufacturing companies. *Chartered Association of Certified Accountants*.
- [45] **Abrahart, R. J. & See, L.** (1998). How do Australian fast-growth small-to-medium enterprises measure performance? *International Council for Small Business (ICSB) Conference*, (pp.41-60). Seoul, Journal of Enterprising Culture.
- [46] **Donovan, M.** (2018). *Performance measurement: Connecting strategy, operations and actions* . Erişim tarihi Nisan 30, 2018 from <https://smtnet.com/library/files/upload/Performance-Measurement.pdf>.
- [47] **Cristiano, B.,** (2003). *Growing Global by Acquisition: The Role of Measurement as GE Met Italy*, Business Horizons.
- [48] **Erkki, L.** (2006). Financial statement analysis of a network of SMEs: towards measurement of network performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 258-282.
- [49] **Yerlikaya, M. A.** (2014). *Kobi'lere sağlanan desteklerin kobi performansına etkisinin çok ölçütlü karar verme yöntemleri ile değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- [50] **Ahmad, K. & Zabri, S. M.** (2015). The Application of Non-Financial Performance Measurement in Malaysian Manufacturing Firms, *Economics and Finance*, 476-484.
- [51] **Lukka, K., & Granlund, M.** (1994). Cost accounting practice in Finland. *17th annual congress of the European accounting association (EAA)*, Venice, Italy.

- [52] **Kersten, R., Harms, J., Liket, K. & Maas, K.** (2017). Small Firms, large Impact? A systematic review of the SME Finance Literature, *World Development*, 330–348.
- [53] **Akgüç, Ö.**, (1987). *Mali tablolar analizi*, İstanbul, (pp.376).
- [54] **Cooper, M. C., Douglas, M. L., Janus, D. P.** (1997). Supply Chain Management: More than a new name for logistics, *The International Journal of Logistics Management*, 1-14.
- [55] **Omurca, S. İ.** (2013). An intelligent supplier evaluation, selection and development system, *Applied Soft Computing*,13 (2013), 690–697.
- [56] **Seydel, J.** (2006). Data envelopment analysis for decision support, *Industrial Management & Data Systems*,106 (1), 81–95.
- [57] **Liu, J., Ding, F., Lall,V.**, (2000). Using data envelopment analysis to compare suppliers for supplier selection and performance improvement, *Supply Chain Management: An International Journal*, 5(3), 143-150.
- [58] **Choy, K. L., Lee W. B., LO.,** (2002). Development of a case based intelligent customer-supplier relationship management system, *Expert Systems with Applications*, 23(3), pp 281–297.
- [59] **Florez-Lopez, R.**, (2007). Strategic supplier selection in the added-value perspective: A CI approach, *Information Sciences*, 177, 1169-1179.
- [60] **Yoon, J., Moon, J.** (2017). The moderating effect of buyer purchasing strategy on the relationship between supplier transaction-specific investment and supplier firm performance, *Journal of Business Research*.
- [61] **Kayhan, B. M., Çebi, S.** (2014). Bulanık çıkarım tabanlı bir model yardımıyla tedarikçi güvenilirliğinin analizi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*.
- [62] **İleri, H.** (1996). *İş Örgütlerinde Kapasite Kullanımı Maliyet-Verimlilik İlişkileri*. (Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- [63] **Gözbaşı, O.** (2003). *KOBİ'lerin finansman sorunlarının çözümüne yönelik finansal destekler ve finansman teknikleri ile ilgili bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- [64] **Yağcı, M. İ. & Duman, T.** (2006). *Hizmet kalitesi-müşteri memnuniyeti ilişkisinin hastane türlerine göre karşılaştırılması; devlet, özel hastaneler uygulaması*, Doğu Üniversitesi, İstanbul.
- [65] **Devlet Planlama Teşkilatı.** (2001). *Sekizinci beş yıllık kalkınma planı plastik ürünleri sanayi özel ihtisas komisyonu raporu* (Rapor No: DPT: 2547). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- [66] **Eraslan, İ. H., Karataş, A., ve Kaya, H.** (2007). Türk plastik sektörünün rekabetçilik analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 144 (4-5), 203-219.

- [67] **The Organisation for Economic Co-operation and Development.** (2018). Ekonomik görünüm raporu from <http://www.oecd.org/eco/outlook/Getting-stronger-but-tensions-are-rising-press-handout-oecd-interim-economic-outlook-march-2018.pdf>.
- [68] **Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı.** (2017). *Türkiye Plastik Sektör İzleme Raporu 2017*. İstanbul Teşkilatı.
- [69] **Cleetus, C., Thomas, S. ve Varghese, S.** (2013). Synthesis of Petroleum-Based Fuel from Waste Plastics and Performance Analysis in a CI Engine, *Journal of Energy*.
- [70] **Url-20** <<https://www.plasticsinsight.com/global-consumption-plastic-materials-region-1980-2015/>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [71] **Url-21** <https://www.plasticseurope.org/application/files/5715/1717/4180/Plastics_the_facts_2017_FINAL_for_website_one_page.pdf>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [72] **Url-22** <https://www.plasticseurope.org/application/files/1715/2111/1527/Plastics_the_facts_2017_FINAL_for_website.pdf>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [73] **Url-23** <<http://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [74] **Url-24** <<https://www.pagev.org/upload/files/Hammadde%20Yeni%20Tebli%C4%9F%20Bilg.%203/T%C3%BCrkiye%20Plastik%20%20Sekt%C3%B6r%C3%BC%20%C4%B0zleme%20Raporu%202017.pdf>>, erişim tarihi 30.04.2018.
- [75] **Deloitte,** (2017). Türkiye otomotiv sektörü 2017 yarıyıl gündemi, Retrieved from <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/manufacturing/Turkiye-otomotiv-sektoru-2017-yariyil-gundemi.pdf>> .
- [76] **Gümrük ve Ticaret Bakanlığı,** (2018). 2018 yılı Ocak ayı veri bülteni, Retrieved from <http://risk.gtb.gov.tr/data/5a536e56ddee7d1fa8b6c100/2018%20Y%C4%B1l%C4%B1%20Ocak%20Ay%C4%B1%20Veri%20B%C3%BClteni.pdf> .



EKLER

EK A: Anket



EK A

* 1. Plastik imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmenizin ana faaliyet alanı aşağıdakilerden hangisidir?

* 2. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet gösteriyor?

- ☐ 1-3 Yıl
- ☐ 4-10 Yıl
- ☐ 10 Yıl ve Üzeri

* 3. İşletmenizde kaç kişi istihdam ediliyor?

- ☐ 10 Kişi ve Altı
- ☐ 11-50 Kişi Arası
- ☐ 51-250 Kişi Arası
- ☐ 250 Kişiden Fazla

* 4. Yıllık net satış miktarınız milyon TL cinsinden ne kadardır?

- ☐ 1 Milyon TL aşmıyor
- ☐ 8 Milyon TL aşmıyor
- ☐ 40 Milyon TL aşmıyor
- ☐ 40 Milyon TL üzeri

* 5. İşletmenizde finansal faaliyetler kim tarafından yönetiliyor?

- ☐ Şirket Sahibi ve Ortakları
- ☐ Şirket Müdürü
- ☐ Finans Uzmanı
- ☐ Diğer (lutfen belirtin)

* 6. İşletmenizde yılda kaç kere finansal rapor hazırlanmaktadır?

☐ 1

☐ 2

☐ 4

☐ 12

☐ Diğer (lutfen belirtin)

7. Aşağıda bir işletmenin geçtiğimiz 5 yıl içerisinde karşılaşılabileceği sorunlar yer almaktadır. Bu sorunların her birini kendi işletmeniz için değerlendirir misiniz? Değerlendirme yaparken soldaki noktayı çizgi üzerinde sağa sola hareket ettirerek kullanabilirsiniz. 0'a yaklaştıkça önem derecesi az, 100'e yaklaştıkça önem derecesi yüksek anlamına gelmektedir.

* 8. Finansman Sorunları

0 100

* 9. Pazarlama Sorunları

0 100

* 10. AR-GE Faaliyetleri

0 100

* 11. Kalifiye Personel

0 100

* 12. İthalat-İhracat

0 100

* 13. Üretim Hattındaki Sorunlar

0 100

14. İşletmenizin kısa/uzun vadeli borcu var mı?

- ☐ Kısa Vadeli
- ☐ Uzun Vadeli
- ☐ Yok

15. İşletmenizin vergi borcu var mı?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

16. İşletmenizin SSK borcu var mı?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

17. İşletmenizin finansman açısından yaşadığı aşağıdaki sorunları önem derecesine göre değerlendirebilir misiniz?

Soldaki noktayı çizgi üzerinde sağa sola hareket ettirerek kullanabilirsiniz. Değerlendirirken önem derecesini sağdaki çok önemliye yakınlık ve uzaklık olarak belirtiniz. 0'a yaklaştıkça önem derecesi az, 100'e yaklaştıkça önem derecesi yüksek anlamına gelmektedir.

* 18. Yetersiz İşletme Sermayesi

0 100 ☐

* 19. İşletme Kredisi Teminindeki Güçlükler

0 100 ☐

* 20. Banka Kredilerinin Yüksek Faizi

0 100 ☐

* 21. Dış Piyasaların Durumu

0 100 ☐

* 22. Piyasada Tahsilattaki Sorunlar

0 100 ☐

* 23. Kredi ve Teşvik Almak için Gereksiz Bürokrasi

0 100 ☐

* 24. İşletmenin finansal performansını arttırmak için hangi kaynaklardan faydalaniyorsunuz?

- ☐ Banka Kredisi
☐ Özsermaye
☐ Teşvik
☐ Yeni Ortak Alımı
☐ Diğer (lutfen belirtin)

* 25. İşletmeniz ihracat yapıyor mu?

- ☐ Evet
☐ Hayır

* 26. KOSGEB desteği aldıktan sonra ihracat hacminiz ne yönde değişti?

- ☐ Arttı
- ☐ Azaldı
- ☐ Değişmedi

* 27. İşletmenizin ihracat yapamamasına sebebiyet veren aşağıdaki nedenleri yanlarındaki kutucukları kullanarak en önemli gördüğünüze 1, en az önemli gördüğünüze 6 vererek değerlendirisiniz.

...	...	Finansal Belirsizlik
...	...	İç Pazar Yeterliliği
...	...	Dış Pazarlara Ulaşma Zorlukları
...	...	İhracat Yaparken Karşılaşılan Formalite Fazlalığı
...	...	Üretim Yetersizliği
...	...	Kalite Sorunları

* 28. Aşağıdaki değerlendirmeler işletmenizin KOSGEB Kredi Faiz desteği aldıktan sonraki performansı ile ilgilidir. Kredi desteği almadan bir önceki yıla göre ne kadarlık bir performans artışı sağladığınızı düşünerek her bir seçeğeği değerlendiriniz.

	Çok Kötüleşti/Azaldı	Kötüleşti	Değişmedi	İyileşti	Çok İyileşti/Arttı
Tedarikçilerimizin teslimat süreleri;	☐	☐	☐	☐	☐
Tedarikçilerimizden teslim aldığınız malın kalitesi;	☐	☐	☐	☐	☐
Tedarikçilerimizden memnuniyet düzeyimiz;	☐	☐	☐	☐	☐
KOSGEB finansal desteği aldıktan sonra makine değişimi (artışı veya yeni bir teknoloji alımı) ;	☐	☐	☐	☐	☐
Birim ürün maliyetimiz;	☐	☐	☐	☐	☐
Ürünün kalitesi ile ilgili sorunlardan kaynaklanan tadelatlar;	☐	☐	☐	☐	☐
Müşteri memnuniyetimiz;	☐	☐	☐	☐	☐
Kısa/Uzun vadeli borçlarımız;	☐	☐	☐	☐	☐
KOSGEB finansal desteği aldıktan sonra karlılığımız;	☐	☐	☐	☐	☐

Diğer (lutfen belirtin)

* 29. İşletmeniz üretim faaliyetlerini gerçekleştirirken yüzde kaç kapasite ile çalışıyor yüzdesel olarak belirtiniz?

- ☐ %100-%90 arasında
☐ %90-%70 arasında
☐ %70-%50 arasında
☐ %50 ve altında

* 30. Gözlemlerinizi sonucu işletmenizin tam kapasite çalışmamasının sizin açınızdan en önemli gördüğünüz 3 nedenini belirtiniz?

- ☐ Talep Yetersizliği
☐ Hammadde Yetersizliği
☐ Teknolojik Yetersizlik
☐ Enerji Maliyetleri
☐ Finansal Sorunlar
☐ İşgücü Yetersizliği
☐ Pazarlama Yetersizliği
☐ Diğer (lutfen belirtin)

31. KOSGEB'den kaç lira tutarında Faizsiz Kredi Desteği aldınız?

- ☐ 0-15 bin Lira
☐ 16-30 bin Lira
☐ 31-50 bin Lira
☐ Diğer (lutfen belirtin)

* 32. Aldığınız finansal desteği işletmenizde hangi alanlarda kullandınız? (3 seçeneği belirtiniz)

- | | |
|--|--|
| ☐ Makine Alımı | ☐ Personel Alımı |
| ☐ Devlete olan borçların kapatımı (Vergi/SSK,...) | ☐ Pazarlama Giderleri |
| ☐ Döviz Alımı | ☐ Ar-Ge Yatırım Giderleri |
| ☐ Hammadde Alımı | ☐ Lojistik Giderleri (Araba alımı ve ya masrafları) |
| ☐ Kredi borcu kapatma | ☐ İhracat-İthalat Giderleri |
| ☐ Personel maaşları | ☐ Sabit Varlık Alımı (ev, arsa, işyeri, depo,...) |
| ☐ Diğer (lutfen belirtin) | |

* 33. KOSGEB tarafından aldığınız kredi faiz desteği işletmenizin finansal sorunlarını çözme konusunda ne kadar yeterli oldu? (Sağa doğru yeterlilik seviyesi artmaktadır. Sağa doğru yıldızlar seçerseniz çok yeterli, sola doğru seçerseniz az yeterli olduğunu gösterir.)

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

* 34. KOSGEB Kredi Faiz Desteği dışında diğer destek programlarından yararlandınız mı? Yararlandıysanız hangi destek türü belirtiniz.

- ☐ Girişimcilik Destek Programı
- ☐ Genel Destek Programı
- ☐ İş Birliği Güç Birliği Destek Programı
- ☐ KOBİ Proje Destek Programı
- ☐ KOBİGEL-KOBİ Gelişim Destek Programı
- ☐ AR-GE, İnovasyon Destek Programı
- ☐ Endüstriyel Uygulama Destek Programı
- ☐ KOBİ TEKNOYATIRIM - KOBİ Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı
- ☐ Tematik Proje Destek Programı
- ☐ Gelişen İşletmeler Pazarı KOBİ Destek Programı
- ☐ Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programı
- ☐ TEKNOPAZAR - Teknolojik Ürün Tanıtım ve Pazarlama Destek Programı
- ☐ Stratejik Ürün Destek Programı
- ☐ KOSGEB Laboratuvar Hizmetleri
- ☐ Diğer KOSGEB desteklerinden yararlanmadım

* 35. Mevcut almış olduğunuz desteğin yanında ileride KOSGEB tarafından verilecek hangi destekten yararlanmak isterdiniz?

- | | |
|---|--|
| ☐ Girişimcilik Destek Programı | ☐ KOBİ TEKNOYATIRIM - KOBİ Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı |
| ☐ Genel Destek Programı | ☐ Tematik Proje Destek Programı |
| ☐ İş Birliği Güç Birliği Destek Programı | ☐ Gelişen İşletmeler Pazarı KOBİ Destek Programı |
| ☐ KOBİ Proje Destek Programı | ☐ Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programı |
| ☐ KOBİGEL-KOBİ Gelişim Destek Programı | ☐ TEKNOPAZAR - Teknolojik Ürün Tanıtım ve Pazarlama Destek Programı |
| ☐ AR-GE, İnovasyon Destek Programı | ☐ Stratejik Ürün Destek Programı |
| ☐ Endüstriyel Uygulama Destek Programı | ☐ KOSGEB Laboratuvar Hizmetleri |

* 36. İşletmenizin performansını (durumunu) ölçmek için en çok yararlandığınız 3 ölçütü seçiniz?

- | | |
|--|--|
| ☐ İşletme Geliri | ☐ Ürün Yeniliği |
| ☐ İşletme Giderleri | ☐ Ürün Kalitesi |
| ☐ İşletme Karlılığı | ☐ Müşteri Memnuniyeti |
| ☐ Üretim Esnekliği | ☐ Çalışan Motivasyonu |
| ☐ Ürün Karlılığı | ☐ Makine Bakımı |
| ☐ Ürün Maliyetleri | ☐ Kapasite Kullanımı |
| ☐ Diğer (lutfen belirtin) | |

37. İşletmedeki göreviniz nedir?

- ☐ Şirket Sahibi
- ☐ Şirket Ortağı
- ☐ İşletme Müdürü
- ☐ Muhasebe/Finans Çalışanı
- ☐ Diğer (lutfen belirtin)

38. Eğitim Durumunuz nedir?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ İlkokul Mezunu | ☐ Lisans Mezunu |
| ☐ Ortaokul Mezunu | ☐ Yüksek Lisans Mezunu |
| ☐ Lise Mezunu | ☐ Doktora ve Üzeri |



ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Ayşen YENİ
Doğum Tarihi ve Yeri : 03.01.1991 Bakırköy
E-posta : aysenyeni@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : 2014, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği