

**T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
2015-YL-023**

**TEKSTİL SEKTÖRÜNDEKİ KOBİ'LERE YÖNELİK
ALTERNATİF FİNANSMAN TEKNİKLERİ:
GAZİANTEP İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR
UYGULAMA**

**HAZIRLAYAN
Erdem GÖÇEN**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK**

AYDIN-2015

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Erdem GÖÇEN tarafından hazırlanan “Tekstil Sektöründeki KOBİ’lere Yönelik Alternatif Finansman Teknikleri: Gaziantep İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama” başlıklı tez, ... tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
Başkan :Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK	ADÜ	
Üye :Doç. Dr. Yusuf KADERLİ	ADÜ	
Üye :Doç. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN	PAÜ	

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans Tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun Sayılı kararıyla tarihinde onaylanmıştır.

Prof. Dr. Recep TEKELİ

Enstitü Müdürü

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

...../...../2015

Erdem GÖÇEN

ÖZET

TEKSTİL SEKTÖRÜNDEKİ KOBİ'LERE YÖNELİK ALTERNATİF FİNANSMAN TEKNİKLERİ: GAZİANTEP İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Erdem GÖÇEN

Yüksek Lisans Tezi İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK

2015, 216 sayfa

Günümüz ekonomisinde işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturmakta ve bu işletmelerin ekonomiye olan katkıları ise azımsanmayacak boyuttadır. Gelişmekte olan birçok ülkede üretimin ve istihdamın önemli bölümünü KOBİ'ler sağlamakta, ancak KOBİ'lerin kullanımlarına sunulan teşvikler ile finansman kaynaklarının kısıtlı olması ve kredi olanaklarının yetersizliği nedeniyle başta finansman sorunu olmakla birlikte birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu çalışmada KOBİ'lerin karşılaştıkları başlıca sorunlara çözüm önerisi niteliğinde alternatif finansman yöntemleri ele alınmakta ve KOBİ'lere sağlayacağı faydalar üzerinde durulmaktadır. Bunlara ilave olarak Gaziantep ilinde yer alan ve belli bir kapasiteye sahip tekstil sektöründeki KOBİ'ler üzerine bir anket çalışması uygulanmıştır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, öncelikle KOBİ'lerin tanımları, özellikleri, avantajları, dezavantajları, KOBİ'lerin dünya ekonomilerindeki yeri ve önemi ile Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi, temel sorunları, başlıca finansman sorunları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde Türkiye'deki KOBİ'lerin finansman sorunlarına karşı kullanılabilecek alternatif finansman yöntemleri, bu yöntemlerin başlıca avantaj ve dezavantajları, temel özellikleri, işleyişleri, ekonomiye olan katkıları anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde, Gaziantep organize sanayi bölgesinde bulunan ve tekstil sektöründe faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansman sorunları ve bunların kullandığı alternatif finansman yöntemleri üzerine bir uygulamaya yer verilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmış ve elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirilerek analiz edilmiştir. Sonuç olarak Gaziantep bölgesinde bulunan tekstil firmalarının alternatif finansman yöntemleri hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi olmadıkları ve bu nedenle alternatif finansman kullanma eğilimde olmadıkları gözlemlenmiştir.

ANAHTAR KELİMELER : KOBİ , Finansal Sorunlar, Alternatif Finansman Yöntemleri

ABSTRACT
ALTERNATIVE FINANCING TECHNIQUES FOR SMEs IN
TEXTILE SECTOR: AN APPLICATION ON BUSINESS
GAZIANTEP

Erdem GÖÇEN

M.sc. Thesis, at Finance

Supervisor: Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK

On today's economy, most of the business enterprises are SMEs and those enterprises' contribution to the economy is far more than expected. On many developing countries a significant part of production and employment is provided by SMEs. But, SMEs face many problems, initially financial, because of insufficient financial sources and promotions provided for them and inadequate credit possibilities.

On this Project, alternative financial methods are discussed as solutions for the main problems that SMEs face and the benefits to SMEs. In addition, a survey has been made on SMEs in Gaziantep that has certain capacity in the textile sector of Gaziantep.

This Project consists of three parts. First part focuses on SMEs' definitions, advantages, disadvantages, features, SMEs' place and importance in the World economy and Turkey's main financial problems. Second part focuses on alternative methods that can be used for SMEs' financial problems in Turkey, and those methods' main features, advantages and disadvantages, functions, contribution to the economy. And lastly the third part includes an application on financial problems and the alternative financial methods of SMEs that operates in the textile industry in Gaziantep organized industry zone. In this research, the survey technique, one of the qualitative research techniques, is used and the results are analyzed statistically. As a result, they are not sufficiently informed about alternative financing methods for textile firms; it has been observed in Gaziantep and therefore they do not tend to use alternative financing.

KEYWORDS: Small and Medium Sized Enterprises, Financial Problems,, Alternative Finance Techniques

ÖNSÖZ

Dünya ekonomisinde küreselleşmenin hızla devam ettiği, yeniliklerin öncüsü ve girişimciliğin temsilcisi küçük ve orta boy işletmeler bütün güçleriyle küresel rekabete uyum sağlamaya çalışmakta, ülke ekonomisine katma değerler üretmektedir. KOBİ'ler, varlıklarının devamı için gelişen teknolojiyi de izlemek zorundadırlar. Ancak ülkelerin kalkınmasında önemli rol oynayan teknolojik yatırımlar ve Ar-Ge çalışmaları yapmak isteyen küçük işletmeler başta finansman sorunu olmak üzere, birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Ekonomilerin temel taşı, vazgeçilmezi durumunda bulunan KOBİ'ler ülkemizde, tüm işletmeler içerisinde % 99 gibi bir orana sahiptirler. Bu oran hemen hemen tüm dünya ülkelerinde de aynıdır. Çalışmamızda bu ekonomik sistemin bir parçası olan Türkiye'deki KOBİ'lerin özellikle finansal sorunları ve bunlara sağlanan destekler araştırılarak alternatif finansman imkanları ile KOBİ'lerin bu sorunlarına çözüm aranmaya çalışılmıştır.

Bu tez konusunu seçmemde bana yardımcı olan, gerek bu çalışmanın hazırlanmasında ve gerekse hayat tecrübesi, bilgi ve deneyimleriyle bana yol gösteren ve cesaretlendirici öneriler sunan değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK hocama teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca hiçbir zaman desteğini benden esirgemeyen ve her koşulda yanımda olan canım eşime de teşekkür ederim.

Erdem GÖÇEN

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI	v
ÖZET	vii
ABSTRACT	ix
ÖNSÖZ	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xxi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xxiii
TABLolar DİZİNİ	xxv
GİRİŞ	1
1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN TARİHSEL GELİŞİMİ, TANIMI, ÖZELLİKLERİ VE EKONOMİDEKİ YERİ	3
1.1. KOBİ'lerin Tarihsel Gelişimi	3
1.2. Küçük ve Orta Boy İşletme (KOBİ) Tanımlarında Kullanılan Ölçütler	4
1.2.1. Nicel (Kantitatif) Ölçütler	4
1.2.2. Nitel (Kalitatif) Ölçütler.....	6
1.2.2.1. İşletme Sahibine Ait Özellikler	8
1.2.2.2. İşletmelerin Kendilerine Ait Özellikler	8
1.3. Türkiye’de KOBİ Kavramı ve Tanımı	9
1.3.1. Sanayi Bakanlığının KOBİ Tanımı:	10
1.3.2. Devlet İstatistik Enstitüsü’nün KOBİ Tanımı	10
1.3.3. Hazine Müsteşarlığı’na Göre KOBİ Tanımı	11
1.3.4. KOBİ Teşvik Kararnamesi’ne Göre KOBİ Tanımı:	11
1.3.5. Dış Ticaret Müsteşarlığı’na Göre KOBİ Tanımı.....	12
1.3.6. Eximbank’ın KOBİ Tanımı.....	12
1.3.7. Halk Bankası’nın KOBİ Tanımı:	12
1.3.8. KOSGEB’in KOBİ Tanımı	13
1.3.9. TOSYÖV’ün KOBİ Tanımı	13

1.4. AB’de KOBİ Tanımlaması.....	15
1.4.1. Almanya’da KOBİ Tanımı	17
1.4.2. Fransa’da KOBİ Tanımı:	18
1.4.3. İngiltere’de KOBİ Tanımı	19
1.4.4. İtalya’da KOBİ Tanımı.....	19
1.4.5. Hollanda’da KOBİ Tanımı	20
1.4.6. Belçika’da KOBİ Tanımı.....	20
1.4.7. İrlanda’da KOBİ Tanımı	21
1.5. Asya Ülkelerindeki KOBİ Tanımlaması	21
1.5.1. Japonya’da KOBİ Tanımı.....	21
1.5.2. Malezya’da KOBİ Tanımı	22
1.5.3. Güney Kore’de KOBİ Tanımı	22
1.5.4. Filipinler’de KOBİ Tanımı	23
1.5.5. Hindistan’da KOBİ Tanımı	23
1.6. Diğer Ülke ve Kurumların KOBİ Tanımları	23
1.6.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde KOBİ Tanımı:	23
1.6.2. Kanada’ da KOBİ Tanımı.....	24
1.6.3. Rusya Federasyonunda KOBİ Tanımı.....	24
1.6.4. Meksika’da KOBİ Tanımı	24
1.6.5. OECD’nin KOBİ Tanımı.....	25
1.6.6. BM’in KOBİ Tanımı	25
1.7. KOBİ Tanımlarının Karşılaştırılması	25
1.8. KOBİ’leri Büyük İşletmelerden Ayıran Temel Fonksiyonlar	27
1.8.1. Yönetim Fonksiyonu	27
1.8.2. Üretim Fonksiyonu.....	27
1.8.3. Finansman Fonksiyonu.....	27
1.8.4. Pazarlama Fonksiyonu.....	28
1.8.5. Personel Fonksiyonu	28

1.8.6. Tedarik Fonksiyonu	28
1.9. KOBİ'lerin Özellikleri	28
1.10. KOBİ'lerin Sınıflandırılması	30
1.10.1. Fonksiyonları Bakımından Sınıflandırma	31
1.10.2. İşgören Sayısı Bakımından Sınıflandırma.....	32
1.10.2.1. Esnaf İşyerleri	32
1.10.2.2. Mikro İşletme	32
1.10.2.3. Küçük İşletme:	32
1.10.2.4. Orta Boy İşletme	33
1.11. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi	33
1.12. KOBİ'lerin Dünya Ekonomisindeki Yeri ve Önemi	41
1.13. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları.....	46
1.13.1. KOBİ'lerin Avantajları	46
1.13.1.1. Tüketici Tercihlerine Daha Esnek Bir Yaklaşım Göstermesi veYeniliklere Daha Yatkın Olunması.....	49
1.13.1.2. Teknik Yeniliklerde Daha Fazla Verimlilik Sağlanması ve Çalışanlarla Daha Yakın İlişki Kurulması	50
1.13.1.3. Yeniliklere açık ve daha yatkın olması	51
1.13.1.4. Ferdi Tasarrufların Teşvik Edilmesi ve Daha Yüksek Oranda İstihdama Katkı Sağlanması.....	51
1.13.1.5. Büyük Firmaların Tamamlayıcısı Olmak ve Rekabetin Tescil Edilmesi	52
1.13.1.6. Üretimdeki Boşlukların Hızla Doldurulması	52
1.13.1.7. Bürokrasinin ve Yönetici Grubunun Az Olması	52
1.13.1.8. Çalışanlarla Daha Yakın İlişki	53
1.13.1.9. Düşük Trafik Yoğunluğu Maliyetleri.....	53
1.13.1.10. Bölgelerarası Dengeli Büyümeye Katkısı	54
1.13.2. KOBİ'lerin Dezavantajları	55
1.13.2.1. Finansman, Yönetim ve Organizasyon	57

1.13.2.2. Satış Dalgalanmaları.....	58
1.13.2.3. Vergi-Mevzuat ve Bürokrasi Sorunları	58
1.13.2.4. Pazarlama ve Üretim	58
1.13.2.5. Bağımsızlığını Kaybetme Riski.....	58
1.13.2.6. İhracatla İlgili Sorunları.....	58
1.13.2.7. Personel, Muhasebe ve Hesap İşleri	59
1.13.2.8. Olumsuz Rekabet.....	59
1.13.2.9. Teknoloji ve Bilgi Akışı	60
1.13.2.10. Karar Almada Tek Yöneticiye Bağımlılık.....	60
1.13.2.11. Uzmanlaşmada Yaşadıkları Sorunlar	60
1.14. KOBİ'lerin Örgütlenme Biçimleri.....	61
1.14.1. Tek Şahıs İşletmeleri	62
1.14.2. Ortaklıklar.....	63
1.14.3. Şirketler	64
1.15. KOBİ'lerin Temel Sorunları.....	64
1.15.1. Örgütlenme ve Yönetim Sorunları	65
1.15.2. Tedarik Sorunları.....	68
1.15.3. Üretim ve Hammadde Sorunları.....	69
1.15.4. Pazarlama Yönetimi ile İlgili Sorunlar	72
1.15.5. Teknolojik Yetersizlik Ve Üretim Sorunları	76
1.15.6. İhracatla İlgili Sorunlar.....	76
1.15.7. Finansman Sorunları.....	77
1.15.8. Araştırma Geliştirme (AR-GE) Sorunları.....	78
1.15.9. İnsan Kaynakları Sorunu	78
1.15.10. Muhasebe Sorunları.....	80
1.15.11. Halkla İlişkiler ile İlgili Sorunlar.....	81
1.16. KOBİ'lerin Finansman Sorunları	82
1.16.1. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Başlıca Finansman Sorunları	82

1.16.2. Öz Sermaye ve İşletme Sermayesinin Yetersiz Olması	86
1.16.3. Banka Kredileri ile İlgili Sorunlar.....	91
1.16.4. Sermaye Piyasasından Fon Elde Etmede Yaşanan Sorunlar	95
1.16.5. Para Piyasasına İlişkin Finansal Sorunlar	98
1.16.6. Finansal Yönetimde Yetersizlik Kaynaklanan Sorunlar	99
1.16.7. Mali Yapının Zayıflığından Kaynaklanan Sorunlar	100
1.16.8. Enflasyon ve Maliyet Sorunu.....	100
1.16.9. Finansman ile İlgili Yasal ve Bürokratik Sorunlar.....	102
1.16.10. İşletme Yöneticilerinin Finansal Bilgi Eksikliği	103
1.16.11. Finansmanla İlgili Bölüm Eksikliği	105
2. KOBİ'LERİN GELENEKSEL FİNANSLAMA BİÇİMLERİ VE ALTERNATİF FİNANSMAN YÖNTEMLERİ	107
2.1. KOBİ'lerin Kullandığı Geleneksel Finanslama Biçimleri	107
2.1.1. Özkaynak	110
2.1.2. Banka Kredileri	112
2.1.3. Ticari Krediler	115
2.2. KOBİ'lerin Kullandığı Alternatif Finansman Kaynakları.....	116
2.2.1. Risk sermayesi	118
2.2.1.1. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Tanımı ve Gelişimi.....	118
2.2.1.2. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Özellikleri.....	120
2.2.1.3. Risk Sermayesi Finansman Modelinin İşleyişi	123
2.2.1.4. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Avantajları.....	124
2.2.1.5. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Dezavantajları	125
2.2.1.6. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar ..	125
2.2.2. Faktoring	127
2.2.2.1. Faktoring Finansman Modelinin Tanımı ve Gelişimi	127
2.2.2.2. Faktoring Finansman Modelinin İşleyişi.....	131
2.2.2.3. Faktoring Finansman Modelinin Avantajları	133

2.2.2.4. Faktoring Finansman Modelinin Dezavantajları	137
2.2.2.5. Faktoring Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar	138
2.2.3. Leasing	141
2.2.3.1. Leasing Finansman Modelinin Tanımı ve Gelişimi	141
2.2.3.2. Leasing Finansman Modelinin Özellikleri	144
2.2.3.3. Leasing Finansman Modelinin İşleyişi.....	146
2.2.3.4. Leasing Finansman Modelinin Avantajları	149
2.2.3.5. Leasing Finansman Modelinin Dezavantajları	152
2.2.3.6. Leasing Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar.....	154
2.2.4. Forfaiting Finansman Modeli	157
2.2.4.1. Forfaiting Finansman Modelinin Tanımı.....	157
2.2.4.2. Forfaiting Finansman Modelinin Gelişimi	158
2.2.4.3. Forfaiting Finansman Modelinin Avantajları	159
2.2.4.4. Forfaiting Finansman Modelinin İşleyişi.....	161
2.2.4.5. Forfaiting Finansman Modelinin Dezavantajları.....	162
2.2.5. Franchising	163
2.2.5.1. Franchising Finansman Modelinin Tanımı.....	163
2.2.5.2. Franchising Finansman Modelinin Gelişimi	165
2.2.5.3. Franchising Finansman Modelinin Özellikleri	167
2.2.5.4. Franchising Finansman Modelinin İşleyişi.....	168
2.2.5.5. Franchising Finansman Modelinin Avantajları	171
2.2.5.6. Franchising Finansman Modelinin Dezavantajları	176
2.2.5.7. Franchising Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar.....	180
2.2.6. Barter Finansman Modeli	181
2.2.6.1. Barter Finansman Modelinin Tanımı	181
2.2.6.2. Barter Finansman Modelinin Gelişimi	183
2.2.6.3. Barter Finansman Modelinin Özellikleri	186
2.2.6.4. Barter Finans Modelinin İşleyişi	188

2.2.6.5. Barter Finans Modelinin Avantajları.....	190
2.2.6.6. Barter Finans Modelinin Dezavantajları	193
2.2.7. Kredi Garanti Fonu	195
2.2.7.1. Kredi Garanti Fonu Finansman Modelinin Tanımı.....	195
2.2.7.2. Kredi Garanti Fonu Finansman Modelinin Gelişimi.....	197
2.2.7.3. Kredi Garanti Fonu Finansman Modelinin Faydaları	198
3. GAZİANTEP ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ TEKSTİL SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN FİNANSMAN SORUNLARI VE ALTERNATİF FİNANSMAN YÖNTEMLERİNİ KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA	201
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	201
3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı.....	201
3.3. Araştırmadaki Bulgular ve Değerlendirme	202
3.3.1. Firmaların Genel Özelliklerine İlişkin Bilgiler	202
3.3.2. Firmaların Finansal Yapılarına İlişkin Bilgiler	208
SONUÇ VE ÖNERİLER	221
KAYNAKLAR	225
EKLER.....	241
ÖZGEÇMİŞ	245

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	:Avrupa Birliği
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	:Araştırma- Geliştirme
AYB	:Avrupa Yatırım Bankası
BDDK	:Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu
BSMV	:Banka Sigorta Muamele Vergisi
BM	:Birleşmiş Milletler
CDN	:Kanada Doları
DİE	:Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
ECU	:Avrupa Para Birimi
ECOFIN	:Avrupa Birliği Ekonomi ve Maliye Bakanları Konseyi
EXİMBANK	:Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş.
FMKD	:Faktörel Maliyeti Katma Değeri
GB	:Gümrük Birliği
İTO	:İstanbul Ticaret Odası
KDV	:Katma Değer Vergisi
KGF	:Kredi Garanti Fonu
KHK	:Kanun Hükümünde Kararname
KİT	:Kamu İktisadi Teşekkülü
KOBİ	:Küçük ve Orta Boylu İşletme
KOSGEB	:Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri Geliştirme Başkanlığı
OECD	:Organisation for Economic Co-operation and Development
RSYO	:Risk Sermayesi Yatırım Ortaklığı
SPK	:Sermaye Piyasası Kurulu

SBA	:(Small Business Administration) Büyüklük Standartları Bürosu
SMA	:Small Business Administration
SMBA	:Small and Medium Business Administration (Küçük ve Orta Ölçekli İşletme İdaresi)
TEB	:Türk Ekonomi Bankası
TESK	:Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TDK	:Türk Dil Kurumu
TKB	:Türkiye Kalkınma Bankası A.İ.
TOBB	:Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
T.C	:Türkiye Cumhuriyeti
TL	:Türk Lirası
TTK	:Türk Ticaret Kanunu
TOSYÖV	:Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı
TÜİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
TSKB	:Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
TSE	:Türk Standartları Enstitüsü
USD	:Birleşik Devletler Doları
UFRAD	:Uluslararası Franchise Birliği

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Büyüklük Grubuna Göre Girişim Sayısı, İstihdam ve FMKD' in Dağılımı	38
Şekil 1.2. KOBİ'lerin Dış Ticaretteki Payı.....	39
Şekil 1.3. KOBİ'lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı.....	4141
Şekil 2.1. Risk Sermayesi Finansman Modelinin İşleyişi	124
Şekil 2.2. Faktoring İşlem Süreci	132
Şekil 2.3. Dünya' da Faktoringin Ciro Gelişimi	139
Şekil 2.4. Türkiye' de Faktoringin Ciro Gelişimi	139
Şekil 2.5. Leasing'in İşleyişi.....	148
Şekil 2.6. Fortfaiting İşlem Süreci	162
Şekil 2.7. Franchisor'ın Franchisee'ye Sağladığı Olanaklar	173
Şekil 2.8. Barter Sisteminde İşlem Süreci.....	190
Şekil 2. 9: Kredi Garanti Sisteminde Taraflar.....	196
Şekil 3.1. İşletmelerin Hukuki Yapısı	202
Şekil 3.2. İşletmelerin Faaliyet Süreleri.....	203
Şekil 3.3. İşletmelerin Çalışan Sayıları	204
Şekil 3.4. İşletme Yöneticileri.....	205
Şekil 3.5. İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumu	206
Şekil 3.6. İşletmelerin Kapasitelerinin Tamamını Kullanamama Sebepleri	207
Şekil 3.7. İşletmelerin 2013 Yılı Ciroları.....	208
Şekil 3.8. İşletmelerde Finansman Departmanının Varlığı	209
Şekil 3.9. İşletmelerin Öncelikli Tercih Ettikleri Finansman Kaynağı	210
Şekil 3.10. İşletmelerin Finansal Sorun Yaşayıp Yaşamadıkları	210
Şekil 3.11 Finansal Sorunların Kaynağı.....	211
Şekil 3.12. İşletmelerin Kredi Kullanıp Kullanmadığı	212

Şekil 3.13. Kredi Kullanımında Tercih Edilen Vade.....	213
Şekil 3.14. Finansman ihtiyacının Kredi ile Karşılanması	214
Şekil 3.15 Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar	215
Şekil 3.16. Kullanılan Alternatif Finansman Araçları	216
Şekil 3.17. Alternatif Finansman Araçlarının Araştırılması	216
Şekil 3.18. İşletmelerin Alternatif Finansman Araçları İçin Destek Alıp Almadıkları	217
Şekil 3.19. İşletmelerin Genelde Karşılaştıkları Sorunlar	218
Şekil 3.20. KOBİ'lere Destek Veren Kuruluşları Bilme Durumu.....	218
Şekil 3.21. KOBİ Desteklerinden Yaralanma Durumu	219
Şekil 3.22. Katılımcıların İşletme İçindeki Görevi.....	219

TABLolar DİZİNİ

Tablo1.1. Türkiye’de Kullanılan KOBİ Tanımlamaları.....	13
Tablo1.2. Türkiye’nin Resmi KOBİ Sınıflandırılması.....	15
Tablo1.3. AB’ye Göre İşletme Sınıflandırılması	16
Tablo1.4. AB Ülkelerinde Sektörler İçinde KOBİ Payları	17
Tablo1.5. Almanya’da KOBİ Sınıflandırması	18
Tablo1.6. Fransa’da İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği.....	18
Tablo1.7. İngiltere’ de Sektörlere Göre KOBİ Tanımlaması	19
Tablo1.8. İtalya’da İşgören Sayısına Göre KOBİ Tanımlaması	20
Tablo1.9. AB Ülkelerinde KOBİ Tanımına İlişkin Çalışan Kişi İstihdamı	21
Tablo1.10. Japonya’da KOBİ Ölçeği.....	22
Tablo1.11. Malezya’da İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği.....	22
Tablo1.12. Filipinlerde İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği.....	23
Tablo1.13. Meksika’da KOBİ Tanımı	25
Tablo1.14. KOBİ’lerin Genel Özellikleri	30
Tablo1.15. KOBİ Tanımı Yönetmeliğine Göre İşletmelerin Sınıflandırılması.....	31
Tablo1.16. Türkiye’de İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Dağılımı.....	35
Tablo1.17. Ulusal Ekonomiye KOBİ’lerin Katkısı	37
Tablo1.18. Sektör ve Çalışan Sayılarına Göre Girişimlerin Dağılımı	40
Tablo1.19. Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ’lerin Yeri (%)	44
Tablo1.20. Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ’lerin Payları (%).....	45
Tablo1.21. KOBİ ve Büyük İşletmelerin Avantajları Açısından Karşılaştırılması.	54
Tablo1.22. KOBİ ve Büyük İşletmelerin Dezavantajları Açısından Karşılaştırılması	61
Tablo1.23. Türkiye’deki KOBİ’lerin Sorunlarının Önem Derecesine Göre Dağılımı	85
Tablo1.24. Banka Kredilerinin ve Özkaynakları Firma Aktiflerine Oranı	91

Tablo1.25. Bazı Ülkelerde KOBİ'lerin Bankalar Piyasasından Faydalanma Durumu	98
Tablo 2.1. İşyerleri İtibariyle Finansman Kaynak Kullanım Oranları.....	109
Tablo 2.2. İşyerleri İtibariyle Finansman Kaynak Kullanım Oranları.....	110
Tablo 2.3. ABD'de Yapılan Risk Sermayesi Yatırımlarının Yıllar İtibariyle Dağılımı.....	119
Tablo 2.4. Sektörel Bazda Faktoring Rakamları	140
Tablo 2.5. Faktoring Sektörü Operasyonel Göstergeleri	145
Tablo 2.6. 01.07.2003 Tarihinden Önce ve Sonra Düzenlenmiş Olan Finansal Kiralama Sözleşmeleri Arasındaki Farklar	149
Tablo 2.7. 2012 Yılı Dünya Leasing İşlem Hacmi Oranı.....	155
Tablo 2.8. Yıllar İtibariyle Dünya Leasing İşlem Hacmi	157
Tablo 2.9. Garanti fonu modellerinin tarihsel görünümü	198
Tablo 3.1. İşletmelerin Hukuki Yapısı	202
Tablo 3.2. İşletmelerin Faaliyet Süreleri	203
Tablo 3.3. İşletmelerin Çalışan Sayıları	204
Tablo 3.4. İşletme Yöneticileri	205
Tablo 3.5. İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumu.....	206
Tablo 3.6. İşletmelerin Kapasitelerinin Tamamını Kullanamama Sebepleri.....	207
Tablo 3.7. İşletmelerin 2013 Yılı Ciroları	208
Tablo 3.8. İşletmelerin Öncelikli Tercih Ettikleri Finansman Kaynağı	209
Tablo 3.9. Finansal Sorunların Kaynağı.....	211
Tablo 3.10. Kredi Kullanımında Tercih Edilen Vade.....	212
Tablo 3.11. Finansman ihtiyacının Kredi ile Karşılanması	213
Tablo 3.12. Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar	214
Tablo 3.13. Kullanılan Alternatif Finansman Araçları.....	215
Tablo 3.14. İşletmelerin Genelde Karşılaştıkları Sorunlar	217

GİRİŞ

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler), ülkelere göre tanımsal ve yapısal farklılıklar gösterebilir de sağladıkları istihdam olanakları, gerçekleştirdikleri yatırımlar, yarattıkları katma değer ve ödedikleri vergiler gibi birçok nedenle özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan ekonomilerde gün geçtikçe artan öneme sahip bir duruma gelmektedirler. Artık devleşmiş endüstriler yerine, hızlı karar verme kabiliyeti yüksek olan KOBİ'ler, az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile ve düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olmaları ile tercih sebebi haline gelmişlerdir. Yeri ve önemi her geçen gün artan KOBİ'lerin de kar amacı güden her işletme gibi ödemeleri gereken borçları, almaları gereken mali sorumlulukları, işlerini devam ettirebilmeleri için yaptığı sabit ve değişken giderleri bulunmaktadır. Bunları karşılarken zaman zaman finansman desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Kriz dönemlerinde ise ülke ekonomisinde vazgeçilmez bir konumda bulunan KOBİ'lerin bu ihtiyacı hızla artmakta ve KOBİ'ler yönetsel ve finansal sorunlarla başa çıkmaya çalışmaktadırlar (Erdoğan, 2010:01).

Günümüzde KOBİ'ler sosyal, ekonomik, siyasi koşullar, teknolojik değişim, rekabet, bölgesel farklılıklar gibi faktörlere bağlı olarak basta finansal sorunlar olmak üzere birçok sorunla karşılaşmaktadır. KOBİ'ler, küresel rekabetin mevcut olduğu günümüz koşullarında ayakta kalabilmek için sadece yerel rakipleri ile değil küresel alanda faaliyet gösteren rakipleri ile de mücadele etmek durumundadırlar. Özellikle, finansal sorunlar işletmelerin özsermaye yetersizliği olarak kuruluş aşamasında başlamakta kaynak ve yetersizliği, maliyeti yüksek ve yetersiz krediler, enflasyon gibi etmenler KOBİ'lerin verimliliğini ve rekabetini olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu çalışmadaki temel amaç, KOBİ'lerin finansman kaynaklarının tespiti ve mevcut durum incelemesi yapılarak, alternatif finansman olanaklarının KOBİ'ler açısından taşıdığı önemin ortaya konulmasıdır. KOBİ'lerin finansman olanakları gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklılık göstermekte, sermaye piyasalarında derinliğin sağlanamadığı ülkelerde banka ve banka dışı finans sektörünün finansman sağlamada en önemli kaynak olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Bundan yola çıkarak, Gaziantep Organize Sanayide yer alan ve tekstil sektöründe bulunan KOBİ'lerin ve bunların kullandıkları alternatif finansman kaynaklarına değinilecektir .

Bu çalışmanın kullanılabilir ve etkin bir araştırma olması amacıyla bir anket çalışması yapılacaktır. Anket alışması ile Gaziantep Organize Sanayide yer alan ve tekstil sektöründe bulunan KOBİ'lerinde kullanılan alternatif finansman yöntem ve araçlarının uygulanabilirliği tespit edilmeye çalışılacaktır. Anketin uygulanacağı ana kütle olarak Gaziantep Organize Sanayide yer alan firmalardan yüz yüze yapılan anket sonuçları değerlendirilmeye çalışılacak ve elde edilen sonuçlara göre de Gaziantep ili tekstil sektöründe bulunan firmalar hakkında genel bir görüşe ulaşılmaya çalışılacaktır.

1. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN TARİHSEL GELİŞİMİ, TANIMI, ÖZELLİKLERİ VE EKONOMİDEKİ YERİ

1.1. KOBİ'lerin Tarihsel Gelişimi

Dünya ekonomisinde 1945-1970 döneminde büyük ölçekli işletmelere ağırlık verilerek ekonomik büyüme ve kalkınma faaliyetleri yürütülmüştür. Ancak bu süre içerisinde KOBİ'lerin, büyük işletmelerden daha avantajlı olduğu anlaşılmıştır. Birçok ülkede istihdam yaratmada ve rekabet ortamının yaratılmasında, KOBİ'lerin rolü, giderek artmaya başlamıştır. 1970 ekonomik krizinden sonra, KOBİ'ler önem kazanmaya, bu yıllardan sonra büyük ölçekli işletmeler ise önemini kaybetmeye başlamıştır. Ölçek ekonomisinin öneminin azalmaya başlamasından sonra, KOBİ'ler birçok ülkede, 1970 bunalımından sonra kaynakların ekonomik kullanımı, istihdam ve gelir dağılımına katkılarından dolayı makroekonomik politikaların temelini oluşturmaya başlamıştır(Yılmaz, 2009'dan aktaran İskender, 2009:03).

Türkiye'de KOBİ'lerin tarihi gelişimi ise 13. yüzyıla kadar dayanmaktadır. 13. yüzyılda Şeyh Mahmut Ahi Evran tarafından kurulan "Ahilik Sistemi" bir taraftan esnafın mesleki eğitim, sosyal güvenlik gibi hizmetlerini yerine getirirken; diğer taraftan esnafı sağlam duygularla birbirine bağlayan mesleki ve insani ahlak kurallarına dayanan manevi bir birliği temsil etmekteydi, zamanla meydana gelen değişiklikler neticesinde bu birlik, yerini "Lonca Sistemi'ne bırakmıştır. Her iş kolunda kurulmuş birlik manasına gelen "Lonca", günümüzdeki üretim kooperatiflerine benzer bir yapıya sahipti ve en önemli fonksiyonu, malın kalitesini yüksek tutmak ve standart üretimi gerçekleştirmektir. Ayrıca usta işçinin yetişmesi, iş ve ticaret ahlakının korunması, işçinin elinden tutulması, belirli zamanda bağımsız sermaye sahibi olması, elde edilen malın müşterinin eline en kısa yoldan geçmesi, malın değerlendirilmesi, değerini koruması loncaların gördüğü işlerdendi. Loncalar, esnafı ve sanat sahiplerini sıkı bir disiplin içinde tutan kuruluşlardı. Türkiye'de tarihi 13. yüzyılda kurulan Ahilik sistemine kadar uzanan KOBİ'ler, 1950'li yıllara kadar tüketicinin taleplerine ancak cevap verebilen durağan bir yapıya sahipken, 1980'lerden sonra özellikle Avrupa Birliği çalışmalarıyla birlikte önemleri artmaya başlamıştır.1929'da dünyada yaşanan büyük ekonomik bunalım sonucunda gelişmiş birçok ülkede olduğu gibi

Türkiye’de devletin daha müdahaleci olduğu ve piyasada ağırlığını hissettirdiği ekonomik modelin uygulanması 1950’li yıllarda, yeterli düzeyde olmasa da özel girişimlere verilen önemin arttığı döneme kadar, KOBİ’lerin gelişimini olumsuz yönde etkilemiştir. 1950’li yıllara kadar KOBİ alanında gelişimin sağlanamamış olmasının altında yatan önemli nedenlerden bir diğeri ise ihtiyaç duyulan üretimi gerçekleştirebilecek düzeyde özel sermaye birikiminin sağlanamamış olmasıdır. Özel girişimlerin ve KOBİ’lerin gerçek anlamda önemlerinin arttığı dönem ise piyasa ekonomisine geçişin yaşandığı 1980 sonrası dönem olarak görülmektedir (www.kosgeb.gov.tr).

1.2. Küçük ve Orta Boy İşletme (KOBİ) Tanımlarında Kullanılan Ölçütler

KOBİ tanımlaması yapılırken değişik ölçütlerin kullanılması gerekmektedir. Çünkü tanımlamayı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. KOBİ tanımlarında nitel ve nicel iki ana ölçüt ele alınmaktadır. Bu ölçütler hem tanım yapılabilmesi için bir model oluşturmakta hem de kullanılacak standartların oluşmasını sağlamaktadır(Şimşek,2002:3).

İşletme büyüklüğünün ve özellikle de küçük ve orta ölçekli işletmeler olgusunun belirlenmesinde ve tanımlanmasında nicel ölçütlerin yanında nitel ölçütlerin de gerekliliği sık sık vurgulanır. Buna göre konunun ekonomik, sosyal ve politik yönlerinin de dikkate alınması gerekir. Zira tüm boyutların nicel yada nitel olarak ifadesi yetersiz kalmaktadır. Nicel yaklaşımın önemli gerekçesi KOBİ’lerin nitel ölçütlere dayandırılması halinde açık, objektif ve belirgin bir sınıflandırmanın olmayacağıdır. Nitel ölçütlere gerekçe olarak ülke şartları göz önünde bulundurulmakta ve girişimcilerin sahip oldukları özellikler vurgulanmaktadır (Müftüoğlu, 2002:41).

Burada daha açık bir şekilde bu kriterlerin neler olduğunu şu şekilde sıralayabiliriz

1.2.1. Nicel (Kantitatif) Ölçütler

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin tanımında en çok başvurulan yol genellikle nicel ölçütlerdir. KOBİ tanımı denildiğinde aslında kastedilen nicel tanımdır. Fakat gereksinim küçük ve orta ölçekli işletmelerin esas itibarıyla nitel bir olgu olduğu da unutulmamalıdır. KOBİ’lerin nicel tanımı devlet tarafından bu

işletmelere yönelik teşvik politikalarının uygulanmasında, idari bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Devlet bu politikaların uygulanmasında tarafsızlığını ve objektifliğini koruyabilmek için nicel ölçütlere gereksinim duymaktadır. Zira ancak nicel ölçütlerle küçük ve orta ölçekli işletmelerin kesin çizgilerle sınıflandırılması mümkün olmaktadır. Böylece hangi işletmenin devletin çeşitli teşvik önlemlerinden yararlanabileceği ve hangi işletmenin bu uygulamanın dışında kalacağı objektif bir esasa dayandırabilmektedir (Müftüoğlu ve Durukan,2004:75).

KOBİ'lerin sınıflandırılmasında kullanılan nicel (kantitatif) kriterleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

- Çalışan kişi sayısı,
- Özsermaye
- Çalışma sermayesi
- Sabit sermaye
- Aktifler toplamı,
- Enerji kullanımı,
- Makine parkı değeri,
- Kullanılan makine, tezgah sayısı ve gücü,
- Belirli süre içinde ödenen ücretler,
- Belirli süre içinde kullanılan toplam çevirici güç miktarı,
- Belirli süre içinde yapılan satış değeri ve kar,
- Belirli süre içinde kullanılan hammadde,
- Yönetimin bağımlı veya bağımsız olması,
- Sermayenin tek veya birkaç kişiye ait olması,
- Sahiplik ve yöneticilik sıfatlarının aynı kişi veya kişilerde olması,
- Kapasite (üretim hacmi),
- Kullanılan alan,
- Sipariş sayısı ve değeri,

- Kapasite kullanım oranı,
- Vardiya sayısı,
- Katma değer,
- Ödenen vergi miktarı,
- Net servet,
- Piyasa payı,
- İhracatın satış miktarındaki payı (Çelik ve Akgemci,1998:73),
- İş istasyonu sayısı,
- Satış tutarı,
- Net pazar payı (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:76).

1.2.2. Nitel (Kalitatif) Ölçütler

Yakın tarihe kadar büyük işletmelerin küçük işletmelerden daha rasyonel çalıştıkları düşüncesi hakimdi. Bu da kaynakların etkin kullanımı ve ihtisaslaşmaya bağlanmaktaydı. Hatta küçük işletmelerin politik ve sosyal nedenlerle devlet ve büyük işletmelerin desteğiyle ayakta durabildikleri düşünülüyordu. Oysa KOBİ'lerin varlığı piyasa sisteminin bir gereğidir (Küçük,2005:110).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin belirlenmesinde özellikle işletme iktisadında başvurulan nicel ölçütler çok çeşitlidir. Çeşitli uygulamalı çalışmalarda kullanılan, literatürde önerilen veya diğerleri yanında alternatif olarak ve KOBİ'lerin sınıflandırılması konusunda kullanılan Nitel (kalitatif) kriterleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Girişimcinin işletmede fiilen çalışıyor olması,
- Risk üstlenme sorumluluğunun girişimciye ait olması,
- Girişimcinin işletmesiyle özdeşleşmesi,
- İşletme sahipliği, girişimcilik ve yöneticiliğin tek elde birleşmesi,
- Uzmanlaşma ve işbölümü derecesi,
- Sermayenin sınırlı olması veya finansal yetersizlik,

- Yönetim tekniklerinin uygulanamaması veya yetersizliği,
- Mülkiyetin bağımlılık derecesi,
- Yönetimin bağımlılık derecesi,
- Pazar payı,
- İşletmenin veya sahiplerinin, pazardaki etkinliği ve gücü,
- İşletme sahibinin teknik yeterlilik derecesi ve mesleğine saygısı,
- Aile bireylerinin işletmede fiilen çalışıp, katkı sağlamaları,
- İşletmenin satış ve satın almadaki pazarlık gücü,
- İşveren ve işçi arasındaki ilişkinin niteliği,
- Sermaye piyasalarında bulunabilirlik (Çelik ve Akgemci,1998:73).
- Bağımsız yönetim,
- İşletmenin çalışmalarını yöresel olarak sürdürmesi,
- İşletmenin çalışmalarını sürdürdüğü işkolu içerisinde küçük bir yere sahip bulunması,
- İşletmenin sermayesinin tümünün yada büyük bölümünün işletme sahibine ait olması,
- Birim yönetim fonksiyonlarında uzmanlaşma,
- Yönetim kademesiyle işçi, müşteri, kredi verenler ve işletme sahipleri arasındaki ilişkiler,
- Gerekli krediyi sağlayabilme olanakları,
- İşletmenin tedarik ve satış çalışmalarında sahip olduğu pazarlık gücü,
- Yerel toplumda, tedarik ve satış konusundaki ilişkiler,
- Üretimde sermaye ve emek faktörlerinin rolü (Yörük ve Ban,2003:7).

İşletmelerde niteliği esas alan ölçütlerin bir kısmı işletme sahibine bir kısmı da işletmenin kendisine ait özellikler olarak iki grupta toplamak sınıflandırmanın anlaşılabilirliği yönünden faydalı olmaktadır.

1.2.2.1. İşletme Sahibine Ait Özellikler

- Bağımsız yönetim(Yönetici bağımsızdır, yönetici aynı zamanda işletme sahibi olduğu için dışarıdan denetlenmesi söz konusu değildir.)
- İşletme sahibinin belirli bir risk üstlenmesi,
- İşletme, maliyet ve yönetim unsurlarının bütünleşmesi,
- İşletme sahibi ile çalışan personel arasında yakın bir ilişki bulunması,
- Yönetimde uzlaşmanın yok denecek kadar az olması (Yörük ve Ban,2003:8).

1.2.2.2. İşletmelerin Kendilerine Ait Özellikler

- Sermaye ve para piyasasına katılmama,
- İşletme sermayesinin tamamen veya büyük bir bölümünün işletme sahibine ait olması,
- Pazar payının sınırlı olması ve pazarlamada daha az etkinlik,
- Hedef pazarın genellikle yöresel olması şeklinde sıralayabiliriz (Yörük ve Ban,2003:8).

Ekonomi içindeki önemlerinin tüm kesimlerce kabul edilmesine rağmen ortak bir tanımlama yapmak için KOBİ'lerin sınıflandırılmasının bir pratik yararı da her ölçek ve nitelikteki teşebbüslerin geliştirilmesi ve desteklenmesine yönelik tedbirlerin ve politikaların belirlenmesinde sağladığı kolaylıklardır. Bu tür bir sınıflandırma, farklı ölçeklerdeki işletmelerin farklı nitelikler taşıyan sorunlarının daha kolay teşhis edilebilmesi ve çözümler geliştirilmesinde de birçok avantaj sağlayabileceğini söylemek mümkündür (Oktav ve Diğerleri, 1991: 1-2).

Uygulamada nicel kriterler pratik olmaları nedeniyle daha fazla kullanılmaktadır. Ancak nicel ölçütler tek başlarına kullanıldıklarında yanıltıcı olabilir. Bu nedenle nicel özellikler göz önüne alınarak nitel ölçütler ile birlikte değerlendirilmelidir (Yörük ve Ban, 2003:8). Buradan artık KOBİ tanımına geçebiliriz.

1.3. Türkiye’de KOBİ Kavramı ve Tanımı

KOBİ’ler ülkemiz ekonomisinin aktif birimleri olarak sosyo-ekonomik sisteme olan katkıları nedeniyle son yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Toplumun tüm kesimlerinden çalışanı bulunan ve tüm yerleşim yerlerine yayılmış olan KOBİ’ler gerek kendi içyapıları gerekse de dış çevreden kaynaklanan birçok sorunla iç içe yaşamaktadırlar.

KOBİ’ler için yapılan tanımlamalara bakıldığında hemen hemen her ülkenin ya da kuruluşun ayrı tanımlamalarda bulundukları görülmektedir. Tanımlamalardaki sınırlamaların genelde ülke ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değiştiği görülmektedir. Yapılmış olan KOBİ tanımlamalarında hem bilim adamları ve araştırmacılar arasında, hem de aynı ülkede yer alan çeşitli kavramlar ve yasalar arasında görüş birliğine varılamamıştır. KOBİ kavramının hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşıyor olması nedeniyle işletmelerin faaliyette bulundukları iş kolları ve kullandıkları üretim tekniklerine bağlı olarak kültürden kültüre, yöreden yöreye farklılık göstermektedir (Şimşek, 2002:01).

Ülke ekonomisindeki durgunluk, yüksek enflasyon ve istikrarsızlık ve sık sık başvurulana değişken ekonomik tedbirler, süprizleri genellikle tahmin edemeyen ve devlet tarafından yeterli danışmanlık hizmeti götürülemeyen KOBİ’lerde başarısızlığa ve performans düşüklüğüne yol açabilmektedir. Bununla birlikte değişimleri ve gelişmeleri yakından takip eden KOBİ’ler pek çok fırsatı değerlendirerek önemli avantajlar elde edip, büyüyüp gelişebilmektedirler(Çelik ve Akgemci,1998:63).

Bütün ekonomilerin temel dinamiğini oluşturmalarına rağmen bugün dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış KOBİ tanımı bulunmamaktadır. Zaten doğaları gereği bu işletmeler için kesin bir tanımda bulunmak da olanaksız gibidir. Sanayileşme düzeyine, işletmelerin bağlı bulundukları işkollarına ve üretim tekniklerine bağlı olarak ülkeler arasında hatta aynı ülkenin farklı bölgelerinde KOBİ tanımı değişebilmektedir(aktaran Çelik ve Akgemci,1998:64).

Bunların yanında KOBİ tanımı yapılırken çok sayıda faktörün de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. KOBİ tanımını etkileyen bu faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz:

– Zaman,

- Ekonomik gelişmişlik düzeyi,
- Sanayileşme düzeyi,
- Kullanılan teknoloji,
- Pazarın büyüklüğü,
- Faaliyette bulunulan işkolu,
- Kullanılan üretim tekniği,
- Üretilen ürünlerin özellikleri (Şimşek, 2002:01).

Ülkemizde ilk KOBİ tanımlaması 1923 İzmir İktisat Kongresi’nde özel sektörü desteklemek amacıyla çıkarılan ve 1942’ye kadar yürürlükte kalan Teşvik-i Sanayi Kanunu’nda yapılmıştır. Söz konusu kanuna göre, 5 işçiden az ve en çok 9 beygirlik muharrik güç çalıştıran “küçük”, bunun üzerindeki işyerleri ise “büyük” işletme olarak kabul edilmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:92). Bütün bunların ışığında artık Türkiye’deki çeşitli kurum ve kuruluşların KOBİ tanımlamalarına geçebiliriz.

1.3.1. Sanayi Bakanlığının KOBİ Tanımı:

- İmalat sanayinde faaliyette bulunan,
- 1–9 işçi çalıştıran, yıllık satış gelir 1 milyon TL altında olan işletmeler “çok küçük ölçekli”,
- 10–49 işçi çalıştıran, yıllık satış geliri 5 milyon TL altında olan işletmeler “küçük ölçekli”,
- 50–250 işçi çalıştıran, yıllık satış geliri 25 milyon TL altında olan işletmeler “orta ölçekli” olarak tanımlanmıştır. Bağımsızlık kriteri; başka işletmelere ait sermaye oranının % 25’in altında olmasıdır (Bayulken ve Kütükoğlu, 2012:04).

1.3.2. Devlet İstatistik Enstitüsü’nün KOBİ Tanımı

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)’nin 1991 yılı KOBİ Sanayi Araştırması’nda yapılan tanımlamada, çalışan işçi sayısına göre dördü bir sınıflandırma yapılmıştır. Buna göre;

- 1-9 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük,
- 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük,
- 50-99 işçi çalıştıran işletmeler orta,
- 100 kişiden fazla işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak sınıflandırılmıştır(Küçük,2005:105).

1.3.3. Hazine Müsteşarlığı’na Göre KOBİ Tanımı

Hazine Müsteşarlığı’nın tanımına göre; imalat sanayinde faaliyette bulunan ve yasal defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis, taşıt araç ve gereçleri, demirbaşlar vb. toplamının net tutarı 400 bin TL’sini asmayan;

- 1-9 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli,
- 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli,
- 50-250 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletmeler,
- En fazla 400 milyar TL. tutarında sabit yatırım harcaması yapan işletmelerin tüm yatırımları KOBİ kapsamında değerlendirilir (Müftüoğlu ve Durukan,2004:94).

1.3.4. KOBİ Teşvik Kararnamesi’ne Göre KOBİ Tanımı:

18.01.2001 Tarih ve 24291 Sayılı KOBİ Teşvik Kararnamesi’nde yer alan tanımlama ise şöyledir;

- İmalat ve tarımsal sanayi sektöründe faaliyette bulunan ve kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis taşıt araç ve gereçleri,
- Döşeme ve demirbaşları toplamının net tutarı 400 Bin TL’yi geçmeyen işletmelerden,
- “1 ile 9 arası işçi çalıştıranlar mikro,
- 10 ile 49 arası işçi çalıştıranlar küçük,

–50 ile 250 arası işçi çalıştıranlar ise orta ölçekli işletme sınıfına girmektedir”(Sarılı, 2011:5).

1.3.5. Dış Ticaret Müsteşarlığı’na Göre KOBİ Tanımı

Dış Ticaret Müsteşarlığı tanımına göre KOBİ’ler;

- İmalat sanayinde faaliyet gösteren,
- 1-200 işçi çalıştıran,
- Gerçek usulde defter tutan,
- Arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı bilanço net değeri itibariyle 2 milyon ABD doları karşılığı TL’yi aşmayan işletmelerdir. (Bayulken ve Kütükoğlu, 2012:04).

1.3.6. Eximbank’ın KOBİ Tanımı

- İstihdam ettiği işçi sayısının 1 ile 200 arasında olduğunu Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) kayıtları ile belgeleyen,
- İmalat sanayi alanında faaliyette bulunan,
- Arsa ve bina hariç, mevcut sabit sermaye tutarı, son takvim yılı bilanço net değeri itibariyle 2 milyon ABD doları karşılığı Türk Lirası (TL)’in aşmayan firmalar KOBİ olarak değerlendirilmektedir (Güneş ve Uğur, 2007:29).

1.3.7. Halk Bankası’nın KOBİ Tanımı:

- Türkiye Halk Bankası, işçi sayısı 1-150 arasında ve sabit yatırımları 100.000 TL’yi aşmayan işletmeleri teşvik belgeli işletmeler;
- İşçi sayısı 1-250 arasında ve toplam makine ve ekipmanlarının kayıtlı net değeri 400.000 TL’yi aşmayan işletmeleri ise KOBİ olarak değerlendirmiştir (Çelik ve Akgemci, 1998:65).

1.3.8. KOSGEB'in KOBİ Tanımı

KOSGEB'e göre;

–İmalat sanayi sektöründe;

–1-50 arasında işçi çalıştıran sanayi işletmeleri küçük sanayi işletmeleri

–51-150 arasında işçi çalıştıran sanayi işletmeleri orta büyüklükteki sanayi işletmeleri, 150'den fazla işçi çalıştıran sanayi işletmeleri ise büyük sanayi işletmeleri olarak tanımlanmıştır (Yörük ve Ban, 2003:13).

1.3.9. TOSYÖV'ün KOBİ Tanımı

TOSYÖV'e göre KOBİ şöyle tanımlanmıştır;

–1-10 arasında işçi çalıştıran işletmeler çok küçük işletmeler,

–10-100 arasında işçi istihdam eden işletmeler küçük ve orta büyüklükteki işletmeler,

–100 ve daha fazla işçi çalıştıran işletmeler ise büyük işletmeler olarak tanımlanmıştır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:94).

Tablo 1.1. Türkiye'de Kullanılan KOBİ Tanımlamaları

Kuruluş	Tanım Kapsamı	Küçük (Mikro) Ölçekli İşletme	Küçük Ölçekli İşletme	Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	İşçi Sayısı (İmalat Sanayi İşletmeleri)	-	1- 50	51-250
DİE/DPT	İşçi Sayısı	1- 9	10-49	50-250
DTM(Dış Ticaret Müsteşarlığı)	İşçi Sayısı		1-200	1-200
	İmalat sanayi işletmelerinin bilanço net değeri itibariyle sabit sermaye tutarı	-	≤ 2 Milyon TL	≤ 2 Milyon TL
TOSYÖV	İşçi Sayısı	1-5	5-100	100-200
Hazine Müsteşarlığı	İşçi Sayısı	1-9	10-49	50-250
	İmalat sanayi işletmelerinin bilanço net sabit yatırım tutarı	≤ 400 Bin TL	≤ 400 Bin TL	≤ 400 Bin TL
Halk Bankası	İşçi Sayısı	-		1-250
	Sabit yatırım tutarı	230.000 E	230.000 E	230.000 E
EXIMBANK	İşçi Sayısı	1-9	10-49	50-250
	Serbest sermaye yatırım tutarı	-	-	≤ 2 Milyon \$

Kaynak: Küçük,2005:106

Türkiye’de yıllardır KOBİ konusunda sürekli gündeme getirilen bir şikayet konusu nihayet 18 Kasım 2005 tarihli Resmi Gazete ‘de yayınlanan bir Yönetmelikle sonuca bağlandı. Cumhurbaşkanı, başbakan ve Bakanların imzasını taşıyan, bakanlar Kurulu’nun 2005/9617 sayılı bu kararıyla “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik” Resmi Gazete ‘de yayınlanarak yürürlüğe girdi. Söz konusu Resmi Gazete ‘de yayınlanan Türkiye’nin resmi KOBİ tanımı aşağıdaki şekilde yapılmıştır (Müftüoğlu,2002:144-145):

“Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler(KOBİ):İkiyüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Yeni Türk lirasını aşmayan ve bu Yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimleri” ifade etmektedir.

Küçük ve orta boy işletmelerin mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılması da yine adı geçen Resmi Gazete ’de aşağıdaki şekilde yapılmıştır:

Mikro İşletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler;

Küçük İşletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmeler;

Orta Büyüklükteki İşletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmeler.” Bu tanımlara göre Türkiye’nin resmi KOBİ sınıflandırılması aşağıdaki tablo ile ortaya konabilir:

Tablo 1.2. Türkiye'nin Resmi KOBİ Sınıflandırılması

Kobi Sınıflandırması	Çalışan Sayısı	Yıllık Net Satış Hasılatı	Mali Bilanço Büyüklüğü
Mikro İşletme	10'dan Az	1 Milyon TL'den Az	1 Milyon TL'den Az
Küçük Ölçekli İşletme	50'den Az	5 Milyon TL'den Az	5 Milyon TL'den Az
Orta Büyüklükte İşletme	250'den Az	25 Milyon TL'den Az	25 Milyon TL'den Az

Kaynak: Müftüoğlu, 2002:146

1.4. AB'de KOBİ Tanımlaması

Burada, Avrupa Birliği (AB)'nin KOBİ tanımı ile birlikte, Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya gibi bazı ülkelerindeki KOBİ tanımlamalarına yer verilecektir. Avrupa Birliği'nde 1970'lere kadar KOBİ'ler çok fazla önemsenmemiştir. Ancak 1973'te yaşanan Petrol şokundan oldukça fazla etkilenen AB bu dönemde KOBİ'lerin krize rağmen piyasa şartlarına büyük firmalara oranla daha kolay uyum sağladıklarını fark etmiş ve bu dönemden itibaren KOBİ'lerin kurulması için teşvikler artırılmış, mevcut olanların ise modernizasyonu teşvik edilmiştir. 1987 yılından itibaren KOBİ'lere yönelik politikalar Avrupa Tek Pazarı'na KOBİ'lerin uyumlaştırılması amacıyla geliştirilmiştir. Bu dönemde ortaya çıkan işsizlik sorununa bir çare olarak KOBİ'lerin geliştirilmesi görülmüştür. 2003/361/EC sayılı tüzük çerçevesinde Avrupa Birliği'nde 1 Ocak 2005'te yürürlüğe giren KOBİ tanımı çalışan kişi sayısı, yıllık ciroları veya bilanço büyüklüğü ve son olarak da bağımsızlık kriterlerinden oluşan ölçüleri kapsamaktadır. AB, farklı KOBİ tanımı ve ifadelerin rekabete zarar verdiğini göz önüne alarak 250'den az çalışanı bulunan ve yıllık cirosu 40 Milyon Euro'yu veya yıllık bilanço toplamı 27 Milyon Euro'yu aşmayan işletmeler KOBİ'dir "tanımını geliştirmiştir. Bu değerlere bakıldığında AB'deki KOBİ'lerin maksimum işçi sayısı Türkiye'deki gibi 250 ile sınırlandırılmıştır. Avrupa Birliği ayrıca KOBİ'leri sınıflandırırken Türkiye'deki gibi sabit yatırım tutarını değil de yıllık ciro veya yıllık bilanço tutarlarını ölçüt olarak kullanmıştır (Müftüoğlu, 2002:113).

Bugün Türkiye'de kullanılan KOBİ tanımı AB KOBİ tanımını baz almakta ve standart olarak AB KOBİ tanımını görmektedir.

Tablo 1.3. AB’ye Göre İşletme Sınıflandırılması

Çalışan Kişi Sayısı	Yıllık Ciro Miktarı/Bilanço Toplamı
50’den Az	10 Milyon Euro’ya Kadar / 10 Milyon Euro’ya Kadar
250’den Az	40 Milyon Euro’ya Kadar / 27 Milyon Euro’ya Kadar

Avrupa Komisyonu ve Avrupa Yatırım Bankası’nın tüm ülkeler için tanımlarından birinde; “KOBİ’ler, net sabit varlıkları 27 milyon Euro’yu geçmeyen, sermayesinin en fazla 1/3’ü büyük bir işletmeye ait olabilen ve 500’den az işçi çalıştıran işletmeler” olarak belirlenmiştir. Öte yandan, üye ülkeler içinde işletmeler faaliyet gösterdikleri alanlar açısından dokuz sektöre bölünmüştür. Bunlar;

- Enerji ve su kaynakları (santraller, dağıtım, satış),
- Maden izabe ve işlenmesi, kimya sanayi,
- Metal işleme, madeni eşya, elektrikli-elektriksiz makine imalat sanayi,
- Diğer imalat sanayi (gıda, içki, toprak, vs.)
- İnşaat sektörü,
- Ticaret, mümessillik, dağıtım ve turizm,
- Ulaşım ve haberleşme sektörü,
- Banka, finans, sigorta, kiralama ve iç hizmetler,
- Diğer hizmetler olmaktadır. Bu dokuz sektör ise 60 iş koluna ayrılmıştır.

Bu sektörler içinde AB KOBİ’lerinin payları Tablo 1.4’de sunulmuştur (Bayulken ve Kütükoğlu, 2012:9)

Tablo 1.4. AB Ülkelerinde Sektörler İçinde KOBİ Payları

Sektör	Paylar(%)
Enerji ve su kaynakları	27,00
Maden işleme, kimya sanayi	15,05
Metal işleme, madeni eşya, makine imalat sanayi	17,92
Diğer imalat sanayi	16,45
İnşaat sektörü	5,96
Ticaret, dağıtım, turizm	5,24
Ulaşım, haberleşme	5,30
Banka, finans, sigorta	3,02
Diğer hizmetler	4,06

Kaynak: Bayulken ve Kütükoğlu, 2012:9

Avrupa Birliği Ülkelerinde ki KOBİ tanımlamalarına bakacak olursak;

1.4.1. Almanya’da KOBİ Tanımı

Almanya’da Küçük ve Orta Boy İşletmeler Araştırma Enstitüsü tarafından yapılan işletme tanımları, Almanya’da KOBİ sınıflandırması yapılırken işletmeler sektörlere ayrılmış ve her sektör için çalışan kişi ve yıllık satış tutarları göz önüne alınarak sınıflandırılmıştır. Türkiye’deki sınıflandırmayla kıyaslanırsa Almanya’da imalatçı olmayan işletmeler de KOBİ sınıflamasına dahil edilmiş olup, kendilerine devlet teşviklerinden yararlanma imkânı verilmiştir. Almanya’daki imalat sektöründeki çalışan kişi sayısı sınıflandırmasına bakıldığında Türkiye’deki gibi 1-250 kişi arasındadır. Almanya’da Küçük ve Orta Boy İşletmelerin belirlenmesinde kullanılan bazı nitel ölçüler şunlardır (aktaran Müftüoğlu 1991, 109) ;

- Girişimcinin işletmesiyle özdeşleşmesi,
- İşletmenin sermaye piyasasında yer almaması,
- Girişimcinin tüm sorumlulukları ve riskleri üstlenmesi,
- Bağımsızlık.

Bu ölçülerin yanında nicel ölçü olarak ise, işçi sayısı ile birlikte yıllık satış tutarı da dikkate alınmaktadır.

Tablo 1.5. Almanya’da KOBİ Sınıflandırması

İmalat Sektörü	Çalışan Kişi Sayısı
A) İmalat Sanayi -Küçük Boy İşletme -Orta Boy İşletme	1-49 50-250
B) Toptan Ticaret -Küçük Boy İşletme -Orta Boy İşletme	1-9 10-99
C) Perakende Ticaret -Küçük Boy İşletme -Orta Boy İşletme	1-2 3-49
D) Ulaştırma, Haberleşme Hizmet -Küçük Boy İşletme -Orta Boy İşletme	1-2 3-49

Kaynak: Müftüoğlu,1991:110

1.4.2. Fransa’da KOBİ Tanımı:

Fransa’da yasal düzenlemelere göre, Küçük ve Orta Boy İşletme; genel olarak yöneticilerin şahsen ve doğrudan doğruya mali, teknik, sosyal, ahlaki ve yasal zorunluluklar üstlendiği işletmeler olup bu konuda resmi bir tanım yoktur. Fransa’da işletmelerde sadece işçi sayısına göre yapılmış olan bir KOBİ sınıflandırması görülmektedir. Yapılan sınıflandırma, çalışan işçi sayısı göz önüne alındığında Türkiye’deki sınıflandırmayla tamamen aynıdır (Balantekin, 2006:22).

Tablo 1.6. Fransa’da İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği

Ölçek	Çalışan Kişi Sayısı
Küçük İşletmeler	1-99 kişi arasında
Orta İşletmeler	100-250 kişi arasında
Büyük İşletmeler	25 kişiden fazla

Kaynak: <http://www.kosgeb.gov.tr>

1.4.3. İngiltere’de KOBİ Tanımı

İngiltere’de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin resmi bir tanımı mevcut değildir. Diğer ülkelerde olduğu gibi, imalat sanayiinde KOBİ’ler, çalışan kişi sayısı ile tanımlanmaktadır. Nitel ölçü olarak ise; işletmenin sermaye piyasasındaki mevcudiyeti göz önüne alınmaktadır. İşletmeler Türkiye’den farklı olarak sektörlere ayrılarak tanımlanmıştır. Burada imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerden hariç diğer birtakım işletmelerde KOBİ sınıflandırması içine dahil edilmiştir. İmalat sanayiinde çalışan kişi sayısına bakılarak yapılan sınıflandırmanın Türkiye’deki sınıflandırmayla benzer olduğu görülmektedir. İngiltere’de en çok itibar gören nitel ölçütün işletmenin hukuki şekli olduğu belirtilmektedir.(Müftüoğlu,2002:112)

Tablo 1.7. İngiltere’ de Sektörlere Göre KOBİ Tanımlaması

Sektör	Tanım
İmalat Sanayi	200 iş görenden az
İnşaat	25 iş görenden az
Madencilik	25 iş görenden az
Perakende Ticaret	Yıllık satış 50 bin Pound’dan az
Toptan Ticaret	Yıllık satış 200 bin Pound’dan az
Motorlu Araç Ticareti/ Bakım ve Onarım	Yıllık satış 100 bin Pound’dan az

Kaynak: Müftüoğlu, 2002:112

1.4.4. İtalya’da KOBİ Tanımı

Resmi bir tanımın olmadığı İtalya’da devletin finansman yardımlarında kullanılmak üzere, Küçük ve Orta Boy İşletmeleri belirlemek üzere çeşitli ölçüler geliştirilmiştir. Uygulamada kullanılan en geçerli ölçüler, çalışan kişi sayısı ve sabit sermaye yatırım tutarıdır. En çok 500 işgöreni olan ve sabit sermaye yatırımı olarak 3 milyar İtalyan Lire’ini aşmayan işletmeler Küçük ve Orta Boy İşletmeler olarak tanımlanır. İşletme organizasyonunda profesyonel yönetici bulunan işletmeler, büyük boy işletme olarak tanımlanırken, işletme sahipliği ve yöneticilik vasıflarını tek elde tutan girişimcilerin işletmeleri ise, Küçük ve Orta Boy İşletme olarak kabul görmektedir. İtalya’daki işletmelerde çalışan kişi sayısına göre yapılan sınıflandırmalar Türkiye’deki sınıflandırmalara çok benzerlik

göstermektedir. Yalnız önemli bir fark olarak, işletme başında bulunan kişinin profesyonel olup olmamasına bağlı olarak yapılan işletme büyüklüğü sınıflandırması dikkat çekmektedir. Türkiye’de bu özellik gözetilerek yapılan bir sınıflandırma bulunmamaktadır (Çelik ve Akgemci,1998:68).

Tablo 1.8. İtalya’da İşgören Sayısına Göre KOBİ Tanımlaması

Ölçek	Çalışan Kişi Sayısı
Çok Küçük İşletmeler	1-10 kişi arası
Küçük İşletmeler	11-100 kişi arası
Orta İşletmeler	101-500 kişi arası1
Büyük İşletmeler	501-1500 kişi arası
Çok Büyük İşletmeler	1500 kişiden fazla

Kaynak: Çelik ve Akgemci, 1998:68

1.4.5. Hollanda’da KOBİ Tanımı

Hollanda’da işletme büyüklüğünü belirleyen en önemli etmen çalışan sayısıdır. Çalışan sayısı 1-9 olan işyerleri küçük ölçekli, çalışan sayısı 10-100 arası olan işyerleri orta ölçekli olarak tanımlanırken 7,5 milyon Hollanda Florini yıllık satış hacmi ile sınırlandırılmıştır (Yörük ve Ban, 2003:10).

1.4.6. Belçika’da KOBİ Tanımı

Küçük ve orta ölçekli işletmelere ilişkin resmi yada yasal bir tanım bulunmayan Belçika’da bu konudaki genel yaklaşımlardan söz edilir. Bu ülkede genel olarak sanayi sektöründe 50’ye yakın işçi çalıştıran işletmeler küçük ve orta ölçekli işletmeler kapsamında değerlendirilmektedir. Belçika’da vergilendirme açısından küçük ve orta ölçekli işletmeler grubunun sınırlandırılmasında işletmenin satış tutarı da dikkate alınmaktadır. Satış tutarı 15 milyon Belçika Frankı’nın altında kalan işletmeler küçük işletme, 15-50 milyon arasında kalanlar da orta ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir. Bu ülkede küçük ve orta ölçekli işletmelerin belirlenmesinde dikkate alınan en önemli ölçüt, işletme sahibinin bütün ipleri elinde toplayıp toplamadığıdır (Müftüoğlu,2002:112).

1.4.7. İrlanda’da KOBİ Tanımı

Bu ülkede “Küçük İşletmeler İçin Sanayi Geliştirme Teşkilatı (Industrial Development Authority)” tarafından geliştirilen tanım şöyledir: En çok 50 personelin istihdam edildiği ve sabit kıymetler tutarı 200.000 Paund sınırını aşmayan işletmeler küçük ve orta ölçekli işletmelerdir (Müftüoğlu,2002:112).

Bununla birlikte AB ülkelerinde tanımlama kısmını bitiriyoruz. Seçilmiş bazı AB ülkelerinde KOBİ tanımına ilişkin çalışan kişi istihdamı Tablo 1.9’da verilmiştir.

Tablo 1.9. AB Ülkelerinde KOBİ Tanımına İlişkin Çalışan Kişi İstihdamı

Ülke	Çalışan Kişi Sayısı	Ülke	Çalışan Kişi Sayısı
Belçika	1-50	İspanya	1-50
Danimarka	6-50	Portekiz	1-100
Fransa	10-500	Finlandiya	1-500
Almanya	6-500	İsveç	1-500
İrlanda	1-50	Avusturya	1-200
İtalya	1-500	Çek Cumhuriyeti	1-50
Hollanda	1-100	Macaristan	1-100
İngiltere	1-200	Polonya	1-50

Kaynak: Bayulken ve Kütükoğlu,2012:7

1.5. Asya Ülkelerindeki KOBİ Tanımlaması

Bu kısımda çeşitli Asya ülkelerinde yapılmış olan KOBİ tanımları üzerinde durulmuştur.

1.5.1. Japonya’da KOBİ Tanımı

İmalat ve ticaret sektörleri ayrı ayrı değerlendirilmiş olup imalat sektöründe 1-4 personel istihdam eden işletmeler cüce, 5-19 personel istihdam edenler çok küçük, 20-299 personel istihdam edenler ise küçük ve orta ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır. (Küçük, 2005:103)

Japonya’da yapılan KOBİ tanımında istihdam kapasitesi ve yatırılan sermaye tutarı baz alınmıştır. Ayrıca farklı sektörlerde de bu unsurlar farklılık göstermektedir. Sanayi sektöründe, 300’den az kişi çalıştıran ve yatırılan sermaye tutarı 100 milyon Yen’in altında bulunan işletmeler KOBİ olarak kabul edilirken, ticaret sektöründe ise 100 kişiden daha az kişi çalıştıran ve 30 milyon yen sermaye yatıran işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmiştir. Japonya’da hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir İşletmenin KOBİ sayılabilmesi için ise çalışan kişi sayısının 50 kişiden daha az olması ve yatırılan sermayesi 10 milyon Yen’den az olması gerekmektedir (Soydal, 2006:543).

Tablo 1.10. Japonya’da KOBİ Ölçeği

Ölçek	Çalışan Kişi Sayısı	Sermaye Miktarı
İmalat Sanayi	300 kişiye kadar	100 milyon Yen’e kadar
Ticaret	100 kişiye kadar	30 milyon Yen’e kadar
Hizmetler	50 kişiye kadar	10 milyon Yen’e kadar

Kaynak: Balantekin,2006:44

1.5.2. Malezya’da KOBİ Tanımı

Malezya’da aşağıdaki tabloda görüleceği gibi işletmeler istihdam ettikleri işgören sayısına göre sınıflandırılmaktadırlar.

Tablo 1.11. Malezya’da İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği

Ölçek	Çalışan Kişi Sayısı
Küçük İşletmeler	5-49 işgören
Orta İşletmeler	50-199 işgören
Büyük İşletmeler	200’den fazla işgören

Kaynak: Çelik ve Akgemci, 1998:68

1.5.3. Güney Kore’de KOBİ Tanımı

Güney Kore’de sanayi üretimi önce fabrika ve fabrika dışı üretim şekliyle ikiye ayrılmaktadır. 5 işçiden daha çok sayıda personel çalıştıran üretim birimleri sanayi işletmesi (fabrika) tanımına girmektedir. Personel sayısı 5’in altında kalan

üretim birimleri ise sanayi işletmesi (fabrika) kapsamı dışında kalmaktadır. Sanayi işletmelerinde ayrıca şu şekilde bir sınıflandırmaya gidilmektedir: İstihdam edilen işçi sayısı 300'ün altında kalan işletmeler küçük ve orta ölçekli(1974 yılında yapılan değişikle küçük ve orta ölçekli işletme sınırı genişletilerek 300 işçiye çıkarılmıştır), 300'ün üstünde işçi çalıştıran işletmeler de büyük işletme kapsamına alınmaktadır (Müftüoğlu,2002:112).

1.5.4. Filipinler’de KOBİ Tanımı

Filipinler’de küçük ve orta sanayi tanımına, işletmede çalıştırılan işçi sayısı ve toplam sermaye (aktif toplamı) esas alınmaktadır. Burada küçük ölçekli sanayi işletmeleri kendi içinde üç alt gruba ayrılmakta ve aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:(Müftüoğlu,2002:116)

Tablo 1.12. Filipinlerde İşgören Sayısına Göre İşletme Ölçeği

Küçük Ölçekli İşletmeler	İşçi Sayısı
Çok küçük işletmeler	5-9 işçi
Küçük işletmeler	10-19 işçi
İrice küçük işletmeler	20-99 işçi

Kaynak: Müftüoğlu,2002:116

1.5.5. Hindistan’da KOBİ Tanımı

Hindistan’daki ayırıma göre, arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırımları 300 bin Doları aşmayan işletmeler KOBİ; 16 bin Doları geçmeyen işletmeler ise çok küçük işletme olarak adlandırılmaktadır. (Balantekin,2006:26).

1.6. Diğer Ülke ve Kurumların KOBİ Tanımları

1.6.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde KOBİ Tanımı:

Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) resmi bir KOBİ tanımı yapılmamıştır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin tanımına istihdam edilen işçi esas alınmaktadır. ABD’de küçük işletmelerin belirlenmesinde işçi sayısından sonra gelen en yaygın ikinci nicel ölçüt işletmenin satış tutarıdır (Şimşek,2002:8) .

1953 tarihi Küçük İşletme Kanunu; küçük işletmeyi sahipliği ve yönetimi bağımsız, faaliyet gösterdiği alanda hakimiyet gücü bulunmayan işletme olarak tanımlamaktadır (Yörük ve Ban,2003:9).

1.6.2. Kanada’ da KOBİ Tanımı

Kanada’da KOBİ’lerin tanımı, imalat ve hizmet sektörleri için yarı ayrı yapılmaktadır.(Müftüoğlu,2002:118).

- İmalat sanayinde;
- 100 kişiden az çalışan işçi sayısı ve 5 milyon Kanada Doların’ dan az cirosu olanlar küçük işletmeler.
- 100–500 arasında istihdam ve 5–20 milyon arasında cirosu olan işletmeler orta büyüklükteki işletmeler.
- Hizmet sektöründe;
- 50 kişiden az istihdamı ve 5 milyon CDN’den az cirosu olanlar, küçük işletmeler
- 50-500 kişi arasında istihdamı ve 5–20 milyon az cirosu olanlar orta büyüklükteki işletmeler olarak tanımlanmıştır

1.6.3. Rusya Federasyonunda KOBİ Tanımı

Rusya Federasyon’unda 14 Haziran 1995 tarihli küçük işletmelere devlet destekleriyle ilgili federal yasada KOBİ’ler ortalama işçi sayısı olarak endüstri üretim ve inşaat sanayinde 100 işçi, tarımda 80 işçi, bilim ve teknolojide 60 işçi, toptan satış ticaretinde 50 işçi, perakende ticarete 30 işçi ve öbür sektörlerde 50 işçi çalıştırılması durumunda KOBİ tanımı içerisinde yer almaktadır(aktaran Koyuncu,2010:6)

1.6.4. Meksika’da KOBİ Tanımı

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin Meksika’daki tanımlanmasında istihdam edilen personel sayısı ve yatırılan sermaye miktarı esas alınmaktadır. İstihdam

edilen personel sayısı ve yatırılan sermaye tutarı ölçütlerine göre bu ülkedeki KOBİ tanımlaması aşağıdaki tabloda ki gibidir (Müftüoğlu,2002:118).

Tablo 1.13. Meksika’da KOBİ Tanımı

İşletme Ölçeği	Yatırılan Sermaye Tutarı	İstihdam Edilen İşçi Sayısı
Çok Küçük	-	5 kişiden az işgören
Küçük	440 bin Peso’dan az	5-49 arası işgören
Orta	2 Milyon Peso’dan az	50-175 işgören

Kaynak: Müftüoğlu,2002:118

1.6.5. OECD’nin KOBİ Tanımı

20’den az işçi çalıştıran işletmeler çok küçük, 20-99 işçi çalıştıran işletmeler küçük, 100-499 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli ve 500 ve daha yukarı sayıda işçi çalıştıran işletmeler büyük olarak değerlendirilmektedir (Küçük,2005:104).

1.6.6. BM’in KOBİ Tanımı

Birleşmiş Milletler, 10 kişiden az işçi çalıştıran, enerji kullanan ve 20’den az işçi çalıştıran ve enerji kullanmayan ve 50’den az işçi çalıştıran ve işletmeleri küçük işletme olarak kabul etmektedir(Yörük ve Ban,2003:11).

1.7. KOBİ Tanımlarının Karşılaştırılması

Türkiye’de 2005 yılına kadar KOBİ’ler ile ilgili çalışma yapan kuruluşların kendi bünyelerinde farklı KOBİ tanımları oluşturduğu ve belirledikleri kriterler üzerinden hareket ettikleri görülmektedir. Farklı tanımların olması yapılan devlet yardımlarının ve teşviklerin belirli bir standart sağlanamadan uygulamaya konması sonucu doğurmaktaydı. 2005 yılında kabul edilen KOBİ tanımı ile birlikte işletmelerde tanım sorunu çözülmüş, uygulamada AB KOBİ tanımı baz alınarak ilgili tanımın ülkemize uyarlanmış şekli üzerinde mutabakata varılmıştır. İçinde bulunduğumuz coğrafya, AB’ye üyelik sürecimiz ve AB’ye uyum sürecinde gerçekleştirilmeye çalışılan değişiklikler göz önüne alındığında sayısal ölçütlerde değişikliğe giderek benzer bir tanımın kabul edilmiş olması anlaşılırdır. Bununla birlikte ekonomik kırınlıkların arttığı dönemlerde sayısal ölçütlerde değişikliğe gidilmesi ve ölçütlerin güncellenmesinin doğru olacağı düşünülmektedir. ABD’de

yıllık bazda kriterlerin belirlenmesi yoluyla oluşturulan tanım dikkate alınarak, ekonomik krizlerin sıklıkla yaşandığı ülkemizde de belirtilen periyotlarla kriterlerin güncellenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. KOBİ tanımının belirtildiği yönetmelikte kamu kurum ve kuruluşlarının işletme üzerinde hak sahibi olmasının işletmenin KOBİ sayılmasına engel teşkil edeceği belirtilmektedir. Bununla birlikte işletme türlerinin sınıflandırıldığı, işletmenin bağlı işletme veya ortak işletme olmasının KOBİ olarak tanımlanmasına engel teşkil etmediği görülmektedir. KOBİ tanımının yapılarak belirli standartların sağlanmasının en önemli faydası, KOBİ'lere sağlanacak destek ve teşviklerin yerini bulmasıdır. Yapılan tanımda bağlı ve ortak işletmelerinde KOBİ tanımı içinde yer alması büyük holdinglerin ana sermayedar oldukları işletmelerinde ilgili desteklerden faydalanabileceği anlamına gelmektedir. Her ne kadar ilgili yönetmelikte “bağlı ve ortak işletmelerin ortalık ilişkileri göz önüne alırsın” ibaresi bulunsun da işletmenin bağlı veya ortak işletme olmasının KOBİ olarak sınıflandırılmasına engel teşkil etmesi gerektiği düşünülmektedir (aktaran Güngör,2011:8)

Çeşitli ülkelerdeki ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından yapılan küçük ve orta ölçekli işletmeler tanımlarında dikkati çeken başlıca özellikler şunlardır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 90):

- Hemen hemen tüm tanımlamalarda işletmede istihdam edilen personel sayısı dikkate alınmaktadır.
- Tanımlamalarda göz önünde tutulan diğer nicel ölçütler, yatırılan sabit sermaye (bilanço aktif toplamı) ve yıllık satış tutarıdır. Bunlardan yatırılan sabit sermaye sanayi işletmelerinde en sık kullanılan ikinci nicel ölçüt özelliğine sahiptir. Ticaret sektöründe ise ikinci nicel ölçüt olarak yıllık satış tutarı tercih edilmektedir.
- Nitel ölçüt olarak en çok üzerinde durulan özellikler, işletme ile işletme sahibi arasındaki kader birliği veya özdeşleşme ile tüm teknik, ekonomik ve sosyal sorumlulukların işletme sahibinde toplanması hususlarıdır.
- Tanımlarda dikkati çeken bir başka özellik genellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere ilişkin resmi bir tanımın mevcut olmamasıdır. Genellikle bir şemsiye tanımla veya tavsiye edilen bir tanımla yetinilmekte, farklı amaçlara yönelik tanımlara imkan

sağlanamamaktadır. Bunun nedeni, küçük ve orta ölçekli işletme tanımının bilimsel değil pragmatik bir içeriğe sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle genel geçerliliğe sahip, herkesin kabul edebileceği, her yerde geçerli bilimsel bir tanım yoktur.

1.8. KOBİ'leri Büyük İşletmelerden Ayıran Temel Fonksiyonlar

1.8.1. Yönetim Fonksiyonu

KOBİ'lerde yönetim büyük işletmelerden farklı olarak genellikle işletme sahibindedir. Yani işletme sahibi, yönetici, girişimci kavramları tek kişide birleşmiştir. Bu yetkilerin tek kişide birleşmesinin artıları olabildiği gibi eksileri de vardır. Bu yetkilerin tek kişide birleşmesi yöneticiyi tatmin anlamında önemlidir ve bu da genellikle başarıyı getirmektedir. Diğer taraftan bu yetkilerin bir kişide olması riskli kararlar alma ve profesyonel yönetici olamama konusunda da eksi olarak yer almaktadır.(aktaran Beybur,2009:46)

1.8.2. Üretim Fonksiyonu

KOBİ'leri büyük işletmelerden ayıran belirgin özelliklerden biri de üretim fonksiyonudur. KOBİ'ler genellikle emek yoğun işlerde faaliyet gösterirler, yani büyük işletmelerde alıştığımız ileri teknoloji ile çalışan makinelere KOBİ'lerde az rastlanır. KOBİ'ler daha çok sipariş üzerine emek yoğun şekilde üretim yaparak büyük işletmelerin teknoloji yoğun yapılarına bağlı çalışırlar. (aktaran Beybur, 2009:46)

1.8.3. Finansman Fonksiyonu

KOBİ'leri büyük işletmelerden ayıran en belirgin özelliklerden biridir alında finansman fonksiyonu, çünkü KOBİ'lerin finansman fonksiyonları genellikle işletme sahibinin malvarlığı ile sınırlı biçimdedir. Büyük işletmelerin büyüklüklerinin kendilerine sağladığı avantajlardan küçük işletmeler mahrum kalmaktadır. Gerek hukuki anlamda gerekse bankalar nezdinde büyük işletmeler ile karşılaştırıldıklarında hem hacim olarak hem de itibar görme anlamında KOBİ'ler epey geride kalmaktadırlar. Bankalarda KOBİ'ler ve büyük işletmeler ile ilgilenen personellerin birimleri bile ticari limitlerine göre farklılık arz etmektedir. (aktaran Beybur,2009:46)

1.8.4. Pazarlama Fonksiyonu

KOBİ'lerde büyük işletmelerdeki gibi mamul araştırması, Pazar araştırması, satış sonrası destek, promosyon programları gibi pazarlama faaliyetleri ile karşılamamaktayız. KOBİ genellikle yüzyüze satış yaparlar veya sadece birkaç pazara hitap ederler, ya da çoğu kez birkaç büyük firmanın vermiş olduğu siparişler üzerine üretim yaparlar. KOBİ'lerin üretim kapasitelerinin ve pazar paylarının bu kadar düşük olmasının nedenleri arasında KOBİ'lere sağlanan finansman olanaklarının yetersizliği/düşüklüğü de yer almaktadır. (aktaran Beybur, 2009:46)

1.8.5. Personel Fonksiyonu

Faaliyet alanları sınırlı olan KOBİ'lerin istihdam alanları da büyük işletmelere göre sınırlıdır. Personel sayısının azlığı işlerin daha dinamik ve işçiler arasındaki iletişimin de daha sıcak olmasını beraberinde getirmektedir. (aktaran Beybur, 2009:47)

1.8.6. Tedarik Fonksiyonu

KOBİ'ler büyük işletmelere göre dönemsel ve küçük miktarlarda hammadde alımları gerçekleştirmektedirler. Bunun sebebi ise gelecek olan siparişlere göre üretim yapılmasıdır. Bu nedenle KOBİ'ler stok da bulunduramamaktadırlar. Tüm bunların sonucu olarak hammadde maliyetleri de doğal olarak yükselmektedir. Küçük parti mallarla ve değişken ürün alımlarında KOBİ'lerin fiyat pazarlığı şansları da hemen hemen yok denecek kadar azdır. (Kandemir,1995'den aktaran Beybur,2009:47)

1.9. KOBİ'lerin Özellikleri

Ülkelerin ekonomisi için KOBİ'lerin stratejik önemi yadsınamaz. Bu stratejik önem üretim, rekabet, istihdam ve yeni iş yaratma vb. alanlarda daha çok ön plana geçmektedir. KOBİ'lerin önemi sahip oldukları özellikler veya ekonomiye sağladıkları yararlar saklıdır. KOBİ'lerin sahip olduğu özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Müftüoğlu, 2002:41-74):

- KOBİ'ler faaliyet gösterdikleri pazarlarda küçük bir paya sahiptir.

- Bu işletmeler genellikle emek yoğun olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Ayrıca KOBİ'ler de atölye tipi üretim tarzı yaygındır.
- Basit bir organizasyon yapısına sahip olan KOBİ'ler profesyonel yöneticiler tarafından değil, işletme sahibi olan ortakları tarafından yönetilmektedir.
- İşletmenin aynı zamanda yöneticisi olan sahibi tüm riski üstlenmektedir. Bu risk işletmenin iflası durumunda, işletme sahibinin tüm mal varlığını kaybetme ihtimalini de kapsamaktadır.
- İşletme sahibi ile işletmesi arasında manevi bir bağ vardır. Hatta bu bağ işletme ile işletme sahibinin ailesi arasında da mevcuttur.
- İşletme sahibi işletmede fiilen çalışmaktadır.
- KOBİ'lerde yöneticiler bağımsız bir şekilde karar almakta ve almış oldukları kararlar herhangi bir denetime tabi tutulmamaktadır.
- Ekonomide meydana gelen olumsuz durumlardan daha az zararla etkilenmektedirler.
- İşletme sahibi, işletme amacını kendisi belirlediği için bu konuda işletmede bir koordinasyon sorunu ortaya çıkmamaktadır.
- KOBİ'ler genellikle finansman ve pazarlama alanlarında ayrı uzman eleman istihdam etmemektedir. Bu nedenle geleceğe yönelik bu alanlarda bir planlamaları söz konusu değildir. Bu alanlarda kararlar genellikle işletme sahibinin sezgileri ve tecrübeleri doğrultusunda alınmaktadır.
- Bu işletmelerde işletme içi hiyerarşik yapı yoktur. Çalışanlar ile işletme sahibi çoğu zaman bir arada dahi çalışabilmektedir. Bu durum işletme içi ilişkilerin daha kişisel olmasına neden olmaktadır.

Bunu bir tabloyla göstermek gerekirse;

Tablo 1.14. KOBİ'lerin Genel Özellikleri

Kriter	Küçük İşletmelerin Tipik Özellikleri
Üretim Modu	Emeğin sınıflandırılması azdır, usta tipi üretim vardır.
Piyasadaki Yeri	Önemli alt piyasalarda baskın bir piyasa gücü yoktur.
İdari Yapısı	Profesyonel bir yönetim yoktur. Üretim ve idare fonksiyonları ayrılmamıştır.
Çalışanları	Ailesel paylar fazladır ve eğitim gereksinimleri azdır.
Ürün türü	Düşük teknolojik yoğunluk, küçük boyutlu üretim.
Örgütsel Yapısı	İşçiler, müşteriler ve satıcılarla küçük boyutlu üretim.
Kanuni Yapısı	Genellikle resmi bir kaydı yoktur.
Çıktı Piyasaları	Genellikle bölge ile sınırlı.
Girdi Piyasaları	Bölgede bulunan kaynakların kullanılması.

Kaynak: Ünsalan ve Şimşeker, 2006'dan aktaran Sarılı aktaran Sarılı, 2011:15

1.10. KOBİ'lerin Sınıflandırılması

KOBİ tanımlamalarında birçok değişik kriterlerin kullanılmasından dolayı KOBİ'leri sadece bir grupta toplayarak incelemek de oldukça zorlaşmaktadır. Çünkü KOBİ bünyesinde fabrikalardan el sanatkarlığına, ticarethanelerden hizmet birimlerine kadar birçok işletmeyi kapsayan heterojen bir yapı söz konusudur. Ayrıca geleneksel yöntemlerle çalışan işletmelerden modern işletmelere, bağımsız çalışan firmalardan uydu şirketlere, fason imalatçılara kadar çok geniş bir yelpaze içinde yer almaktadırlar. Bu bakımdan bu işletmeler, değişik bakış açılarına göre farklı şekillerde sınıflandırılabilirler (Korkmaz,2009:6).

2005 yılında yayınlanan KOBİ Tanımı Yönetmeliği tüm sektörler için yapmış olduğu sınıflandırmaya bakacak olursak;

Tablo 1.15. KOBİ Tanımı Yönetmeliğine Göre İşletmelerin Sınıflandırılması

Çalışan Sayısı	Ölçek	Mali Bilanço (YTL)	Yıllık Net Satış Hasılatı (YTL)
0-9	Mikro	1.000.000	1.000.000
10-49	Küçük	5.000.000	5.000.000
50-249	Orta	25.000.000	25.000.000
250 ve üstü	Büyük	25.000.000 ve üstü	25.000.000 ve üstü

Kaynak: KOBİ Tanımı Yönetmeliği, 2005

Fonksiyonel ve işgören sayısı bakımından sınıflandıracak olursak;

1.10.1. Fonksiyonları Bakımından Sınıflandırma

KOBİ'ler fonksiyonlarına göre; genelde imalat, ticaret ve hizmet işletmeleri olmak üzere 3 grupta gruplandırılabilir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 95).

- İmalat İşletmeleri: Bu tür işletmeler küçük çapta hammadde alarak işleyen veya tüketilir hale getiren işletmelerdir. Küçük ölçekte imalat yapan birçok işletme vardır. Örneğin; dondurmacılar, şekerciler, oyuncak imalatçıları, lokantalar, mobilyacılar vb. gibi.
- Ticaret İşletmeleri: Bu tür işletmeler genelde, doğrudan müşteriye satış yapmak yerine; perakendecilere mal veren işletmelerdir. Uygulamada toptancı ve perakendeci olarak bulunabilmektedirler. Belli başlı örnekleri; bakkallar, büfeler, kafeteryalar, eczaneler, vb. gibi.
- Hizmet İşletmeleri: Bu tür işletmeler imalat ve ticaret işletmeleri ile doğrudan tüketiciye hizmet eden işletmelerdir. İnsanların satın alma gücü arttıkça bazı hizmetleri kendisi yapmaktansa, satın almayı tercih eder hale gelmişlerdir. Bunun sonucu olarak da, günümüzde bu tür işletmeler hızla artmıştır. Örneğin; kuru temizleme, ayakkabı tamirciliği, kuaförler, oteller, seyahat acenteleri, bilgi işlemciler, vb. gibi. KOBİ'lere yönelik yeni yönetmelik çalışmasında, hizmet sektörü, yerel medya kuruluşları ve küçük tarım işletmelerinin de kapsam alanına alınması savunulmaktadır.

1.10.2. İşgören Sayısı Bakımından Sınıflandırma

KOBİ'ler, işgören sayısı açısından esnaf, mikro, küçük ve orta boy işletmeler olmak üzere dört grupta incelenmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 96-98).

1.10.2.1. Esnaf İşyerleri

Ülkemizde bu işletme grubuna genellikle ev ekonomileri ve el sanatları ile sanatkarlar girmektedir. Ancak burada sözü edilen sanatkar kavramının, resmi olarak, “bir ticari işletmeyi kısmen dahi olsa kendi adına işleten, yıllık gayri safi geliri her yıl Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile tespit edilen miktarın altında bulunan ve bu vasıfları nedeniyle esnaf ve sanatkar siciline tescilleri gereken gerçek kişiler esnaf ve sanatkar kabul edilir” şeklinde tanımlanan “sanatkar” kavramı ile özdeş değildir. Sanatkar, işyeri olma şartını sağladığı takdirde bu sınıf kapsamında kabul edilmektedir. İşyeri ise, sadece işletme sahibinin ve aile bireylerinin çalıştığı işletme olarak tanımlanmaktadır.

1.10.2.2. Mikro İşletme

1-9 (dahil) kişi çalıştıran çok küçük işletmeler olup, sektörel farklılaşmaya gidildiğinde, sanayi işletmelerinde personel sayısının üst sınırını azaltmak yerine, makine parkı değeri ikinci nicel ölçüt olarak dikkate alınabilmektedir. Bu durumda tavsiye edilen, sermaye yoğunluğu arttıkça çalıştırılan personel sayısına ilişkin üst sınırın beş personele indirilmesidir. Bu yaklaşımdan da, ölçek büyüklüğünün belirlenmesini esas alan nicel ölçüt sayısının asgari seviyede tutulması gerektiği anlaşılmaktadır.

1.10.2.3. Küçük İşletme:

Küçük işletme, 50 kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir. Bu sayıya aile bireyleri ve çıraklar dâhil değildir. Burada da sektörel farklılaşmaya gidildiğin takdirde, çok küçük işletmelerin tanımına paralel olarak, alt sınır beş personele kadar indirilebilir (Müftüoğlu, Durukan, 2002: 97). Bu sınıflamada, işletme büyüklüğü ölçütüne ek olarak ikinci bir nicel ölçüt kullanma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Çünkü bu sınıflamada emek yoğun ve sermaye yoğun teknolojilerin personel sayısı ölçüsü üzerindeki etkisi önem arz etmektedir. Bu

anlamda küçük sanayi işletmelerin tanımlanmasında da üst sınır için makine parkı değerinin de dikkate alınması gerekmektedir

1.10.2.4. Orta Boy İşletme

Orta ölçekli işletmeler, 250 kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Yeni Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir. Küçük ve orta ölçekli işletme olgusunun göreceli değil de mutlak bir büyüklük olarak sınıflandırılması durumunda, üst sınır 500 personele kadar çıkarılabilir. Burada da ikinci nicel ölçüt olarak sanayi işletmeleri için istikrarlı bir para birimiyle ifade edilmesi gereken, işletmedeki makine parkının bugünkü değeri önerilmektedir. Emek yoğun teknoloji kullanan işletmelerde personel sayısına ilişkin üst sınıra, makine parkı değerine ilişkin üst sınıra varılmadan çok önce ulaşılmaktadır. Sermaye yoğun teknoloji kullanan işletmelerde ise 5 milyon dolarlık makine parkı değerine, 200'un çok altında kalan bir personel kadrosuyla ulaşılabilmektedir. Nitekim 200 personel çalıştırılan bir işletmede bir kişinin donatıldığı ortalama sermaye miktarının 25 bin dolar olduğu dikkate alınırsa, 5 milyon sınırının gerçekçi bir rakam olduğu daha iyi anlaşılmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 98).

Türkiye'de çok sayıda küçük işletme ile az sayıda büyük işletmenin varlığında dikkati çeken nokta, özellikle imalat sanayinde ortaya çıkan ikili yapıdır. Gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de küçük işletmeler genelde emek yoğun teknoloji kullanan ve finansal olanakları kısıtlı olan işletmelerdir. Büyük işletmeler ise, para ve sermaye piyasaları ile bütünleşmiş, ileri bilgisayar destekli tasarım ve üretim yapabilen ve kısıtlı da olsa robot teknolojisi transfer edebilen işletmelerdir.

1.11. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Günümüzde Türkiye ekonomisinin temelini oluşturan KOBİ'ler, Avrupa'da olduğu kadar son yıllarda Türkiye'de de önemsenmeye başlanmıştır. Daha önceki yıllarda Kamu İktisadi Teşebbüslerince üretilen ürünlerin KOBİ'ler tarafından üretilmemesi veya üretilmelerine destek verilmemesi sonucu yıllar boyu KOBİ'ler ülkemizde gereken ilgiyi görmemiş ve gelişme sağlayamamıştır. 1980'li yıllarda Avrupa'da KOBİ'lere verilen önemin artması, 1983 yılında AB tarafından KOBİ yılı ilan edilmiştir. İhracata yönelik geliştirilen kalkınma modellerinde

yaşanan sıkıntıları da ortadan kaldırmak için KOBİ'lere verilen önem giderek artmıştır (Korkmaz, 2009:10).

20. yüzyılın ilk yarısında işletmelerin giderek büyümeleri nedeniyle KOBİ'lerin yaşamlarına devam edemeyecekleri düşüncesi gündeme gelmiştir. Ancak günümüzde KOBİ'ler ortadan kalkmamış aksine teknolojinin gelişmesi, kişi ve toplumlardaki bağımsızlık eğiliminin artması ve bilgi toplumuna geçiş gibi nedenlerden dolayı daha önemli hale gelmiş bulunmaktadır. Ayrıca günümüzde KOBİ'ler, küreselleşmenin oluşturduğu şiddetli rekabet ortamında ulusal ekonomilerin gelişmesi ve korunması bakımından önemli bir işlev üstlenmektedirler. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'ler, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının oluşturulmasında rol oynadıkları gibi, dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması ve sürdürülmesine de olumlu katkıda bulunmaktadır. Ayrıca piyasa koşullarında meydana gelen değişmelere hızlı uyum sağlayabilen esnek üretim yapısına sahip olmaları itibarıyla da etkili bir rol oynamaktadırlar. Bunun yanı sıra, taşıdıkları yerellik ve orta sınıfı güçlendirme gibi nitelikleri, KOBİ'leri sosyal açıdan da önemli kılmaktadır.(Özbek,2008:01)

İstihdamda ezici bir büyüklüğe sahip olan KOBİ'ler Türkiye ve Avrupa'daki işletmelerin %95'inden fazlasını oluşturmaktadır. KOBİ'ler Ülkemiz ekonomisinin lokomotif sektörlerinden otomotiv sektörüne yan parça üretiminde çok ciddi aşamalar kaydetmiş ve bu noktada önemli bir yere gelmiştir. Bugün Türkiye'deki işletmelerin %99'u KOBİ niteliğindedir. Buna karşılık GSYİH (Gayri Safi Milli Hasıla)'ya katkıları ise %40'dır. Bu oranlara göre ortaya çıkan verimlilik yüzdesi ise %65'dir. Tüm bu olumlu sonuçlar KOBİ'lerin ülke ekonomimize katkısını ortaya koymakta ve gelecek yıllar içerisinde bu katkının giderek artması beklenmektedir.

KOBİ'lerin, sadece ekonomik hayatta değil, sosyal hayatta da önemli rolleri vardır. KOBİ'ler, ülkede geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel gelişmişlik farklarını gidermede, mülkiyeti geniş bir alana yaymada, istihdam olanağı meydana getirip, bunu sürdürmede ve demokratik hayatı canlı tutmada önemli bir güçtür. KOBİ girişimcilerinin mülkiyet tutkuları, başarılı olma arzuları, cesaretli adımları ve yatırım yapma istekleri siyasi istikrarın temel mekanizmalarındandır (Çelik ve Akgemci, 1998: 93-94).

Başarılı girişimciler, potansiyel girişimcileri etkileyecek, onların da ekonomiye girmelerine neden olacak ve demokratik bir ortamda, psikolojik tatmin gittikçe artacaktır. Güçlü KOBİ'ler, büyük işletmeleri de olumlu yönde etkileyecek ve sosyal yönden bir rahatlama olacaktır. KOBİ'lerin birer mesleki okul niteliği taşımaları ve üretebilme yetenekleri, bölgesel gelişmede ve göçleri önlemede önemli bir rol oynar. Gelip geçici, dönemsel veya mevsimlik krizlerden en az etkilenme özellikleri, toplumsal barışın korunmasına ve bunalımların aşılmasına da katkıda bulunabilir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin Türkiye ekonomisindeki yerinin tespitini yapabilmek için istihdam edilen kişi sayısı ve iş yeri sayısına bakılabilir (Yılmazer, 2010:26).

Tablo: 1.13. Türkiye’ de İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Dağılımı

Ölçek	Çalışan Sayısı	İşletme Sayısı	Yüzdesi
Mikro	Sadece işletme sahibi	23,762	1,38 %
Mikro	1-9	1,633,509	94,94 %
Küçük	10-49	53,246	3,09 %
Orta	50-99	5,08	0,30 %
Orta	100-150	1,804	0,10 %
Orta	151-250	1,3877	0,08 %
Büyük	251+	1,81	0,11 %
	Toplam	1,720,598	100 %

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>

Tablo 1.13’de görüldüğü gibi toplam işletme sayısı içinde, mikro ölçekli olanların payı %96,32, küçük ölçekli işletmelerin payı %3,09 dur. Orta ölçekli olanların toplam içindeki payı da göz önüne alınırsa Türkiye’deki KOBİ’lerin toplam işletmeler içindeki payı % 99,89’a ulaşmaktadır. Buradan da çok net bir şekilde anlaşıyor ki KOBİ’ler ekonomik olarak Türkiye’de hatırı sayılı bir konumdadır.

Kısaca KOBİ’lerin Türkiye ekonomisine yararlarını özetleyecek olursak (aktaran Canitez,2004:33)

- Genellikle emek yoğun olarak çalışan KOBİ’ler, istihdam oluşturulmasına büyük katkıda bulunurlar.
- Gelirin gerek fonksiyonel, gerekse bölgesel düzeyde dağılımına olumlu etki yaparak gelir dağılımının daha dengeli olmasını sağlar.
- Mesleki eğitim alanında okul işlevini yerine getirerek ekonomiye nitelikli eleman yetiştirirler.
- Bölgesel sanayi gelişmesine başlangıç oluşturarak, bölgeler arası ekonomik ve sosyal dengesizliğin azaltılmasına yardımcı olurlar.
- Büyük işletmelerin gereksinim duydukları ilk madde, malzeme ve yarı mamul girdileri üreterek, büyük işletmeleri tamamlar ve yan sanayi oluştururlar.
- Tam rekabet koşullarına kolayca uyum sağlayarak, gelir yelpazesi içerisinde orta sınıfı geliştirirler ve denge unsuru olurlar.
- Pazar ve talep koşullarındaki değişikliklere kısa sürede ve kolayca uyum sağlarlar.
- Genellikle emek yoğun teknolojiler kullandıklarından; bölgesel istihdam olanaklarını artırarak, kırsal kesimden şehir merkezine insan göçünün engellenmesine ve bölgenin kendi potansiyeli içerisinde gelişmesine katkıda bulunurlar.
- İşçi ve işveren ilişkilerinin olumlu bir ortam içerisinde gelişmesine olanak vererek, sosyal dengenin barışın ve dayanışmanın temelini oluştururlar.
- Rekabetin artmasına ve korunmasına katkıda bulunurlar.
- Genellikle ulusal girdileri kullandıklarından ülke ekonomisinin dışa bağımlılığını belli oranda azaltırlar.

Küçük ve orta ölçekli firmaları ülkemiz ekonomisi açısında yukarıdaki yararlarının yanında küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerin ulusal ekonomi içindeki payları, istihdama katkıları, katma değer içindeki oranları ve ihracata

sağladıkları destekler dikkate alınarak, aşağıdaki tabloyu oluşturabiliriz (aktaran Canitez,2004:34).

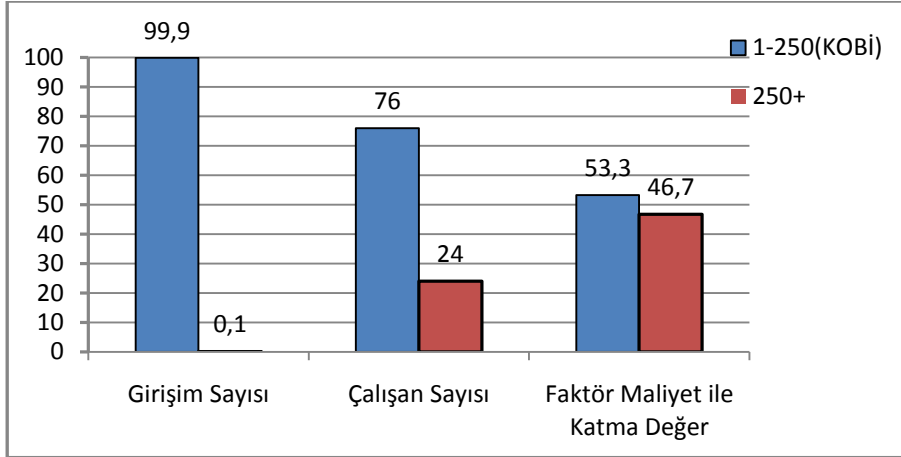
Tablo: 1.14. Ulusal Ekonomiye KOBİ'lerin Katkısı

İşletme Ölçeği	Ekonomideki Oranı	İstihdama Katkısı	Katma Değer Payı	İhracata Katkısı
Küçük	% 98,4	% 47,1	% 14,1	-
Orta	% 1,1	% 14	% 13,2	-
Büyük	% 99,5	% 61,1	% 27,3	% 8

Kaynak: DİE,1992; KOSGEB, 2000

Tabloya baktığımızda Türkiye’de imalat işletmelerinin %99,5’i KOBİ niteliğindedir. Küçük işletmelerin %47,1 ve orta ölçekli işletmeler de %14 oranında istihdama katkıda bulunurken, tüm KOBİ’lerin imalat sektöründe %61,1 oranında istihdam oluşturduğunu söyleyebiliriz. Söz konusu imalat sektöründe küçük işletmelerin katma değer payı %14,1 ve orta ölçekli işletmelerin aynı konuda payı %13,2 olurken, imalat sektöründeki tüm KOBİ’lerin oluşturduğu katma değerden %27,3 pay aldıkları görülmektedir. İhracat konusunda ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmeler için ihracata katkılarına yönelik olarak ayrılmış veriler bulunmamaktadır. Fakat ülkemizdeki tüm KOBİ’lerin ihracattan aldıkları payın %8 olduğu belirtilmektedir. Yukarıdaki imalat sektörüne diğer sektörleri de katarsak, KOBİ’lerin tüm işletmeler içindeki payı %98,8 olmakta ve oluşturulan katma değerden aldıkları pay da %37,7’ye çıkmaktadır. Ayrıca ulusal ekonomi içerisindeki KOBİ’ler toplam işgücünün %45,6’sını da kendileri istihdam ederler (KOSGEB,2000).

Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2013 Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri verilerine göre Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) toplam girişim sayısının %99,9’unu, istihdamın %76’sını, maaş ve ücretlerin %53’ünü, cironun %63’ünü, faktör maliyetiyle katma değer (FMKD) %53,3’ünü ve maddi mallara ilişkin brüt yatırımın %53,7’sini oluşturdu.

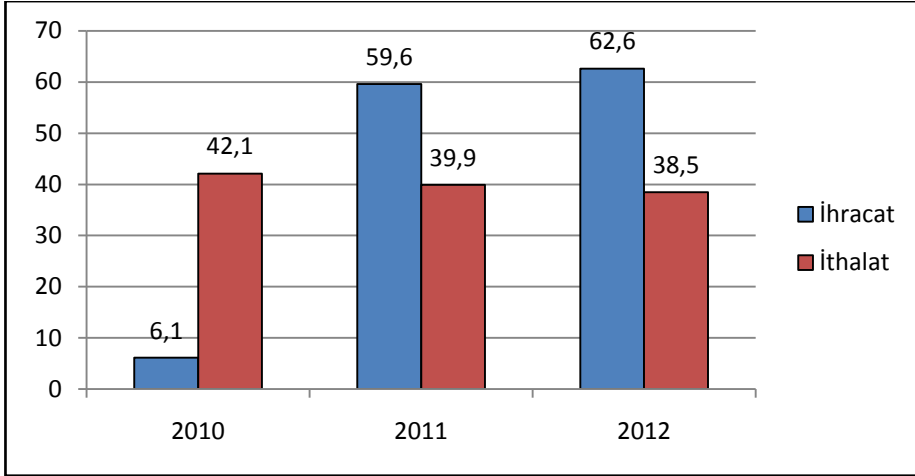


Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15881>

Şekil 1.1. Büyüklük Grubuna Göre Girişim Sayısı, İstihdam ve FMKD' in Dağılımı, 2011

Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı faaliyetindeki KOBİ'lerde; istihdam payı %30,6, maaş ve ücret payı %24,7, ciro payı %53,4, faktör maliyetiyle katma değer payı %27,9, maddi mallara ilişkin brüt yatırım payı ise %22,7 olarak gerçekleşti. İhracatta; 1-9 kişi çalışan mikro ölçekli girişimlerin payı %20,6 iken, 10-49 kişi çalışan küçük ölçekli girişimlerin payı %24,3, 50-249 kişi çalışan orta ölçekli girişimlerin payı %17,7, 250+ kişi çalışan büyük ölçekli girişimlerin payı ise %37,2'dir. Girişimin ana faaliyetlerine göre ihracat değerinin %34,9'u sanayi, %60,1'i ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler tarafından yapıldı.

İthalatta; 1-9 kişi çalışan mikro ölçekli girişimlerin payı %6,2, 10-49 kişi çalışan küçük ölçekli girişimlerin payı %14,3, 50-249 kişi çalışan orta ölçekli girişimlerin payı %17,9, 250+ kişi çalışan büyük ölçekli girişimlerin payı ise %61,4 oldu. Girişimin ana faaliyetlerine göre ithalat değerinin %33,2'si sanayi, %55,7'si ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler tarafından gerçekleştirildi.



Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15881>

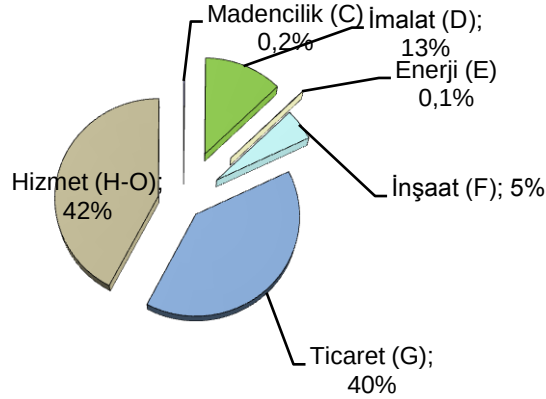
Şekil 1.2. KOBİ'lerin Dış Ticaretteki Payı, 2010-2012

TÜİK Yıllık İş İstatistikleri 2009 yılı verilerine göre tüm girişimlerin sektör ve ölçek bazındaki dağılımı Tablo:1.16'da, KOBİ'lerin ana sektör gruplarına göre dağılımı Grafik:1.2'de verilmiştir. Buna göre Türkiye'de toplam işletmelerin % 99,9 unu KOBİ'ler oluşturmaktadır. 1-9 çalışana sahip mikro ölçekli işletmeler, toplamın % 95,62'sini teşkil etmektedir. KOBİ'lerin %82'si hizmet ve ticaret, %13'ü imalat sektöründe faaliyet göstermektedir.

Tablo 1.16. Sektör ve Çalışan Sayılarına Göre Girişimlerin Dağılımı

SEKTÖR		1-9 ÇALIŞANI OLAN GİRİŞİM SAYISI	10-49 ÇALIŞANI OLAN GİRİŞİM SAYISI	50-249 ÇALIŞAN I OLAN GİRİŞİM SAYISI	250+ ÇALIŞAN I OLAN GİRİŞİM SAYISI	
C	Madencilik ve taş ocakçılığı	4.326	994	301	63	
D	İmalat	364.513	33.152	6.827	1.381	
E	Elektrik, gaz, buhar ve sıcak su üretimi ve dağıtımı	1.545	204	71	47	
F	İnşaat	147.041	16.596	2.000	250	
G	Toptan ve perakende ticaret; motorlu taşıt, motosiklet, kişisel ve ev eşyalarının onarımı	1.242.625	35.897	2.448	345	
HİZMET	H	Oteller ve lokantalar	253.861	6.939	876	191
	I	Ulaştırma, depolama ve haberleşme	550.884	7.398	714	161
	J	Mali aracı kuruluşların faaliyetleri	49.642	1.315	123	62
	K	Gayrimenkul, kiralama ve iş faaliyetleri	209.366	7.854	1.578	529
	M	Eğitim	8.179	4.185	502	91
	N	Sağlık işleri ve sosyal hizmetler	42.536	2.817	381	85
	O	Diğer sosyal, toplumsal ve kişisel hizmet faaliyetleri	209.665	4.395	383	124
Toplam		3.084.183	121.746	16.204	3.329	
Ölçeklerine göre işletmelerin dağılımı		% 95,62	%3,78	%0,50	%0,10	
AB 27’de ölçeklere göre dağılım (ortalama)		% 91,8	%6,4	%1,1	%0,2	

Kaynak: TÜİK Yıllık İş İstatistikleri 2009 yılı verileri



Kaynak: TÜİK Yıllık İş İstatistikleri 2009 yılı verileri

Şekil 1.3. KOBİ'lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı

Buna göre KOBİ'ler Türkiye'de;

- Toplam istihdamın %78'ini
- Toplam katma değer %55'ini
- Toplam satışların %65,5'ini
- Toplam yatırımların %50'sini
- Toplam ihracatın %56'sını oluşturmaktadır.
- KOBİ kredilerinin toplam krediler içindeki payı %23'tür. (TÜİK 2008 ,BDDK 2010)

1.12. KOBİ'lerin Dünya Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

KOBİ'ler ekonomik sistemdeki işletmelerin önemli bölümünü oluşturmaktadır, bu işletmelerden elde edilen gelirle hayatlarını sürdüren işletme sahipleri ve ücretle çalışan işçilerin sayısı azımsanamayacak kadar çoktur. Bu nedenledir ki; KOBİ'ler ekonomik öneminin dışında sosyal olarak da oldukça

önemlidirler. KOBİ'ler ABD, Japonya ve AB için ekonomik büyümenin sağlanmasında önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. KOBİ'ler bağımsız ekonomik birimler olarak mal ve hizmet sunarak ekonomiye katkıda bulundukları gibi büyük işletmeler için bir "yan sanayi" görevi de görerek bu işletmelerin gelişimini tamamlamaktadır. Gelişmiş ülkelerde;

- Toplam işletmelerin %95
- Toplam istihdamın %50
- Toplam yatırımların %40
- Toplam üretimin %50
- Toplam ihracatın %30-40'ı KOBİ'ler tarafından yerine getirilmektedir (<http://www.usak.org.tr>).

Gerek ülkemizde, gerekse dünya ekonomilerinde KOBİ'ler yaşanan önemli krizlerden fazlaca etkilenmemiş ve hatta bu krizlerin atlatılmasında önemli roller üstlenmişlerdir. KOBİ'ler sadece gelişmemiş ülkelerde değil, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerle, sanayisini tamamlamış gelişmiş ülkelerdeki KOBİ'ler, sayı, istihdam ve katma değer olarak karşılaştırılırsa, gelişmiş ekonomilerde de KOBİ'lerin önemli bir yeri olduğu görülür.(aktaran İskender,2009:22)

Genel olarak, az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği kullanan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilen KOBİ'ler birçok durumda büyük firmalardan daha fazla avantajlara sahiptirler. Nitekim ulusal ekonominin önemli bir bölümüne KOBİ'lerin sahip olması, tarihsel bir rastlantı değildir. Şimdiki büyük firmaların birçoğu, dinamik lider tipleriyle iyi yönetilmesi sonucunda önceden KOBİ iken artık büyük bir firma haline gelmişlerdir. KOBİ'lerin büyük işletmeler karşısında üstün yanlarının olduğu anlaşılmaya başlaması büyük ölçekli işletmelerin önem kaybetmesine neden olmuştur. Yani, ölçek ekonomisinin öneminin azalmaya başlamasından sonra KOBİ'ler, birçok ülkede kaynakların ekonomik kullanılması, istihdam ve gelir dağılımına katkılarının olmasından dolayı makroekonomik politikaların temelini oluşturmaya başlamıştır (Güngör,2011:26).

KOBİ'ler yalnızca az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önem taşımamakta, sanayisinin tamamlamış ülkeler açısından da önem taşımaktadır. Ekonomide sağladıkları dinamizm, istihdama ve KOBİ'ler dünya ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadırlar. Dünya ekonomisinde büyük bir paya sahip olan Uzakdoğu ülkeleri rekabet güçlerini arttırmak amacıyla ülkelerinde faaliyet gösteren KOBİ'lere önemli avantajlar sağlamışlardır. Ülkemizde de buna karşılık sayılabilecek “Anadolu Kaplanları” olarak nitelendirilen işletmeler ortaya çıkmış gerek bölgesel kalkınma gerekse büyük işletmelere tedarik sağlama bakımından önemli katkılar sağlamışlardır (Güngör, 2011:26).

Avrupa Topluluğu'nun KOBİ'lere ilişkin raporunda KOBİ'ler için; “ekonomik sisteme katkıları, sayıları ve değişik alanlarda çalışmaları, sanayi, ticaret ve hizmet sektöründeki tüm iş kollarında var olan etkileri, istihdama ve belli yörelerin refah düzeylerine olan katkıları nedeniyle KOBİ'ler ticari ve endüstriyel yaşamın gerekli bir parçasıdır ve onlar ekonominin dinamizmi ve canlılığın kaynağıdır” şeklinde ifade edilmiştir (Şimşek, 2002:15).

Ekonomik kalkınmışlık düzeyi ne olursa olsun, tüm ülkelerde KOBİ'ler gerek sayısal, gerek istihdam yaratma gücü açısından ekonomik ev toplumsal düzenin bel kemiğini oluşturmaktadırlar. Ülkelerin hemen hemen hepsinde toplam işletmelerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluşturmaktadır. Buna göre bütün ülkelerde KOBİ'lerin ekonomide etkin bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Sonuç olarak günümüzde, dünya pazarlarının küreselleşmesiyle, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, KOBİ'lerin sosyal ve ekonomik değişimlere uyum gösterme esnekliklerinin ve yeteneklerinin daha fazla farkına varmakta, bunun sonucunda rekabet güçlerini ve teknolojik düzeylerini arttırıcı yönde teşvik tedbirleri uygulamalarına ağırlık vermekteler (Şimşek, 2002:15).

Dünyada birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri içerisinde KOBİ'ler büyük bir yer tutmaktadırlar. Seçilmiş bazı ülkelerde bu tür işletmelerin genel işletmelere oranları, ülke genelindeki istihdamın ne kadarının KOBİ'lerde gerçekleştiğini ve bu işletmelerin GSMH içerisinde ne kadarını ürettiklerini aşağıdaki tabloda görebiliriz.

Tablo 1.17. Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Yeri (%)

Ülkeler	İşletme	İstihdam	GSMH'ya Katkı
Avustralya	96.0	45.0	23.0
Belçika	99.7	72.0	-
Kanada	99.8	66.0	57.2
Danimarka	98.8	56.7	77.8
Fransa	99.9	69.0	61.8
Almanya	99.7	65.7	34.2
Yunanistan	99.5	73.8	27.1
İrlanda	99.2	85.6	40.0
İtalya	99.7	49.0	40.5
Japonya	99.5	73.8	57.8
Hollanda	99.8	57.0	50.0
Portekiz	99.0	79.0	66.0
İspanya	99.5	63.7	64.3
İsviçre	99.0	79.3	-
Birleşik Krallık	99.9	67.2	30.3
ABD	99.7	53.7	48.0
Türkiye	99.2	58	38

Kaynak: Bozkurt,1997:13

KOBİ'ler her ülke ekonomisi için önem taşımaktadır. Ancak Türkiye'de KOBİ'ler gerçek değerini henüz almamıştır. Aşağıdaki tablo KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki yerini diğer ülkelerle karşılaştırmalı olarak göstermektedir. Türkiye'de KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payı (%10) ile toplam kredilerden almış oldukları pay (%25) diğer ülkelere göre düşüktür. Bu durum KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun dışa açılma derecesinin düşük olduğunu, küreselleşme

sürecine giremediklerini ve finansman sorunları içerisinde olduklarını net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Tablo 1.18. Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Payları (%)

	ABD	Almanya	İngiltere	G.Kore	Fransa	İtalya	Türkiye
KOBİ'lerin Toplam İşletmelere Oranı	97,2	99,8	96	97,8	99,9	97	99,8
KOBİ'lerde Çalışanların İstihdamda Oranı	50,4	64	36	61,9	49,4	56	76,7
KOBİ'lerin Yatırımdaki Payı	38	44	29	35,7	45	36	38
KOBİ'lerin Üretimdeki Payı	36,2	49	25	34,5	54	53	37,7
KOBİ'lerin Katma Değer İçindeki Payı	36,2	49	25	34,5	54	53	26,5

Kaynak: <http://www.mesuttekin.com>

Bunların yanında gerek ülkemizde gerekse dünya ekonomilerinde KOBİ'ler önemli krizlerde fazla etkilenmemiş ve hatta bu krizlerin atlatılmasında önemli roller üstlenmişlerdir. KOBİ'ler ekonomik hayatta değil, aynı zamanda sosyal hayatta da önemli roller üstlenmektedir. KOBİ'ler ülkede geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel gelişmişlik farklılıklarının giderilmesinde, mülkiyetin geniş bir tabana yayılmasında, istihdam meydana getirilmesinde, gelir dağılımında adaletin sağlanmasında, bunu devam ettirmede ve demokratik hayatı canlı tutmada önemli bir güç olmaktadır (Yılmaz,2002:136).

Günümüzde dünya pazarları globalleşme akımıyla gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, KOBİ'lerin sosyal ve ekonomik değişimlere uyum gösterme esnekliklerinin ve yeteneklerinin daha fazla farkına varmakta, rekabet güçlerini ve teknolojik düzeylerinin artırıcı yönde teşvik tedbirleri uygulamalarına ağırlık verilmektedir. Kısaca dünyada “küçük güzeldir” anlayışı hakim olmaktadır (Yılmaz,2002:136).

1.13. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları

KOBİ'lerin büyük işletmeler karşısında, özelliklerinden kaynaklanan birçok avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.

1.13.1. KOBİ'lerin Avantajları

Ulusal ekonominin önemli bir bölümüne KOBİ'lerin sahip olması tarihsel bir rastlantı değildir. Bu durum ne büyük firmalar tarafından oluşturulan yardımsever politikalar, ne de devletin KOBİ'lere yardım programının sonucu oluşmuş bir olgu değildir. KOBİ'ler birçok durumda büyük firmalardan daha fazla avantaja sahiptirler. Şimdiki büyük firmaların birçoğu dinamik lider tipleriyle iyi yönetilmesi sonucunda önceden birer KOBİ iken artık büyük bir firma haline gelmişlerdir. Küçük bir işletmeye sahip olmak öncelikle büyük işletmelerle rekabet etmede girişimciye iki temel avantaj sağlayabilir. Bunlar, müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içerisinde girebilmek ve pazarlama, üretim hizmet konularında büyük işletmelere göre daha esnek olabilmektir (Çelik ve Akgemci, 1998:74).

KOBİ girişimcileri faaliyette bulundukları yerel pazarı daha iyi tanıyan, pazarın özelliklerini ve gereksinimlerini daha iyi görebilen pazardaki alıcı ve satıcılarla daha yakın ilişkiler kurabilen kişilerdir. Özellikle müşterileriyle olan yakın ilişkileri bu işletmelere büyük işletmelerin sahip olamayacakları bir üstünlük sağlar. Pazarı yakından takip edebilen, müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi bilen ve personeliyle yakın ilişkiler kurabilen KOBİ'ler üretim, pazarlama ve hizmet konularında büyüklerden daha fazla bir esnekliğe sahiptirler. Bu esneklik dış çevrede meydana gelebilecek değişikliklere yerinde ve zamanında uyum sağlayabilme olanağı tanıdığından KOBİ'ler birçok olumsuzluğu daha az bir zararla geçiştirebilmektedirler (Çelik ve Akgemci,1998:75).

Tüketici ile yakın bir iletişim içerisinde bulunan KOBİ'ler onlara ek hizmetler sunabilmekte ayrıca tüketicinin istediği özel siparişleri de hızlı bir şekilde karşılayabilmektedir (Şimşek, 2002:15).

Yukarıda sayılanların yanı sıra KOBİ'ler aşağıdaki ortamlarda da bir takım avantajlar elde edebilmektedirler (Yörük ve Ban,2003:8, Çelik ve Akgemci, 1998:75 ve Türkan,2011:10);

- Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlayabilmektedirler.
- Daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkanı oluşturabilmektedirler.
- Yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedirler.
- Talep başta olmak üzere piyasa değişmelerine daha kolay uyum gösterebilmektedirler.
- Bölgelerarası dengeli kalkınmaya katkı sağlarlar.
- Gelir dağılımındaki çarpıklıkları azaltırlar.
- Politik ve sosyal sistem açısından denge ve istikrar unsuru durumundadırlar.
- Kalkınmayı tabana yayma gibi önemli fonksiyonları ile ekonominin temel dinamiğini oluşturmaktadırlar
- Tüketici tercihlerine daha esnek yaklaşım,
- Yeniliklere daha yatkın olma,
- Teknik yeniliklerde daha fazla verimlilik,
- Çalışanlarla daha yakın ilişki,
- Ferdi tasarrufların teşvik edilmesi,
- Daha yüksek oranda istihdama katkı,
- Büyük firmaların tamamlayıcısı olmak,
- Rekabetin tescil edilmesi
- Büyük miktarlarda yatırıma girmeden önce yeni bir fikir yada buluşa pazarın tepkisinin bilinmesinin zorunlu olmasında,

- Yönetimde çok yakın denetime ihtiyaç hissedilmesinde,
- Üretilen mal ve hizmetin pazarının sınırlı olmasında,
- El emeğinin mal hizmetin üretilmesinde önemli bir faktör olarak yer almasında,
- Üretilen mal veya hizmete olan talebin sınırlı olmasında,
- Kolay bozulabilen malların pazarlanması yada üretilmesinde,
- Personel ile yakın ilişkilerin gerekli olmasında,
- Teknik gelişmelere kısa sürede ayak uydurabilme yeteneğine sahip olunmasında,
- Yatırım yapılırken daha çok kendi öz sermayelerine ağırlık verilmesinde,
- Desteklenmeleri aynı zamanda ülkedeki işsizliğin azalması anlamına gelmesinde,
- İşgörenlerin kendi bölgeleri veya yaşamak istedikleri bölgelerde kurulmasında
- Ülke içindeki farklı bölgelerin kalkınmasında ve çevrenin korunmasında.

KOBİ'ler pazara çıktığında büyük işletmelere göre birtakım güçlü yönleri mevcuttur. Bunlara sırasıyla bakmak gerekirse (Türkan, 2011:11);

- Toplam istihdam açısından istikrar unsurudur. Baktığımızda dünyada ve Türkiye'de istihdamın büyük bir çoğunluğunun KOBİ'lerce sağlandığı görülmektedir.
- Değişen pazar şartlarına derhal uyum gösterebilmeleri özellikle KOBİ'lerdeki işveren-yönetici unsüründen kaynaklanan, değişen şartlara çok çabuk ayak uydurabilme yeteneği kriz dönemlerinde KOBİ kavramını bir kere daha ön plana çıkarmaktadır.
- Büyük işletmeleri tamamlama özellikleri ön plana çıkmaktadır. Zira Türkiye'de de KOBİ'ler büyük işletmelere rakip olmak yerine onların

ürettikleri mamullerin yan sanayisini oluşturmuş ve onlarla rekabet etmek yerine onları kendilerinin müşterileri durumuna getirmiştir. Böylelikle yan sanayi KOBİ'ler için önemli bir çözüm noktasını oluşturmaktadır.

- KOBİ'lerin aynı zamanda bölgelerarası dengeli büyümeye ve çevreye birçok katkıları vardır. Günümüzde baktığımızda KOBİ'lerin dengeyi sağlayıcı bir sosyal adalet unsuru olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sayede bölgelerarası büyüme oranı artmakta ve işsizlik oranı düşmektedir.

Ana başlıklar altında değerlendirmek gerekirse;

1.13.1.1. Tüketici Tercihlerine Daha Esnek Bir Yaklaşım Göstermesi ve Yeniliklere Daha Yatkın Olunması

Tüketici yâda müşteriye daha yakın olma ve daha yoğun biçimde müşteriye yönelik olarak çalışan KOBİ'ler, bu tercihleri hemen algılayıp üretim süreci de gerekli değişiklikleri hızla yaparak karşılamaya çalışırlar. Çevresel koşullardaki değişikliklere olan tepki ve esneklik dereceleri büyük ölçekli firmalara göre daha yüksektir. Büyük ölçekli firmalara göre KOBİ'ler her düzeyde tepe yönetimine yakın olmaları, onların tepe yönetim sorunlarını daha kolay anlamalarına ve buna bağlı olarak hemen pazarlanabilir, teknik yeniliklerde bulunabilmelerine yol açar (Düzce,2007:27).

Bölgeler itibarıyla de farklılıklar gösteren ve sürekli değişen tüketici tercihlerini, tüketiciye daha yakın olan ve daha yoğun bir şekilde müşteriye yönelik olarak çalışan KOBİ'ler daha çabuk algılayabilmekte, üretim sürecinde süratle değişikliğe giderek tüketici taleplerine cevap verebilmektedirler. Çünkü KOBİ'ler üretim ve satışlarının değişen piyasa koşullarına uydurmada büyük firmalara göre daha fazla esnekliğe sahiptirler. Ancak bu avantaj bazı durumlarda diğerlerinden daha belirgin olabilecektir. Bilgisayarlı teknolojiler (sayısal kontrol, robotik vb.) büyük miktardaki üretimlerin daha da esnekleşmesini sağlamaktadır. Büyük firmaların ise talep yapısının, tüketici tercihlerinin değişmesine karşılık üretim sürecinde hızlı bir değişikliğe gitmesi daha uzun süreli ve daha yüksek maliyetli olmaktadır. KOBİ'ler bölge ve bölge dışından gelen karmaşık, çeşitli ve isteyene özel mal taleplerini kısa süre içerisinde karşılayabilme imkânlarına ve talep koşullarına çabucak uyum sağlama imkânına sahiptirler. Globalleşen dünyada firmaların uzun süreli ayakta kalabilme ve yüksek karlar kazanabilme

potansiyeli yüksek hacimli kütsel üretimden yüksek kaliteli kişiye özel mallar üretimine kaydırmaktır. Bu tür üretim tarzını ise KOBİ'ler kolaylıkla gerçekleştirebilecek esneklğe sahiptirler (Kardeş,2010:29)

KOBİ'ler az miktarda sabit varlıklara sahip olduğu için ve daha çok emek yoğun çalışması sayesinde talep değışmelerine hızlı uyum sağlamaktadır. Böylece talepte meydana gelen bir değışimle birlikte işletme ürün ve üretim yöntemini kolay bir şekilde değıştirebilmektedir. Büyük işletmelere nazaran daha az sermayeye sahip olan KOBİ'ler ekonomik şartlarda oluşan değışimlere çabuk uyum sağlamaktadır (Şimşek, 2002:15).

1.13.1.2. Teknik Yeniliklerde Daha Fazla Verimlilik Sağlanması ve Çalışanlarla Daha Yakın İlişki Kurulması

KOBİ'ler, aynı mali harcama ile büyük işletmelere oranla daha fazla teknik yeniliklerde bulunabilmektedir. Her bakımdan büyük ölçekli işletmelerin tamamlayıcısı ve yardımcısı olabilen KOBİ'ler teknik alandaki düşünce ve uygulamaları, ilk defa ortaya koyarak bunları daha da geliştirmek ve işlemek üzere büyük ölçekli işletmelere sunabilmektedir. Büyük ölçekli işletmelere oranla orta ve küçük ölçekli işletmelerin sahip ve/ veya yöneticileri, işyerinde işveren-işgören ayırımı yapmadan, çalışanıyla yakın ilişki içinde bulunmakta, çift yönlü iletişim sağlanmakta, aile duygusu ve birbirine karşılıklı güven gelişmekte, kararların genelde birlikte alınıp ortak hareket edilmesi, çalışmaların motive olmalarına ve firma ile özdeşleşmelerine yol açar. İlişkilerdeki bu yakınlık sonuç olarak, kalite ve verimliliği yükseltmektedir (Düzce,2007:27).

KOBİ'ler, esnek yapıları sayesinde teknik gelişmelere de kısa sürede ayak uydurabilmektedirler. Büyük çaplı yatırımlara girmeden önce, yeni bir fikir veya buluşa pazarın tepkisinin ölçme yeteneği ile büyük işletmelerden daha avantajlıdır. Ayrıca teknik değışikliklerle daha az girdiyle daha çok çıktı alabilirler (İskender,2009:24).

KOBİ'ler büyük firmalardan daha fazla teknik yeniliklerde bulunmaktadır. Amerika'da American National Science Foundation'ın yaptığı bir araştırmaya göre, araştırma geliştirme faaliyetlerinde harcanan her bir dolar için küçük firmalar büyük firmalara oranla yirmi dört kat daha fazla yenilik üretmektedir. Bunun sebebi küçük firmaların araştırma projelerini hızlı bir şekilde

uygulamaya koyup yenilik ve değişiklikler yaparak pazara sürebilmeleridir. Büyük firmalar ise projelerini geniş kapsamlı ve çok kişi üzerinde yaptıkları için ağır kalmaktadırlar (Kardeş,2010:30).

1.13.1.3. Yeniliklere açık ve daha yatkın olması

Büyük firmalara oranla küçüklerin her düzeyde müşteriye daha yakın olmaları, onların müşteri sorunlarını daha kolay anlamalarına ve neticesinde hemen pazarlanabilir teknik icatlarda bulunmalarına yol açmaktadır. ABD’de, yeniliklerin firma büyüklüklerine göre hangi grupta daha fazla olduğunu bulmak amacıyla yapılan araştırmalarda, teknik yeniliklerin yarıdan fazlasının KOBİ’ler tarafından gerçekleştirildiği ortaya çıkmıştır. Bunun sebepleri, küçük firmaların tüketiciye inerek ihtiyaçlarını araştırıp ona göre yenilikler peşinde olmalarına karşılık, büyük firmaların merkezi yönetimi benimsemiş olmalarından dolayı önceden firma ihtiyaçlarına göre belirlenmiş tasarıma sadık kalınarak ihtiyaçların yapısının değişmesini dikkate almamaları ve müşterilerle yeterli düzeyde ilişki kuramamalarıdır. Globalleşen dünyada istihdam da giderek artan oranda yeni girişimciler, bölgeler ve ülkelerin yenilikler geliştirme ve yeni fırsatları yakalama yeteneklerine bağlı olarak ortaya çıkacaktır (Kardeş,2010:30).

KOBİ’ler çok fazla yatırım ve teknoloji gerektirmeyen bir yapıya sahiptirler Ama gerektiğinde yenilenen teknolojiye kolayca uyum sağlayabilen yapıları bulunmaktadır. (Sabuncuoğlu, 1991: 29).

1.13.1.4. Ferdi Tasarrufların Teşvik Edilmesi ve Daha Yüksek Oranda İstihdama Katkı Sağlanması

Büyük ölçekli firmalara oranla, KOBİ’lerin kaynak temininde yabancı kaynak yerine öz sermayeye başvurmaları ve işlerini büyütmeleri için öz sermayelerini artırma durumunda kalmaları, bu firmaların üretim sonucu elde edilen net karlarında tüketim yerine yatırım harcamalarına gitmelerine yol açmaktadır. KOBİ’lerde bir kişi istihdam etmek için gerekli olan yatırım harcaması, büyük firmalara oranla 1/3 kadar daha az olduğundan, KOBİ’lerin desteklemesi aynı zamanda ülkedeki işsizliğin azaltılması anlamına gelmektedir (Düzce,2007:27).

1.13.1.5. Büyük Firmaların Tamamlayıcısı Olmak ve Rekabetin Tescil Edilmesi

Günümüz ekonomik şartlarının gerekliliklerinden biri de tüm işletmelerin birbirlerinin tamamlayıcısı niteliğinde olmalarıdır. Birçok KOBİ, büyük işletmelerin yan sanayisi veya taşıeronu durumundadır. Örneğin Japonya, büyük işletmelerin yan sanayi işletmeleri ile işbirliği eğiliminde üst düzeydedir. Bu ülkede ana sanayideki başarının en büyük sebebi yan sanayi ile işbirliği içerisinde çalışmış olmasıdır. KOBİ'lerde üretim aşamalarının az olması; işletmeler arası işbirliği ve uzmanlaşmayı teşvik etmekte, ana sanayinin az stokla piyasa karşısında daha esnek davranabilmesini sağlamaktadır (Yüce,2007:20).

Mal ve hizmet piyasalarında KOBİ'lerin sayısının artması, büyük boy firmaların piyasa paylarının ve güçlerinin azalmasına ve burada da rekabetin yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Rekabetin yoğunlaşmasıyla da kalite ve verimlilik yükselmekte, teknik yenilikler hızlanmakta, kaynaklar etkin kullanılmakta, özgürlükler artmaktadır (Düzce,2007:27).

1.13.1.6. Üretimdeki Boşlukların Hızla Doldurulması

KOBİ çalışanları, tek bir alanda uzman olmayıp, genellikle işletmedeki temel işlevlerin hepsini bilmektedirler. Herhangi bir elemanın eksikliği durumunda bu boşluk işletmede çalışan başka bir elemanla anında doldurularak üretim prosesinde doğabilecek bir aksamaya meydan vermemektedirler (Kardeş,2010:30).

1.13.1.7. Bürokrasinin ve Yönetici Grubunun Az Olması

Bir işyerinde karar alıcılar ve bürokrasi ne kadar fazla ise verimlilikte buna bağlı olarak düşmektedir. Küçük firmalarda karar alıcılar üretim süreci içinde çalışanlarla iç içe olduklarından üretim kararlarını isabetli ve hızlı bir şekilde alabilmektedirler. Büyük firmalarda ise geniş bir hiyerarşik karar alma mekanizması olduğundan ve karar alıcılar üretim hattından uzakta, konuya vakıf olmadıklarından dolayı yanlış kararlar alabilmekte veya doğruyu bulana kadar değişen piyasa koşullarına ayak uydurmakta geç kalmaktadırlar. Sıkça riski sevmeyen işletme muhasebecileri tarafından izlendikleri ve idarecilerin dinamiklikten yoksun olmaları uzun dönemli fırsatları kullanamayan bir duruma gelmelerine sebep olmaktadır (Kardeş,2010:31).

Çalışan sayısının az olması nedeniyle yönetimleri daha kolay olmaktadır. Genelde yönetim yetkisi işletme sahibinin elinde bulunmaktadır (Erdoğan,2010:47).

1.13.1.8. Çalışanlarla Daha Yakın İlişki

KOBİ'lerde çalışanlarla işyerinin sahibi ve/veya yöneticisi arasında daha yakın ilişkiler mevcuttur. Bu tür işyerlerinde işçi patron ayrımı yapılmadan karşılıklı güven ve yakınlık duygusu olduğundan bir aile havası içerisinde işçilerin işlerini sevmeleri sağlanmakta verimlilik ve kalite artmakta çalışanlar yaptıkları işle özdeşleşmektedir. Bu yakın ilişkiler neticesinde işletme içerisinde etkin ve gayri resmi bir iç haberleşme ağı oluşmaktadır. Bu kuvvetli ağ problemlerin aşılmasında etkili ve hızlı bir çözüm sağlar. Böylece şirket dışındaki meydana gelen değişimlere karşı da çabuk uyum sağlanabilmektedir (Kardeş,2010:31).

Büyük işletmelerde karar verici sayısı küçük ve orta ölçekli işletmelere oranla daha fazladır. uygulamalı çalışmalara göre; karar verici sayısı artıkcı verimliliğin azaldığı görülmüştür. Üretim hattı içinde olmayan ve üretilen mal ile ilgili bilgisi tam olmayan karar vericinin yanlış karar alması söz konusudur. KOBİ'lerde ise kararlar, genelde üretime bizzat katılanlar ile tartışılarak alınıp uygulamaya konulduğundan söz konusu kararlar, daha isabetli olmakta ve bu da başarı oranını artırmaktadır. (İskender,2009:26).

Büyük ölçekli işletmelere oranla, orta ve küçük ölçekli işletmelerin sahip veya yöneticileri, işyerinde işveren - işgören ayrımı yapmadan, çalışanıyla yakın ilişki içinde bulunmakta, çift yönlü iletişim sağlanmakta, aile duygusu ve birbirine karşılıklı güven gelişmekte, kararların genelde birlikte alınıp ortak hareket edilmesi, çalışmaların motive olmalarına ve firma ile özdeşleşmelerine yol açmaktadır (aktaran Erdoğan,2010:47).

1.13.1.9. Düşük Trafik Yoğunluğu Maliyetleri

KOBİ'ler trafik yoğunluğunun az olduğu kırsal ya da şehirlere yakın banliyölerde bulunurlar. Dolayısıyla daha düşük arsa bedeli, trafik, kira vb. şehirlerde var olan maliyetlerden daha az etkilenirler (Kardeş,2010:31). Ayrıca Üretimleri fazla olmadığı için depolama ve satıştan doğan sorunları nispeten daha az olmaktadır (Erdoğan,2010:47).

1.13.1.10. Bölgelerarası Dengeli Büyümeye Katkısı

Gelişmekte olan ülkelerin yasadıkları en önemli sorunlarından biri işsizlik bir diğeri bölgelerarası gelişmelerde dengesizliklerdir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler faaliyette bulundukları bölgenin şartlarını ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak emek yoğun çalışıp, bir yandan işsizliğin azalmasına katkıda bulunurlar diğeri yandan da daha az teknoloji kullanarak çevreyi korumaları mümkün olmaktadır. KOBİ'ler böylece yaptıkları yatırımlarla bölgelerarası gelişme farklılıklarını gidermekte ve göçün önüne de geçebilmektedir (Yüce,2007:20).

KOBİ'lerin büyük işletmelerle karşılaştırıldığında aşağıdaki tabloda sayılan avantajlara sahiptir.

Tablo 1.21. KOBİ ve Büyük İşletmelerin Avantajları Açısından Karşılaştırılması

	KOBİ	Büyük İşletme
Avantajlar	- Az miktarda sermayeye ihtiyaç duyduğu için girişimcileri teşvik eder. - Tüketici isteklerinde meydana gelen değişikliklere kolay uyum sağlarlar. - İşçi işveren arasında yakın ilişki olduğu kadar müşterilerle işletme arasında da yakın ilişki vardır. - İşçi sayısı az olduğu için etkili kontrol sistemi uygulanabilir. - Dikey örgüt yapısı olduğu için karar alma ve uygulanışı hızlı olur. - Personelin işletmenin her bölümünde çalışması nedeniyle iş hakkında detaylı bilgiye sahiptir. - Üretimin fazla olmaması nedeniyle depolama ve satış problemi yoktur. - Sipariş üzerine çalıştıkları için özelliği olan malları kolaylıkla üretebilirler.	- Gelişmiş teknikleri ve makineleri kullanırlar. - Yığın üretim nedeniyle birim maliyetler düşüktür, fiyatlamayı rekabette avantaj olarak kullanırlar. - Değişik departmanlarda çalışan uzman kişiler kullanırlar. - Finansman ihtiyaçlarını güçlü sermaye nedeniyle düşük maliyetle karşılarlar. - Tedarik ve pazarlamada pazarlık güçleri vardır. - Reklam ve Ar-Ge faaliyetleri yoğundur. - Üretim artıklarını değerlendirme imkânları vardır.

Kaynak: Ünsalan ve Şimşeker, 2006'dan aktaran Sarılı, 2011:18

Kısaca; KOBİ'ler ekonomik ve sosyal sistemlerin denge unsuru olup, yeni iş sahalarının oluşmasında, pazardaki rekabet gücünün artmasında ve istikrarlı ekonomik büyümede etkin rol oynar.

1.13.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'ler yapıları nedeniyle sahip oldukları avantajların yanında bir takım dezavantajlarla da karşı karşıya kalabilmektedirler. Sermaye yetersizliği dolayısıyla kapasite artırımına gitme imkanları sınırlıdır. İşletme yönetiminin bizzat işletme sahibinde olması, yönetim sorunlarına ilaveten diğer sorunlarla da aynı kişinin ilgilenmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu ise işletme sahibinin söz konusu sorunlarla tam manasıyla ilgilenip net çözümlere ulaşmasını güçleştirmektedir.

Yönetim ve organizasyondaki aksaklıklara ilaveten, personel politikası vb. diğer politikalara ilgili hatalı davranışlar, neticede sağlıklı bir yapıya yol açmakta ve işletmelerde büyüme sağlıklı bir şekilde gerçekleşmektedir. KOBİ'ler, sürekli değişen piyasa şartları ve teknoloji karşısında gerekli olan teknik ve sektörel bilgiye sahip olmadıklarından veya söz konusu bilgiye ulaşamadıklarından doğru karar vermekte zorlanırlar. KOBİ'ler, bilginin önemli bir üretim faktörü olduğunu henüz tam manasıyla kavrayabilmiş değildirler (Sabuncuoğlu, 1991:30).

Günümüzde değişim ve gelişimi takip etmek ve dış çevresel koşulları değerlendirmek başarı için önemli bir faktördür. KOBİ'ler açısından düşündüğümüzde başarısızlıkların başında sermaye yetersizliği ve yönetim başarısızlığı gelmektedir. Çünkü bu iki sorun işletmenin üretim, pazarlama, insan kaynakları yönetimi gibi diğer tüm fonksiyonlarındaki başarısızlığın da nedeni olmaktadır. Özellikle yönetim başarısızlığı finansal yönetim başarısızlığının da nedenidir (Erdoğan, 2010:48).

KOBİ'ler genellikle aile işletmeleri oldukları için yönetim departmanlarında profesyonel yönetici, uzman personel bulunmamaktadır. Eğitimini almış kalifiye eleman yerine yönetimde işletme sahiplerinin yakınları yer almaktadır. Genellikle işletmelerin sahibi aynı zamanda işletmenin yöneticisi durumundadır. Hatta birçok işletmede yönetim, pazarlama, Ar-Ge gibi departmanlar bile yapılanmamıştır. Buna ek olarak, KOBİ'lerin ticaret, pazarlama,

finansman ve Ar-Ge gibi alanlarda bilgi eksiklikleri de mevcuttur. Bu faaliyetler de önemli harcamaları ve uzmanlaşmış personeli gerektirmektedir. KOBİ'ler sürekli değişen piyasa şartları ve teknoloji karşısında gerekli olan teknik ve sektörel bilgiye sahip olmadıklarından, bilgili eleman az veya söz konusu bilgiye ulaşamadıklarından doğru karar vermekte zorlanmaktadırlar. Bu yüzden işletme yöneticilerine piyasa verilerinin doğru hızla akıcı ve zamanında ulaşması çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Ayrıca KOBİ sahipleri, iyi değerlendirildiği takdirde bilginin önemli bir üretim faktörü olduğunu henüz tam manasıyla kavrayabilmiş değildirlir (Düzce, 2007: 31).

Bu dezavantajları aşağıdaki gibi de sıralamak mümkündür (Çelik ve Akgemci, 1998:76).

- Olumsuz rekabet,
- Genel yönetim yetersizliği,
- Özellikle stratejik kararların işletme sahip ve ortaklarınca alınıp orta ve/veya alt düzey görevlilerin tam katılımının sağlanamaması,
- İşletme bünyesinde mali danışma veya uzman istihdam edememe,
- Uzman bir finansman ekibi veya departmanından yoksunluk,
- Sermaye yetersizliği,
- Finansal planlama yetersizliği,
- Banka ve diğer finansal kurumlardan yeterli desteği görememe,
- Sermaye piyasasından yeterince faydalanamama,
- Ürün geliştirme eksikliği,
- Üretim ve satış arasındaki koordinasyon yetersizliği,
- Modern pazarlama etkinlikleri sergileyememe,
- İşletmelerin küçük veya orta ölçekli olması sonucu ihale vb. etkinlikleri izleyememek,

- İşyerinin veya yerleşim alanının küçüklüğü,
- Bağımsızlığını kaybetme veya batma riski,
- Kalifiye eleman sağlayamamak,
- Mevzuat ve bürokrasi.

Bu işletmelerin kendi bünyelerinden kaynaklanan yapısal nitelikte zayıf yönleri de dört ana başlık altında değerlendirebiliriz;

1.13.2.1. Finansman, Yönetim ve Organizasyon

KOBİ'lerin sermaye yapısı aslında büyük firmalarınkine oranla sağlıklı değildir. Ne var ki çoklukla kendi öz kaynakları teminat vermeye yetmediği ve bu bakımdan kaynak verenlere yeterli kaynak sağlamadığı için, gerek sermaye piyasasından gerekse bankalardan dış kaynak bulmaları oldukça sınırlı düzeyde olmaktadır. Ayrıca bu firmaların yatırım harcamalarına özellikle de, teknik gelişme harcamalarına sürekli olarak değil de belli aralıklarda bulunmaları karşısında, belli bir fona sahip olmamaları da etkinliklerini azaltmaktadır. Sürekli değişen piyasa koşulları ve teknolojiler karşısında gerekli olan teknik ve mesleki bilgiye sahip ve/veya yöneticilerin yeterli ölçüde sahip bulunmamaları yada yetişememeleri doğru karar vermelerini güçleştirmektedir. İşletme sahip ve/veya yöneticilerine piyasa verilerinin doğru hızla akıcı ve zamanında ulaşması çoğu zaman mümkün olmamakta, hatta bazı KOBİ sahipleri iyi değerlendirildiği takdirde bilginin önemli bir girdi olabileceğini kavrayamamaktadır (Düzce, 2007:28).

Yabancı kaynak sağlanmasındaki güçlüklerin yanında öz sermayenin de arzulanan iş hacmine göre yetersiz kalması, KOBİ'lerin piyasa kredisi ile yüksek fiyatla girdi temin etmelerine dolayısıyla üretim maliyetlerinin yüksek olmasına yol açmaktadır. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde, yeterli ham ve yardımcı madde stoku yaparak istenilen üretim hacmini gerçekleştirip yüksek satış gelirine ulaşamayan KOBİ'ler güçlerini giderek yitirebilmektedirler (Erdoğan,2010:50).

1.13.2.2. Satış Dalgalanmaları

KOBİ'lerin aylık bazda yapılan satışları genelde değişkendir. Satışların istikrarlı bir yapıya sahip olmaması, gelir ve gider bütçesinin hazırlanmasında bazı hatalara yol açarken, diğer taraftan nakit girdi-çıktı akışında dengesizliklere yol açabilmektedir (Yüce, 2007:20).

1.13.2.3. Vergi-Mevzuat ve Bürokrasi Sorunları

Mevcut bürokratik engeller, kamu kuruluşları dahil olmak üzere bütün işletmeleri ve tüketicileri etkilerken, olumsuz etkilerini en fazla KOBİ'ler üzerinde göstermektedir. KOBİ'lerle ilgilenen kamu kuruluşları arasında, tam bir işbirliği ve koordinasyon sağlanamaması kavram kargaşasına, işlerin uzamasına ve sonuçta zaman ve para kaybına neden olmaktadır (Yılmaz 2009'dan aktaran İskender, 2009:31).

1.13.2.4. Pazarlama ve Üretim

KOBİ sahipleri genellikle teknik ve mesleki bilgi ve beceriye sahip oldukları kadar, ticari ve pazarlama bilgisine sahip değildirler. Günümüzde pazarlama faaliyetinin; tüketici istek ve gereksinimlerini sürekli olarak araştırılıp yerine getirilmesi temeline yenilik olduğu ve bu temelin üretim, finansman ve yönetim hatta muhasebe gibi diğer işletme fonksiyonlarını da yönlendirmesi gerektiğini kavrayamayan, birçok KOBİ piyasadan çekilmek zorunda kalmaktadır (Düzce, 2007:28).

1.13.2.5. Bağımsızlığını Kaybetme Riski

Bağımsız çalışabilme isteği küçük girişimcileri, yeni işletme kurmaya yönlendirmektedir. Ancak, büyük işletmelerle rekabet, işletme fonksiyonlarının çeşitlenip karmaşıklaşması, çevresel faktörler, yöneticilerin yetersizleşmesi gibi birçok nedenlerden KOBİ'ler bağımsızlıklarını kaybetme veya batmak tehlikesiyle karşılaşmaktadırlar (Yüce, 2007:21).

1.13.2.6. İhracatla İlgili Sorunları

Dış pazara girme maliyetinin yüksek olması, hatalı pazarlama stratejisi, dış fiyatlamadaki yanlışlıklar, rakipler hakkında detaylı bilgiye sahip olmamaları ve

yabancı ülke mevzuatı hakkında tam bilgi sahibi olunmaması nedeniyle KOBİ'lerin ihracat yapabilmeleri oldukça zordur. Ayrıca yabancı dil büyük bir sorun olarak karşılara çıkabilmektedir. İhracat desteklerinin büyük işletmeleri hedeflemesi nedeni ile de KOBİ'lerin ihracat içindeki payı düşük kalmaktadır (Yılmaz 2009'dan aktaran İskender, 2009:31).

1.13.2.7. Personel, Muhasebe ve Hesap İşleri

KOBİ'lerde belli başlı işletme fonksiyonları için, uzman personelin olmayışı personel alımında firma sahibinin cimri davranması, firma faaliyetlerinin yetersiz kalmasına neden olmaktadır. İşyerinde çalışanların genel olarak her işi yapması, bazen yeni ürün ve teknolojiler karşısında mevcut personelin bilgi seviyesinin yetersiz kalmasına yol açmakta ve bu açığın giderilmesi için personelin eğitime ağırlık verilmesi, çoğu kez KOBİ'lerin olanaklarını aşabilmektedir. Finansman, üretim, pazarlama gibi temel işletme fonksiyonlarının dengeli ve eksiksiz yerine getirilebilmesi bu firmaların sağlıklı muhasebe ve hesap işleri sistemine sahip olmalarına bağlıdır. Ancak KOBİ'ler bu konuyu ihmal etmekte muhasebe sistemine, devlete karşı olan yükümlülüğün yerine getirilmesi gözü ile bakmaktadır. Muhasebe verilerinin incelenip ilgili firma için değerlendirilmesi yapılmamakta, muhasebe ile ilgili vergi ve diğer mevzuatlar yeterince izlenmediğinden, hatalar yapılmakta, piyasa değişikliklerinin gerisinde kalmaktadır (Düzce, 2007:28).

Ayrıca mevcut personelin de bilgi seviyesi yetersiz olmakla birlikte, personelin eğitimi için gerekli kaynak KOBİ'lerin imkanını aşmaktadır. KOBİ'lerin rekabet piyasasında başarılı olabilmeleri için mutlaka etkin ve dinamik bir muhasebe sistemine sahip olmaları gerekmektedir (Erdoğan, 2010:47).

1.13.2.8. Olumsuz Rekabet

KOBİ'lerin karşı karşıya kaldıkları olumsuz rekabet iki şekilde ele alınabilir. Birincisi, bu işletmelerin büyük ölçekli işletmelerle olan rekabetidir. Standart ürün üreten KOBİ'lerin miktar ve fiyat olarak büyük işletmelerle başa çıkmaları oldukça zordur. İkincisi ise, KOBİ'lerin kendi aralarındaki rekabettir. KOBİ niteliğinde bir işletme kurulduğu zaman birkaç yıl içerisinde benzer nitelikte ürün üreten birçok işletme ile karşılaşılabilir (Yüce, 2007:20).

1.13.2.9. Teknoloji ve Bilgi Akışı

Büyük işletmelere oranla KOBİ'lerin müşteriye yada tüketiciye daha yakın olmaları nedeniyle, onların sorunlarını keşfedip teknik yeniliklerde bulunma potansiyeli daha yüksektir. Ancak bu potansiyelin harekete geçirilmesi için hızlı, doğru, açık ve zamanında verilere ulaşılabilmesi diğer yandan da bu veriler işlenip işletme için değerlendirilmelidir. Oysa uygulamaya bakıldığında birçok KOBİ için söz konusu bilgilerin yeterli ölçüde ve zamanında sağlanamaması yanında, piyasa verilerindeki değişikliklere karşı tepki ve esneklik derecesinin düşük olduğu; bilginin, önemli bir üretim girdisi değeri olarak değerlendirilmediği görülmektedir (Düzce, 2007:28).

1.13.2.10. Karar Almada Tek Yöneticiye Bağımlılık

KOBİ'lerde bütün yetki ve sorumlulukların genellikle tek kişide toplanmasının birçok yararının yanı sıra bazı sakıncaları da vardır. Bu sakıncalardan en önemlisi, işletme fonksiyonları çeşitlenip karmaşıklaştıkça, işletme sahip/yöneticisinin yetersizleşmesidir. Bu durumda yönetici, muhasebeci, satış elemanı, personel yöneticisi, finansman planlayıcısı, üretim teknisyeni gibi rolleri oynamak zorunda kalmaktadır. Oysa işletme sahip/yöneticisi bu rollerin gerektirdiği bilgi ve yeteneklere her zaman sahip olmayabilir. İşletmelerde yönetim işinin profesyonelleşmesi ve bir meslek haline gelmesinin nedenlerinden biri de sayıca artan ve karmaşıklaştıkça işletme fonksiyonları karşısında sahip/yöneticinin yetersiz kalmasıdır (İraz 2005'den aktaran Yüce, 2007:20).

1.13.2.11. Uzmanlaşmada Yaşadıkları Sorunlar

KOBİ'lerde genellikle siparişe dayalı üretim tekniği ağırlıktadır. Bu da çalışan işçilerin emek yoğun bir teknoloji ortamında bir siparişin hemen her aşamasında bulunmalarını gerektirir. Sonuçta da belirli bir alanda çalışmayan işçilerin zamanla uzmanlaşma sorunu ortaya çıkmaktadır. İşyerinde çalışanların genel olarak her işi yapması, bazen yeni ürün ve teknolojiler karşısında mevcut personelin bilgi seviyesinin yetersiz kalmasına yol açmakta ve bu açığın giderilmesi için personelin eğitimine ağırlık verilmesi, çoğu zaman KOBİ'lerin olanaklarını aşabilmektedir (Yılmaz 2009'dan aktaran İskender, 2009:30).

KOBİ'lerin büyük işletmelerle karşılaştırılmasında aşağıdaki tabloda belirtilen dezavantajlara sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1.20. KOBİ ve Büyük İşletmelerin Dezavantajları Açısından Karşılaştırılması

	KOBİ	Büyük İşletme
Dezavantajlar	- Finansman açıklarını yüksek maliyetle karşılarlar. - Pazar paylarının sınırlı olması nedeniyle pazarlama ve tedarikte pazarlık güçleri zayıftır. - Büyük işletmeler gibi reklam ve Ar-Ge çabalarında fazla bulunmazlar. - Finansman yapısının zayıf olması nedeniyle teknolojik gelişmeyi tam manasıyla takip edemezler. -Yığın üretim yapamadıkları için birim maliyetleri yüksektir. - Sahip ve yöneticinin aynı kişi olması ve sınırlı imkânlar nedeniyle profesyonel yönetici istihdam edemezler.	-Tüketici isteklerinde meydana gelen değişikliklere kolay uyum sağlayamazlar. -Sabit maliyetler yüksek olduğundan talepte meydana gelen düşmelerde üretim miktarını kısamazlar. - Kontrol imkânları zayıftır. -Bürokratik olmaları nedeniyle kararlar kolay alınamaz. -İşçilerle işletme ve işçiler arasında ilişkiler resmidir.

Kaynak: Ünsalan ve Şimşeker, 2006'dan aktaran Sarılı aktaran Sarılı, 2011:18

1.14. KOBİ'lerin Örgütlenme Biçimleri

Finansal kararlar işletmeler içerisinde alınır. Sektörler incelendiğinde işletmelerin ya tek şahıs işletmeleri veya ortaklıklar ya da şirketler şeklinde organize oldukları bilinmektedir(Değirmenci,2010:19).

KOBİ'lerin genelde, büyük işletmelere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmalarından dolayı, buradaki işbölümü uygulaması daha kolay olabilir. Bu işletmelerde çalışan insanların hemen hemen hepsinin birbirini tanınması işbölümünde kolaylık sağlamaktadır. Bundan dolayıdır ki, KOBİ'lerde kimin ne yapacağı, kimden emir alıp-kime emir vereceği açık bir şekilde belirlenmiş durumdadır. Bu da, olumlu bir etken olarak göze çarpmaktadır. Ne var ki, küçük işletmelerde formel yapılanmaya yeterince önem verilmemektedir. Çünkü yönetici kimin ne yapacağını kendisi saptamaktadır. Bu da yöneticinin

olmadığı zamanlarda işlerin aksamasına neden olabilmektedir (Müftüoğlu, 2002: 120).

KOBİ'lerde örgüt amaçlarını gerçekleştirecek işler, rasyonel bir takım kriterlere göre parçalara ayrılmalı ve herkes kabiliyetli olduğu işte derinlemesine uzmanlaşmaya çalışmalıdır. Ne var ki, kimi zaman yapılacak örgüt içi yer değiştirmeler veya etkin rotasyonlarla, olumsuz koşullarda karşılaşılabilecek bir çok sorun giderebileceği gibi, motivasyonel bir yapı da kurulabilecektir. Sonuç olarak pek çok KOBİ sahip veya yöneticisinin piyasa verilerinin temini ve değerlendirilmesinde, mesleki ve teknik bilgilerinin yetersiz kalması, uzman eleman istihdamından kaçınmaları, çoğu kez alternatif yönetici istememeleri, yetki devretmemeleri vb. gibi durumlarda bu firmalar; yanlış kararlarla esnekliklerini ve zamanla başarılarını da kaybedebilmektedirler. Yine bu firmaların işletme fonksiyonlarına göre profesyonel eleman bulundurmadıkları ve daha çok ucuz işgücüne yöneldikleri; bazen de kalifiye elemanları daha yüksek ücret verebilen büyük firmalara kaptırdıkları, isteseler de kendi personellerinin eğitim harcamalarını finanse edemedikleri gibi sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. KOBİ'lerin yapısal özellikleri değerlendirilirken işletme sahip veya yöneticilerinin; eğitim, rehberlik, iç ve dış pazarlama, teknoloji transferi ile ilgili kuruluşlar ve hükümetin KOBİ'lere yönelik politikaları hakkında yok denecek kadar az bilgilerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır (Korkmaz,2009:14).

Burada kısaca örgütlenme biçimlerine değinecek olursak;

1.14.1. Tek Şahıs İşletmeleri

Tek şahıs işletmesi; bir kişi tarafından kurulan ve işletilen işletme şeklidir. Avantaj olarak bu tip işletmeleri kurmak kolaydır ve birçok büyük işletme, tek şahıs işletmesi şeklinde kurulmuştur. İşletme faaliyetlerinin sonucunda yani kar ve zarardan sadece işletme sahibi etkilenir. Tek şahıs işletmesinin dezavantajları ise; işletme sahibinin borçlarından dolayı bütün mal varlığıyla sınırsız olarak sorumlu olmasıdır. Bu kurumlara büyük ölçüde sermaye tahsis edilemediğinden ve kredi yeterliliği de az olduğundan işletme istenen ölçüde ve süratle büyüyemez. Ekonominin %80'ini bu tip işletmeler oluşturur (aktaran Değirmenci,2010:19).

Tek kişi işletmeleri en basit, en eski ve uygulamada en çok görülen işletme biçimidir. İşletmenin tek sahibi vardır. Bu nedenle işletme sahibi işletme

faaliyetleri konusunda her türlü kararı alır, uygular ve denetler. Ortaya çıkabilecek işletme riskleri tümüyle kendisine aittir. Kurulumaları ve sona ermeleri yasal açıdan kolaydır. Sermayelerinin yetersiz olması ve alacaklılara karşı sınırsız sorumluluk üstlenmeleri, büyümelerine engeldir (<http://www.muhassebedersleri.com/>).

1.14.2. Ortaklıklar

Şahıs ortaklığı, büyük ölçüde tek kişi işletmesine benzeyen, bir amaca ulaşmak için iki ya da daha fazla kişi arasında yapılan bir anlaşma sonucu ortaya çıkan bir ortaklıktır. Şahıs ortaklıkları adi ve komandit şeklinde olabilir. Bu ortaklıklar ayrı bir ekonomik birim olarak vergiye tabi tutulmazlar. Bunun yerine her bir ortak şirketten elde ettiği kar veya zararını kendi şahsi geliri veya zararı olarak beyan eder. Her ortağın elde ettiği gelir, tek kişi işletmesinden elde edilen gelirden olduğu gibi vergilendirilir. Ortaklığın ömrü ortaklık antlaşmasıyla sınırlandırılabilir. Bu sınırlama belli bir yıl veya işin başarılmaması şartına bağlıdır. Ortaklık antlaşmasında belirtilmiş olup olmamasına bakılmaksızın, ortaklardan birinin ölmesi durumunda ortaklık kendiliğinden sona erer. Şahıs ortaklıklarının sağlayabileceği öz sermaye miktarı, ortakların şahsi servetleriyle sınırlıdır. Bu sebeple ihtiyaç duyulduğu zaman yeni fon temininde güçlüklerle karşılaşılabilir. Kendi ortaklık haklarının belli bir bölümünü satmalarının mümkün olmaması sebebiyle bu tür ortaklıklar, fon temini amacıyla çoğunlukla bankalara müracaat ederler. Ancak bankaların açacağı kredi miktarı, her zaman istenilen büyüklükte olmayabilir. Açıklamalar doğrultusunda ortaklıkların dezavantajları, sahip ya da ortakların işletmenin borçlarına karşı sınırsız sorumlu olması, işletmenin ömrünün sınırlı olması, büyük miktarlarda sermaye sağlamanın ve kredi almanın zorluğunun olmasıdır. Dolayısıyla ihtiyaç duyulan fonların temininde ciddi sorunlarla karşılaşılması, bu tür işletmelerin büyüme olanaklarını önemli ölçüde kısıtlar. (Değirmenci, 2010:19).

Bir ortaklığın varlığından söz edilebilmesi için aşağıdaki niteliklerin bulunması gereklidir:

- Ortaklığı oluşturan kişiler birden fazla olmalıdır. Bu kişiler gerçek veya tüzel kişi olabilir. Bu kişilere ortak, hissedar, şerik veya pay sahibi denir.
- Ortak bir amacın bulunması gereklidir.
- Ortak amaca ulaşabilmek için ortaklar arasında bir sözleşme bulunmalıdır.

–Şirketin amacına ulaşabilmesi için ortaklarının mal ve emeklerini sermaye olarak şirkete getirmelidir (<http://www.muhasabedersleri.com/>).

1.14.3. Şirketler

Şirket; yasal bir şahıstır, birden çok gerçek kişi veya tüzel kişi tarafından kurulabilir. Şirketler kendi içlerinde şahıs şirketleri (adi, kolektif) ve sermaye şirketleri (limitet, anonim ve sermayesi paylara bölünüş komandit şirket) olarak iki gruba ayrılır. Şahıs şirketleri olan adi komandit şirket ve kolektif şirketler Ticaret Kanunu’nda düzenlenmişlerdir. Bu şirketler, bir sözleşme ile kurulur, ticaret siciline kaydolarak tescil ve ilan edilirler. Şirket sözleşmesinde yönetim ve denetim görevleri ortaklar arasında belirtilir. Şirketi kimin tescil edeceği yazılıdır. Şirket ortakları gelir vergisine tabidirler ve şirket borçlarından dolayı müteselsilen sınırsız sorumludurlar. Şirketin sermaye yapısı, sermaye şirketlerine oranla zayıftır ve kredibilitesi de düşüktür. Sermaye şirketlerinde (limitet, anonim) durum farklıdır. Bu şirketlerde ortakların sorumluluğu, şirkete koymuş olduğu sermaye ile sınırlıdır. Şirketin borçlarından dolayı kendisinden ek bir ödeme istenmez. Ortakların hisselerini başkalarına devretmeleri, özellikle anonim şirketlerde, oldukça kolaydır. Şirketin yasal varlığı, ortakların hisse senetlerini pazarda satmalarından etkilenmez. Hisse senetleri kimin elindeyse şirketin ortağı odur (Okka, 2009’dan aktaran Değirmenci, 2010:19).

1.15. KOBİ’lerin Temel Sorunları

Günümüzde başta finansal sorunlar olmak üzere yaşadıkları diğer sorunlar, küçük ve orta ölçekli işletmelerin daha az verimli olmalarına yol açmaktadır. Bu sorunlar incelendiğinde, bu kesimin öncelikle sosyal, ekonomik ve siyasi koşullar ile rekabet, teknolojik değişim, bölgesel farklılıklar gibi faktörlere bağlı olarak kendi kontrolleri dışında oluşan şartlardan fazlasıyla etkilendiklerini görmek mümkündür. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de araştırmacılar son yıllarda ekonomik ve sosyal etkileri son derece önemli olan KOBİ’leri çeşitli açılardan inceleyen ve sorunlarını ortaya koyan çalışmalar yapmaktadır (Yörük ve Ban, 2003:22).

KOBİ’lerin temel sorunları çağdaş işletmecilik fonksiyonları sınıflamasında yer alan örgütlenme ve yönetim, tedarik, üretim yönetimi, pazarlama yönetimi, finansal yönetim, muhasebe yönetimi, insan kaynakları

yönetimi, halkla ilişkiler, Ar-Ge ve karar alma ile ilgili sorunlar olarak ayrı ayrı inceleme konusu yapılmaktadır (Çelik ve Akgemci, 1998:70).

Sorunların bir kısmı işletmelerin kendi özelliklerinden kaynaklanırken bir kısmı da dış etmenlerde oluşmaktadır. Özellikle bu işletmelerde geleneksel kuralların ve babadan oğula geçen yönetim anlayışının hakim olması nedeniyle örgütlenmede başarısızdırlar. Sermaye yapılarının yetersiz olması üretim için uygun bir yerleşim alanına sahip olmamaları da gelişmelerini etkileyen diğer faktörler olarak sayılabilir (Yörük ve Ban, 2003:22).

1.15.1. Örgütlenme ve Yönetim Sorunları

Burada yönetim biçimi ve liderlik tarzı önemlidir. Herhangi bir örgütün koordineli bir şekilde faaliyetini yürütebilmesi için iyi bir şekilde yönetilmesi gerekir. Bu yönetim fonksiyonunu da yönetici yerine getirir. Ancak burada herhangi bir kimsenin bu pozisyonu doldurabilmesi ve yönetici rolünü oynamasını anlamamak gerekir. Bizim konumuz açısından anladığımız yönetici “Lider” yöneticidir. Yönetici lider başında bulunduğu organizasyonu yöneten, ileriye götüren onan öncü olan kişilerdir. Araştırmalar iyi bir örgüt yöneticisinin aynı zamanda etkin bir önder ve iyi bir lider olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Girişimci tarafından seçilen liderlik biçimi ve yönetimi, onun yönetici olarak etkinliğini de geniş ölçüde etkileyecektir. KOBİ’lerde uygun bir liderlik biçiminin seçilmesi, aynı zamanda işletme sahiplerinin amaçlarının gerçekleşmesinde de yardımcı olacaktır. (Çelik ve Akgemci, 1998:71).

Sürekli değişen piyasa koşulları ve teknolojiler karşısında gerekli olan teknik vemesleki bilgiye sahip yöneticilerin yeterli ölçüde yetişememeleri doğru karar vermelerini güçleştirmektedir. İşletme yöneticilerine piyasa verilerinin doğru, hızla, akıcı ve zamanında ulaşması çoğu zaman mümkün olmamakta ve yönetim fonksiyonu ile ilgili problemler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, yabancı kaynak sağlanmasındaki güçlükler yanında öz sermayenin de arzulanan iş hacmine göre yetersiz kalması, KOBİ’lerin piyasa kredisi ile yüksek fiyatla girdi temin etmelerine, dolayısıyla üretim maliyetlerinin yüksek olmasına yol açmaktadır. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde, yeterli ham ve yardımcı madde stoku yaparak istenilen üretim hacmini gerçekleştirip yüksek satış gelirine ulaşamayan KOBİ’ler güçlerini giderek yitirebilmektedirler. Öte yandan içinde bulundukları finansal zorluklar nedeniyle de, modern makine parkına sahip olmamaları,

hammaddeye kolay ulaşamadıkları kalifiye eleman, alt yapı yetersizliği gibi nedenler üretimin verimli yapılmasını engellemektedir (Değirmenci, 2010:23).

KOBİ'ler genelde, büyük işletmelere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmalarından dolayı, buradaki işbölümü uygulaması daha kolay olabilir. Bu işletmelerde çalışan insanların hemen hemen hepsinin birbirini tanması işbölümüne kolaylık sağlamaktadır. Bundan dolayıdır ki KOBİ'lerde kimin ne yapacağı kimden emir alıp kime emir vereceği açık bir şekilde belirlenmiş durumdadır. Bu da olumlu bir etken olarak göze çarpmaktadır. Ne var ki, küçük işletmelerde formel yapılanmaya yeterince önem verilmemektedir. Çünkü yönetici kimin ne yapacağını kendisi saptamaktadır. Bu da yöneticinin olmadığı zamanlarda işlerin aksamasına neden olabilmektedir (Müftüoğlu, 2002:103).

Örgütlenme ve yönetim sorunlarını sıralayacak olursak (Yörük ve Ban,2003:22);

- Nitelikli personel bulunmaması,
- İşletme sahiplerinin teknik kökenli olması,
- “Herkes, her işten anlar/ her işi yapabilir” düşüncesinin hâkim olduğu bir çalışma ortamı,
- Yönetimde yer alan aile üyeleri arasındaki iletişim sorunları,
- İnsan kaynaklarına yeterince önemin verilmemesi,
- Çalışanlar ile aile bireyleri arasındaki ilişkilerin profesyonel düzeye aktarılamaması,
- İlişkilerin kurumsal bir kimliğe kavuşturulamaması,
- Karar süreçlerinde örgütün hiyerarşik yapısının göz ardı edilerek, aile içi hiyerarşik yapının ön plana çıkması
- Yüksek işgücü devri,
- Yakın denetime ağırlık verilmesi, kontrollerin sistematik yerine bireysel yapılması,

- Çıkar çatışmalarının yaşanması ve çatışmaların yönetilememesi,
- İş akışını düzenleyen evrakların olmaması,
- Eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin yetersizliği,
- Eski alışkanlıklara bağlılık yani çekirdekten yetişme bireylere öncelik tanınması,
- Yeterlilik ve yetkinliklerini değerlendirmeden işe alımlar,
- Harcama kontrolleri yapılırken aile bireylerinin harcamalarının dikkate alınmaması,
- Olağandışı durumlarda aile bireylerinin, profesyonel yöneticilerin görüşlerini dikkate almadan karar almaları ,
- Aile içi ve şirket içi ilişkilerinde ayırım yapılmaması,
- Yönetimde plansızlık,
- Organizasyon yapılanmasında ortaya çıkan sorunlar,
- Görev tanımlarının olmaması, sorumluluk ve yetki dağılımlarında düzensizlikler
- Yönetimde profesyonelleşememe,
- İletişimde yaşanan sorunlar.

Sonuç olarak pek çok küçük ve orta ölçekli işletme sahibi veya yöneticisinin piyasa verilerinin temini ve değerlendirilmesinde, mesleki ve teknik bilgilerinin yetersiz kalması, sorunların giderilmesi için uzman eleman istihdamından da kaçınmaları çoğu kez alternatif yönetici istememeleri, yetki devretmemeleri vb. gibi durumlarda bu firmalar, yanlış kararlarla esnekliklerini ve zamanla başarılarını da kaybedebilmektedirler. Yine bu firmaların işletme fonksiyonlarına göre profesyonel eleman bulundurmadıkları ve daha çok ucuz iş gücüne yöneldikleri, bazen de kalifiye elemanları daha yüksek ücret verebilen büyük firmalara kaptırdıkları, isteseler de kendi personellerinin eğitim

harcamalarını finanse edemedikleri gibi sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. KOBİ'lerin yapısal özellikleri değerlendirilirken işletme sahip veya yöneticilerinin eğitim, rehberlik, iç ve dış pazarlama, teknoloji transferi ile ilgili kuruluşlar ve hükümetin KOBİ'lere yönelik politikaları hakkında yok denecek kadar az bilgilerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır (Çelik ve Akgemci, 1998:70).

1.15.2. Tedarik Sorunları

Tedarik kısaca, mal üretmek ve satmak için üretim faktörlerinin bir araya getirilip amaçlar doğrultusunda faaliyetlerin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Tedarik bölümünün varlığı her şeyden önce piyasa araştırması faaliyetlerini gerekli kılar. Talep edilen malların satışını yapan yurtiçi ve yurtdışı kaynaklarının araştırılması, bu kaynaklar tarafından arz edilen malların miktar, nitelik ve teknolojik özellikleri ile teslim alınması, taşıma ve depolama gibi tedarikle ilgili diğer koşulların incelenmesi ve değerlendirilmesi tedarik bölümünün görevleri arasındadır (Yüce, 2007:41).

KOBİ'ler, gerek hammadde gerekse yardımcı madde alımlarında aynı girdiden büyük miktarda kullanamadıkları için iskontodan yararlanamamakta, bu alımlar yapılsa bile stoklama masrafları ve bunun için gerekli olan denetim KOBİ'ler için maliyet oluşturmaktadır. Ayrıca, KOBİ'lerin finansal yetersizliği nedeniyle enflasyonist ortamlarda girdi stoku yapamadıkları için uzun vadeli iş bağlantıları da yapamamaktadırlar (Yüce, 2007:41).

Bunlara ek olarak, uluslararası dağıtım kanallarında karar verme sorunlarını azaltmak için, özellikle pazara girme biçimi ve dağıtım kanalının seçimi arasında bir ayırım yapmak gerekmektedir. KOBİ'lerin dış pazarlarda kendi dağıtım kanalını kurması oldukça maliyetli bir iştir. Pek çok KOBİ, bu konuda zorluklarla karşı karşıya bulunmaktadır. KOBİ'ler için önem taşıyan diğer bir konu da, çevre analizi yapılması ve erken uyarı sistemlerinin kurulmasıdır. Çünkü, Türk ekonomisi dışa açıldıkça, ekonominin değişim süreci hızlanmakta, çevredeki değişikliklerin işletme üzerindeki etkisi artmaktadır. Ancak, KOBİ'ler mükemmel bir çevre analizinin ve dış piyasalara kadar uzanan etkin bir erken uyarı sisteminin gerektireceği harcamalara katlanacak güçte değildirler. (Eryılmaz,2004:20).

KOBİ'lerin tedarik işlevine ilişkin başlıca özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Çelik ve Akgemci, 1998:79);

- KOBİ'lerin çeşitli malzemelere ilişkin sipariş hacmi büyük işletmelere göre daha düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu işletmeler büyük işletmelere göre finansman ve çalışma sermayesi bakımından daha kısıtlı imkanlara sahip olduklarından malzeme alırken sipariş miktarında, kısıtlamaları da göz önüne alarak sipariş vermek zorunda kalmaktadır.
- Bunun sonucunda daha az fiyat indirimi sağlanabilmekte bu da birim mamul maliyetini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu işlemlerin büyük hacimli sipariş verip iskontolardan faydalanma yoluna gitmeleri halinde ise stok maliyetleri artmaktadır. Dolayısıyla bir maliyet kısıtacısı içinde kalmaktadırlar. Esasen bu işletmelerin finansal imkanları da genellikle büyük siparişleri karşılamaktan uzaktır.
- KOBİ'ler sipariş tarzı üretim yaptıklarından ihtiyaç duydukları malzemeler, alacakları siparişe göre değişir. Sürekli olarak aynı malzemeyi kullanmadıklarından uzun vadeli malzeme tedarikine gidemezler. Çoğu zaman mali durumları da büyük çaplı alımlara izin vermez. Bu nedenle bu işletmelerde istenilen malzemenin, istenilen miktarda ve istenilen zamanda tedarikinde büyük güçlüklerle karşılaşılır. Bu güçlüklerin aşılması ancak malzemeye yüksek fiyat ödemekle veya malzeme standartlarına ilişkin toleransları geniş tutmakla mümkün olabilmektedir. Bu ise hem maliyet hem de kalite yönünden fedakarlık gerektirebilmektedir.

Tedarik konusunda KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunların aşılması ancak kendi aralarında örgütlenmeleri ile mümkün olacağı düşünülmektedir. Bu şekilde oluşturulacak örgütlenme ile hammaddenin ihtiyaç duyulan zaman ve miktarda tedarikin yanı sıra fiyat indirimlerinden de faydalanma olanağı bulunabilecektir. Bununla birlikte yapılacak birtakım yasal düzenlemeler ile KOBİ'lerin pazarlık güçlerini korunması ve miktara bakılmaksızın indirimlerden yararlanmalarını olanak sağlanması alınacak önlemler arasında sayılabilir (aktaran Gök,2012:41).

1.15.3. Üretim ve Hammadde Sorunları

Üretim yönetiminin ilk adımı üretilecek ürün için gerekli olan malzemeyi tedarik etmektir. Tedarikleme, teknoloji, ürün tasarımı, ürün geliştirme, standardizasyon ve nitelikli personel evrensel boyutta kaliteli üretimi sağlayan önemli bir unsurdur (Akgemci, 2001:28).

Üretim sürecinde karşılaşılan girdi teminindeki sorunlar KOBİ'lerin diğer işletmeler karşısındaki rekabet gücünü azaltmaktadır. Ayrıca finansal güçlükler, teknoloji ve enformasyon konusundaki zayıflıklar da kaliteli olmayan üretim ve altyapı yetersizlikleri KOBİ'lerin üretim kayıpları yaşamlarına neden olan diğer faktörlerdir (Yüce, 2007:42).

Satın alma faaliyeti üretim sürecinin birinci safhasıdır. Ülkemizde bu işlem işletme sahibi tarafından gerçekleştirilmektedir. Oysa satın alma işlemi işletmenin denetiminde uzman bir ekip tarafından gerçekleştirilmelidir. Bu süreçte işletme sahibinin görevi yapılan işlemi denetlemek olmalıdır. Uzman ekibin katılımı işletme de kaliteyi beraberinde getirecektir. KOBİ'ler genellikle sipariş yolu ile üretim yapmaktadır. Bu durum bir taraftan avantaj iken, diğer taraftan da kaliteli hammadde tedarikinde sorun olmaktadır. Ayrıca sipariş yolu ile üretim yapan KOBİ'ler büyük miktarlarda hammadde alımının sağladığı fiyat indirimi avantajından faydalanamamaktadır. Hammadde tedarikinin diğer bir unsuru zamanlamadır. KOBİ'ler için stoklama artı bir maliyet teşkil etmekte ve üretimdeki esneklik nedeniyle ihtiyaç olmayacak bir üründe stoklama durumunda kalınabilmektedir. Eğer sipariş gelince hammadde alım yoluna gidilirse de sürekli olarak fiyat artışına katlanılmak zorunda kalınacaktır (Karagöz 2008'den aktaran Sarılı, 2011:44).

KOBİ'ler, sermayeleri sınırlı olduğu için, pazar şartlarının gerektirdiği stokları bulunduramamaktadırlar. İstenilen yere taşıma, depolama gibi, büyük işletmelerin yararlandığı araçlardan da yararlanamamaktadırlar. KOBİ'lerin üretim işlevine ilişkin sorunlarından sonuncusu da, fason üretim planında karşılaşılan güçlüklerdir. Fason imalat, bir ana firma (büyük işletme) ile taşeron firmalar (küçük işletmeler) arasında gerçekleşmektedir. Ana firma, aldığı bir sipariş için gerekli olan işin bir bölümünü, ya da tamamını bir başka bağımsız işletmeye (taşerona) yaptırmaktadır. Ancak, bu ilişki bazı durumlarda bir bağımlılık ilişkisine dönüşmektedir. İşte, Türkiye'deki KOBİ'lerin en önemli sorunlarından biri de bu konuda yaşanmaktadır. Bu durum, KOBİ'ler arasında işbirliği ihtiyacını da gündeme getirmektedir. KOBİ'lerde ayrıca iş bölümü yani uzmanlaşma çok ileri seviyelere götürülememiştir. Çünkü KOBİ'ler küçük işletmeler oldukları için çok fazla personel istihdamına gidememişler, bunun sonucunda uzmanlaşma değil, iş görenlerin bütün işleri yapabilme becerisi ön plana çıkmıştır. Ayrıca, aralıklı veya küçük seriler halinde üretimin yapıldığı bu işletmelerde yapılan iş sürekli değişmektedir. Dolayısıyla iş gören yaptığı işin hangi sipariş için yapıldığını bilir.

İş gören sadece yaptığı işle ilgili değil, siparişin kendisiyle de ilgilidir (Eryılmaz,2004:20).

Burada KOBİ'leri büyük işletmelerden ayıran üretim işlevine ilişkin başlıca özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Müftüoğlu,2002:70):

- KOBİ’lerde emek yoğun üretim teknikleri daha yaygındır. Bu özellik küçük işletmeler için daha geçerlidir. KOBİ’lerin bu özelliği, ücret seviyesinin nispeten düşük olduğu ülkeler açısından çok önemlidir. Genellikle bu özelliğe sahip gelişmekte olan ve geçiş devresinde bulunan ülkelerdeki KOBİ’ler, bu sayede uluslararası piyasada önemli bir rekabet üstünlüğü sağlayabilmektedirler.
- Büyük işletmelerde daha çok kütle üretim biçimi geçerli iken, KOBİ’lerde atölye tipi üretim tarzı yaygındır. Bu durum, işletme ölçeği küçüldükçe daha çok belirginlik kazanabilmektedir.
- Büyük işletmeler genellikle piyasaya üretim yaparlar. KOBİ’lerde ise sipariş üzerine üretim daha yaygın olup, işletme ölçeği küçüldükçe bu üretim biçimi daha büyük önem kazanır. Bu özelliğin bir sonucu olarak küçük işletmelerde ürün stoku sorunu önemini kaybedebilir.
- KOBİ’lerde işbölümü çok ileri seviyelere götürülmemiştir. Ayrıca, aralıklı veya küçük seri büyüklüklerinde üretimin yapıldığı bu işletmelerde yapılan iş sürekli değişmektedir. Dolayısıyla işgören yaptığı işin hangi sipariş için yapıldığını bilir. İşgören sadece kendi yaptığı işle değil, siparişin kendisi ile de ilgilidir. Bu nedenlerle KOBİ’lerde işgörenin yaptığı işe karşı yabancılaşması önlenmiş olabilmektedir.
- Büyük işletmelerin üstünlüğü daha çok fiyat ve kalite konusundadır. KOBİ’lerin rekabet gücü ise daha ziyade teslim tarihinin çabuklaştırılması, sipariş verenin özel koşullarının dikkate alınabilmesi ve isteklerine uyum sağlanabilmesi gibi nitel konulardadır.
- KOBİ’lerin bir başka önemli özelliği de, esnekliğini artırma çabasından kaynaklanmaktadır.

–KOBİ’lerde, aynı zamanda işletme yöneticisi durumunda olan işletme sahibi, genellikle üretim tekniği konusunda tecrübeli, işin içinde yetişmiş, bu konularda bilgili bir kimsedir. Bu özellik, KOBİ’lerde ürün ve teknik yenilikler konusunda önemli bir potansiyel oluşturabilmektedir.

Türkiye’de KOBİ’lerin üretim konusundaki sorunları özetleyecek olursak (Eryılmaz, 2004:20);

- Teknolojik yetersizlik,
- Üretim kapasitesi yetersizliği,
- Pazar araştırması yapılmaması,
- AR-GE faaliyetlerinin eksikliği,
- Kapasite belirlenmesindeki yanlışlıklar,
- Hammadde, işletme malzemesi vb. tedarikindeki sorunlar,
- Uluslararası kalite normlarında ürün üretememe,
- Fason üretim planında karşılaşılan sorunlar, stoklama, depolama vb.dir.

1.15.4. Pazarlama Yönetimi ile İlgili Sorunlar

Günümüzdeki anlamıyla pazarlama müşteri odaklı ve müşterilerin ihtiyaçlarının karşılanmasına dayanan bir süreç olarak ifade edilebilir. Bu ihtiyaç sadece mevcut malların satışı şeklinde olmayıp, müşterilerin oluşturdukları pazarları analiz etme, onların ihtiyaçlarını belirleme yoluyla işletme ve müşteri arasındaki bağlantıyı sağlamaktadır (Yüce, 2007:44).

Modern pazarlama kavramı, her şeyin pazar ile başladığını kabul etmektedir. Bu nedenle, KOBİ’lerin başarılarında pazar üzerinde yoğunlaşmak önem kazanmaktadır. KOBİ’ler hedef pazarlarını tanımlamada ve pazarlama stratejisi belirlemede yetersizdirler. Çünkü pazar araştırması yapmadan kişisel gözlemlerini kullanmaktadırlar. Ayrıca KOBİ’ler özellikle sosyo-ekonomik koşullardaki değişimler sonucu oluşan tüketici tercihlerindeki hızlı değişiklikleri

izlemede ve bunlara ayak uydurmada da yeteri kadar başarılı olmayabilmektedirler (Akgemci, 2001:28).

Pazarlama faaliyetinin iki boyutu vardır. Bunlardan birincisi, ülke içinde yapılacak pazarlama faaliyeti, ikincisi ise yurt dışına yapılacak pazarlama faaliyetidir. KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmasındaki en önemli engellerden birisi işletme sahip ve çalışanların yabancı dil eksikliğidir. Dış ticaretteki artışla birlikte, KOBİ'lerin yabancı dil konusuna önem vermesi gerektiği daha fazla hissedilmektedir (Özgen ve Doğan, 1998:48).

Gümrük Birliğine girişin de etkisiyle ağırlaşan rekabet ortamında ayakta kalabilmenin ön koşulu dünya kalite ve standartlarında mal ve hizmet üretmenin yanında bu mal ve hizmetleri dünya pazarlarında satabilmekte önem taşımaktadır. Bu olgudan hareketle KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu konu hem bu standart ve kaliteden haberdar olmak, hem de bu kalitede mal veya hizmet üretebilmek için gerekli olan teknolojiyi bilmek ve uygulamaktır. Ancak KOBİ'ler bilgiye yeterince ulaşamamaktadırlar. Bu da işletmelerde ciddi sorunlara yol açarak başarısızlığa iten bir faktör olmaktadır. Bilgi eksikliğinin kaynağı ise, kaynak yetersizliği nedeniyle pazar araştırmasının yapılamamasıdır. KOBİ'lerin pazarlamayı üretime yön veren satış ve satış sonrası etkinlikleri kapsayan bir araç olarak değil de, satışla eş anlamlı olarak kullanmaları da sorun yaratmaktadır. Pazarlama ve satış kavramları birbirinden ayrılmalı "tüketici odaklı çalışma" üzerinde yoğunlaşılmalıdır. KOBİ'ler pazarlama olanakları araştırmalı ve kendi yapılarına uygun modern dağıtım ve teknik kanalları uygulamalıdır. Yani KOBİ'ler pazarlama stratejilerini saptamalıdır. Aksi halde programsızlık ve plansızlık oluşmakta, dolayısıyla pazar payları küçülmektedir (Çelik ve Akgemci, 1998:81).

Müşteri bulma ve üretilen mal ya da hizmetlerin satılabilme yeteneği ticari başarının temel ilkelerindendir. KOBİ'ler de ticaret dünyasında yer alan diğer işletmeler gibi müşteri odaklı olma amacıyla sürekli değişim içerisinde. Müşterilerin ihtiyaçlarının doğru zamanda ve doğru fiyatla karşılanamaması işletmenin varlığını tehlikeye düşürecektir. Bunun için işletme çalışanları kendi ürün ve hizmetlerini satın alarak belirli bir hedef kitleyi sağlama teknikleri geliştirirler. Bunların yanı sıra, KOBİ pazarlaması, sahip-yöneticinin iş yapma biçiminden dolayı yapısal olmayan bir uygulama tarzına sahiptir. İşletme sahip ve yöneticileri genellikle kararları kendileri alırlar ve fırsatlara ve durumlara göre tepki verirler. Dolayısıyla bu kararlar pazarlama kitaplarında yer alan teorilere ve

geleneksel pazarlama niteliklerine göre değil de kişisel ve işletme tercihlerine göre alındığı için KOBİ'lerde pazarlama genellikle tesadüfi, durumlara göre değişken, yapılaşmamış ve tepkisel olma nitelikleri ile tanımlanmaktadır. (Yüce, 2007:45).

Yurt içi pazarlardaki pazarlama faaliyetlerinde, bu gibi sorunlarla karşılaşan KOBİ'ler, bunların bir uzantısı olarak sonuçta ihracat faaliyetlerinde de başarılı olamamaktadırlar. Yeterli bir pazarlama bilincine sahip olmayan KOBİ'lerin çekindikleri en önemli konu, dış pazarlarda rekabet edip edemeyecekleridir. Gerek standart, gerekse de kalite bakımından yeterli rekabet gücüne sahip olmamaları, KOBİ'lerin dış pazarlara açılmasını engelleyici bir rol oynamaktadır (Eryılmaz, 2004:23).

KOBİ'ler bünyelerinde yeterince uzman pazarlama elemanları istihdam edememelerinden dolayı, yeterince pazar araştırmaları yapamamaktadırlar. Bunun sonucu olarak, dış pazarlara açılma konusunda ciddi sorunlar yaşamaktadırlar. Çünkü dış pazarlara açılmak KOBİ'lere önemli maliyetler getirmektedir. Bu konuda ortaya çıkan diğer önemli bir sorun da yan sanayi olarak büyük işletmelere yarı mamul veya parça imal eden KOBİ'lerde ortaya çıkmaktadır. Büyük işletmeler kendilerine yan sanayi olarak hizmet veren küçük işletmelere istedikleri şartları empoze etmektedirler (Müftüoğlu, 2002: 61-63).

KOBİ'lerin pazarlamadaki üstünlükleri (Müftüoğlu, 2002: 61-63);

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

KOBİ'lerin pazarlama işlevine ilişkin sakıncaları ise aşağıdaki gibi sıralanabilir (Müftüoğlu, 2002:63):

- Yetersiz pazarlama anlayışı,
- Yetersiz piyasa araştırması,
- Pazarlama araçlarından yeterince yararlanamama,
- Sınırlı ve dar bir pazara bağımlılık veya alternatifsizlik,
- Yan sanayi olarak çalışma durumunda alıcı firmaya bağımlılık,
- Uzmanların istihdam edildiği ayrı bir pazarlama bölümü olmadığından,
- KOBİ'lerde pazarlama konusunda uzman kişilerin istihdam edildiği ayrı bir pazarlama bölümü yoktur. Bu açıdan KOBİ'lerde "az gelişmiş bir pazarlama" anlayışından söz etmek mümkündür.
- KOBİ'ler pazarlama araçlarından yeterince yararlanamamaktadırlar.
- KOBİ'lerde düzenli bir pazarlama araştırması yapılmamaktadır.
- Genel olarak KOBİ'lere ihracat pazarları kapalıdır veya bu işletmelerin ihracat pazarlarına girmeleri çok zordur.
- KOBİ'ler, genellikle ürünlerinin pazarlamasında pahalı ve karmaşık satış kanalları ve satış örgütleri kullanamamaktadırlar.
- Büyük işletmeler kitle üretiminin avantajlarından yararlanırlarken, KOBİ'ler yararlanamamaktadırlar.
- KOBİ'ler daha çok yerel pazarlara hitap etmektedirler.
- KOBİ'ler genellikle sınırlı bir pazar payına sahiptir.
- Yan sanayi olarak büyük bir işletmeye yarı mamul veya parça imal eden küçük işletmeler, pazarlama açısından oldukça dezavantajlı bir konumda bulunurlar. Talep tekeline sahip büyük işletme, KOBİ'ye istediği şartları empoze etmekte, maliyetin altında bir fiyatı bile kabul ettirebilmektedir.

1.15.5. Teknolojik Yetersizlik ve Üretim Sorunları

KOBİ'ler en büyük sorunları olan finansman sorunları nedeniyle teknolojik yenilikleri izleyememekte, yeni teknolojileri kullanamamakta dolayısıyla AR-GE faaliyetlerine yeterli kaynak ayıramadıkları için eski teknolojilerle üretim yapmaktadırlar. Bu durum da üretimin hızının artırılmasına engel olmaktadır. Bugün, KOBİ'lerin yatırım yaparken alan ve teknoloji seçimi konusunda bilgi alabilecekleri herhangi bir kurum bulunmamaktadır. Üretim yönetimi ve teknolojisindeki büyük bilgi eksikliğinin neden olduğu sorunların çözümlenememesi, kalitesiz üretim, yüksek maliyet, hammadde, işgücü, makina, tezgah kapasitesi israfının daha da artmasına sebep olmaktadır. Türkiye bugün, kendi teknolojisi olmayan bir ülke durumundadır. Bugün Türk işletmeleri ancak, bünyelerine uygun imalat yöntemlerini almakta ve uygulamaktadırlar. Bu yöntemleri de dışarıdan, lisans, know-how (teknik bilgi) vb. yollarla, büyük ücretler karşılığında satın almaktadırlar. Bu nedenle, öncelikle teknolojiye önem verilmesi gerekmektedir (Eryılmaz, 2004:20).

Teknolojik sorunları kısaca sayacak olursak (www.kosgeb.go.tr):

- KOBİ'lerin birçoğu teknolojik yenilikleri tek başlarına takip edebilecek düzeyde değildir. Gerek yurt içinde gerekse yurt dışında gerçekleşen teknik ve ticari gelişmeleri izleyememektedirler.
- Genel olarak bakıldığında teknoloji düzeyleri düşüktür.
- Teknolojik açıdan yeterli olsalar da yetişmiş eleman sıkıntısı çekmektedirler. Bu durum mevcut teknolojiden maksimum düzeyde yararlanmalarına engel olmaktadır.
- Genelde yurt dışından teknoloji ithali yoluyla makine ve teçhizat getirerek üretim yapılması da üretim maliyetini arttırmaktadır.

1.15.6. İhracatla İlgili Sorunlar

İhracatın ülke ekonomisi ve kuruluşlar yönünden büyük bir öneme sahip olduğu somut bir gerçektir. İhracat, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli rol oynar. Bununla beraber ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi; ihracatın gerçekleşmesi ve beklenen faydaların

sağlanmasında kritik bir faktördür. Günümüzde ihracat, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerde ve hatta KOBİ'lerde dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik ticaret geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak görülmektedir. İhracata yönelmiş firmaların ihracatlarını geliştirme kapsamında karşılaştıkları başlıca sorunlar arasında kalite kontrolü ve standardizasyon bulunmaktadır. Ayrıca fiyat- maliyet ilişkisini doğru kuramamaları da bir sorun teşkil etmektedir. Temelde, ihracatta KOBİ'lerin kronik sorunları, ihracat pazarlaması yönetimi düşüncesinin ve yaklaşımının uygulanamamasından kaynaklanmaktadır (Akgemci, 2001: 31-32).

KOBİ'lerin ihracat sorunları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Küçük sanayi sektörünü geliştirmeye ve ihracata yöneltmeye hedefleyen amaçların belirlenmemiş olması,
- Mevcut amaçların küçük sanayi sektörünün ihracatına uygun olmaması,
- KOBİ'ler için destekler var olsa bile alınan önlemlerin ve yapılan uygulamaların amaca uygun olmaması,
- Piyasadaki talepleri KOBİ'ler için koordine edecek kuruluşun olmaması ve teşvik tedbirlerinin yetersizliği,
- İç piyasanın dış piyasaya göre daha az riskli olması,
- İhracattaki mevcut uygulamaların KOBİ'lerin aleyhine işlemesi,
- Bürokratik engeller,
- KOBİ'lerin yeterince organize olamamaları (Korkmaz, 2009:17).

1.15.7. Finansman Sorunları

Bu kısım ikinci bölümden itibaren ayrıntılı bir şekilde inceleneceğinden dolayı burada anlatılmamıştır.

1.15.8. Araştırma Geliştirme (AR-GE) Sorunları

Endüstriyel yapılanmalar, küresel rekabet, değişen tercihler ve benzeri gelişmelerin KOBİ'ler açısından izlenebilmesi birçok zorluk doğurmaktadır. Orta büyüklükteki işletmelerin ancak bir kısmının araştırma ve geliştirme eylemlerine yönelip; ilgili verilere ulaşabilmeleri, bilgileri anlamlı hale getirebilmeleri teknolojik yenilikleri izleyebilmeleri, temel araştırma ve uygulamalı araştırma yapabilmeleri ve nihayet geliştirme eylemlerinde bulunabilmeleri olasıdır. Özellikle küçük işletmelerde pazara ilişkin nedenler, toplumsal nedenler ve örgütsel nedenlerle araştırma ve geliştirme departmanı kurmayı düşünseler bile, buna ilişkin program ve bütçe oluşturamayabilmektedirler. Bazı Ar-Ge faaliyetlerinin ölçeği çok büyük olduğundan tek başına bir işletmenin altından kalkabilmesi imkansızdır. KOBİ'ler arasında özel sözleşmeler yapılarak, yatırım fonları bir sanayi araştırma programına aktarılabilir ve programa katılan tüm işletmeler bundan faydalanabilir. KOBİ'lerin Ar-Ge faaliyetlerini finansal olarak desteklemeden önce, Ar-Ge faaliyetini yürütmede karşılattıkları sorunların öncelikle anlaşılması ve tanımlanması gereklidir (Yılmazer,2010:22).

Yeniliklerin taşıdığı önem, Türk işletmelerinin uluslararası piyasalarda boy göstermeye başladığı son yıllarda açık bir şekilde anlaşılmıştır. Zira yeniliklere açık olmayan ve bu konuda başarılı olamayan bir işletme, uzun bir süre piyasada kalamamakta ve önünde duran büyüme imkanlarını değerlendiremeyerek faaliyetlerini nispeten küçük ölçeklerde devam ettirmeye mahkum olmaktadır. Yeniliğin günümüz işletmeleri açısından taşıdığı önem, şu benzetmede güzel ve anlamlı bir şekilde dile getirilmiştir; “İşletmecilik aşağı doğru akmakta olan bir nehirde ters yönde kürek çekmeye benzer, durduğunuz an gerilemiş olursunuz” (Müftüoğlu, 1991: 199).

1.15.9. İnsan Kaynakları Sorunu

Her işletme hedeflerini ileriye taşıyacak yeterli beceri, bilgi ve tecrübesi olan personele sahip olmayı ister. Ancak, bir işletmede çalışanların etkin bir şekilde kullanımı çok karmaşık bir süreçtir. Öncelikle işletmenin bu konudaki güçlü ve zayıf yönlerini çok iyi bir şekilde belirlemesi ve insan kaynakları stratejisini iş planına entegre etmesi gereklidir. Ayrıca insan kaynaklarına yönelik girişimlerin etkinliğinin de ölçülmesi gerekmektedir. İşler tanımlanmalı ve bu işler için gereken nitelikteki elemanlar belirlenmelidir. Bu şekilde tam olarak istediği

elemanı bulamasa bile farklı başvurular arasından tercih yaparken elinde fiziki görünüm, eğitim durumu, özel yetenekler, deneyim, genel kültür, ilgi alanları, karşısındakinde bıraktığı izlenim, referanslar, ailevi ve kişisel durum gibi bazı ölçütler bulunacaktır. Yöneticiler bu ölçütlere göre eleman seçimini yapabilecektir. İşletmeye elemanlar alındıktan sonra, artık herkesin oynayacağı rol açıkça belirlenmelidir. Pek çok KOBİ yöneticisinin mümkün olduğunca az kurmay personel istihdam ettiği gözlenen bir başka olgudur. Yapılan bir araştırmada KOBİ niteliğindeki işletmelerin genelde gereksinim duydukları işgörenleri kişisel başvurular (%65,5) ve iş dünyası ve çevredeki dost ve akrabalar (%37,9) vasıtasıyla tedarik ettikleri anlaşılmaktadır. Bu bulgular dikkate alındığında, gerçekte işletmelerin nitelikli personel arama konusunda yeterince çaba göstermedikleri ve gerekli yerlere başvurma gereği duymadıkları açıkça görülebilir (Yılmazer,2010:22).

Burada KOBİ'lerin, işletmede çalışan personele ilişkin başlıca özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Müftüoğlu, 1991: 73):

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

- KOBİ'lerde çalışan personelin, genel olarak işyerlerinden daha çok memnun oldukları görülebilir. Düşük ücret düzeyine rağmen böyle bir sonucun ortaya çıkması, muhakkak ki büyük ölçüde bu işletmelerde işgücünün işe yabancılaşması olgusunun asgari seviyede olmasından kaynaklanmaktadır,
- Personel ile işletme arasındaki bireysel ilişki konjonktürel dalgalanmalarda kendini özellikle hissettirir. Ekonomik konjonktürün kötüye gittiği durumlarda büyük işletmelerin karlılık durumlarını koruyabilmek için genellikle ilk başvurdıkları yol, işgören çıkarımıdır. Olumsuz konjonktürel şartlarda KOBİ'ler büyük fedakarlıkları göze alarak işgücünü koruma gayretindedirler. Bu tutum, burada çalışan personelin kaliteli olması ile beraber yerel çevreden gelebilecek olası tepkilerden de kaynaklanabilir.

1.15.10. Muhasebe Sorunları

Kavramsal ve kuramsal tanımıyla muhasebe, bir ölçme disiplini. Muhasebenin daha çok bilinen işlevi ise yasal veya işletme açısından gerekli kayıtları tutmaktır. Esasen doğru dürüst kayıt tutulmadan, ölçme yapılamaz. Muhasebe fonksiyonunun, işletmenin yönetim sistemindeki rolü kontroldür. Muhasebeci, işletmenin kontrolörüdür. Muhasebecinin gerekli kontrolleri yapabilmesi için de hem ölçme yöntemlerini bilmesi, hem de kayıt tutması gereklidir. KOBİ'lerde ortaya çıkan muhasebe sorunlarının temelinde muhasebe kayıtlarının sadece yasal bir yükümlülük olarak algılanması yatmaktadır. Başka bir ifade ile KOBİ'lerde muhasebe sorunu değil, muhasebe bilgilerinden yararlanma sorunu vardır. Muhasebe kayıtları işletmenin gelecek dönem faaliyetleri için alınacak kararlar açısından önemlidir. Buradaki muhasebe kayıtlarının, işletmenin gelecekteki özellikle finansal yapılanması için gerekli kaynakları oluşturduğu tam olarak düşünülmemektedir. Muhasebe işlevlerinde bilgi işlem teknolojilerinin kullanımı orta büyüklükteki işletmelerin bir kısmında kabul görmüşken; bir kısım küçük ve orta ölçekli işletme yönetimi, bu sistemleri uygulayabilecek teknik eleman eksikliği ile beraber parasal kaynak yetersizliği üzerinde durmaktadır. İşletmelerin büyümesi ve karmaşık bir organizasyona sahip olması ile birlikte, işletme faaliyetleri ile ilgili bilgi ihtiyacı içerisinde olanların sayısı artmakta, bunun sonucunda da muhasebe bilgilerinden yararlanma derecesi yükselmektedir. Dolayısı ile KOBİ'lerin, ne kadar küçük olursa olsun, bağımsız ve yetkili bir muhasebecisi, yani kontrolörü olması gerekir (Yılmaz,2010:22).

Özellikle küçük işletmelerde, muhasebe kayıtları sadece yasal bir yükümlülük olarak algılanabilmektedir. Buradaki muhasebe kayıtlarının, işletmenin gelecekteki özellikle finansal yapılanması için gerekli kaynakları oluşturduğu düşünülmeyebilmektedir. Muhasebe işlevlerinde bilgi işlem teknolojilerinin kullanımı Orta Büyüklükteki İşletmelerin bir kısmında kabul görmüşken; bir kısım Küçük ve Orta Ölçekli İşletme yönetimi, bu sistemleri uygulayabilecek teknik eleman eksikliği ile beraber parasal kaynak yetersizliği üzerinde durmaktadır (Korkmaz,2009:19).

1.15.11. Halkla İlişkiler ile İlgili Sorunlar

Halkla ilişkiler; “Organizasyon ile ilgili çevreleri yani hedef kitleleri arasında karşılıklı iletişimi, anlamayı, kabulü ve işbirliğini sağlayıp sürdürülmesine yardım eden; yönetimi kamuoyu konusunda sürekli bilgilendirerek, ona karşı duyarlı olmasına yardımcı olan; yönetimin, kamu yararına hizmet etme sorumluluğunu tanımlayıp vurgulayan; eğilimlerin önceden saptanmasına yardımcı olmak için erken bir uyarı sistemi görevi yaparak yönetimin değişikliğe ayak uydurmasına ve değişiklikten yararlanmasına yardım eden; araştırma yöntemleri ile sağlıklı ve etik ilkelere uygun iletişim tekniklerinden birincil araçlar olarak yararlanan özgün bir yönetim fonksiyonu” olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda halkla ilişkilerin tarihsel gelişimini inceleyecek olursak, halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonuna dönüşümünü ve son dönemde de pazarlama ile artan ilişkisini görebiliriz (Dinçer, 2009:39).

Halkla ilişkilerin temel ögesi iletişimdir. Bir işletmenin çevresindeki fırsatlardan maksimum yarar sağlaması sonucunda, işletme sürekliliğini devam ettirir. İşletmelere bu kolaylığı sağlayan unsurlardan biri de halkla ilişkiler ve onun doğal bir ögesi olan iletişimdir. İletişimdeki temel amaç; iletişimde taraf olan alıcıda, iletişim sonucunda belirli bir anlayışın ve davranışın oluşmasını sağlamaktır. Öte yandan içinde iletişimin olmazsa olmazı olan halkla ilişkilerin temel ilkeleri arasında da iki yönlü ilişki kurmak, doğru bilgi vermek, inandırıcılık, sabırlı çalışmak, yaygın sorumluluk, açıklık, süreklilik ve firma imajı yer almaktadır. Adı geçen unsurlar, halkla ilişkilerin başarılı şekilde sürdürülmesi için gerekli olan etmenlerdir (Çalışır ve Banger,2012:234).

KOBİ’lerin içinde bulunduğu sanayi işletmelerinde üç büyük kitlenin birbiriyle sürekli ilişki içinde bulunduğu bilinmektedir. Bu üç saç ayağı:

çalıştıranlar, çalışanlar ve müşterilerden oluşmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler, bu üç grubun ilişkisini düzenli ve verimli şekilde gerçekleştirme çabası içinde olmaktadır. Bir sanayi dalında çalışanlar ve müşterilerde ilişkilerin olumlu düzende sağlanması, üretimini artırıcı olan ilişkilerle müşterinin ilgisini; yani üretilen malların satışını yükseltecek olan dış ilişkiler önem bakımından birbirlerinden hiç geri kalmayacak özelliktedir (Çalışır ve Banger,2012:237).

KOBİ yönetimleri toplumsal ve kültürel yapı ile beraber, inanç ve tutumlara gereken özeni gösterebilmelidirler. İşletmenin faaliyette bulunduğu toplumun nüfus yapısı, bileşimi, bilimsel ve kültürel düzeyi, görenek ve gelenekleri ve bütün bunlardaki değişme eğilimlerinin kurumların yönetimi üzerinde derin etkiler yapacağı kuşkusuzdur. Ekonomik yaşam ve faaliyetlerin hem amacı, hem üretici etmeni olan insan unsuru, böylece hem talebi, hem de arzı belirleme durumundadır. Bu nedenle KOBİ yöneticileri, toplumu oluşturan bireylerin psiko-sosyal niteliklerini yakından tanımak zorunluluğundadır. Toplumun fiziksel ve psiko-sosyal yapısı, üretim etmenlerinin satıcıları ve üretilen malın alıcıları bakımından da önem taşır. KOBİ yöneticileri, ilişkide bulunduğu bütün toplumsal sınıf ve grupları yakından tanıdıklarında işletmelerini daha güvenli ve tehlikesiz bir şekilde yönetebileceklerdir. Yönetici işletmesinde bir çok değişik insanın çalıştığını ve bunların farklı inanç veya tutumlara sahip olabileceğini unutmamalıdır (Korkmaz, 2009:20).

1.16. KOBİ'lerin Finansman Sorunları

Araştırmanın bu bölümünde KOBİ'lerin en önemli sorunu olan finansman sorunlarını ve nedenlerini inceleyerek, KOBİ'lere sağlanan alternatif finansman kaynakları araştırılacaktır.

1.16.1. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Başlıca Finansman Sorunları

Ülkemizin ekonomik ve sosyal yapısında önemli bir yeri olan KOBİ'lerin birçok sorunu bulunmaktadır. Özellikle KOBİ yöneticisi konumundaki işletme sahibinin yönetim konularında yetersiz kalması, işletmeyi ilgilendiren bütün kararlarda girişimcinin rol alması, KOBİ'leri üretim, pazarlama, yönetim ve finansman sorunlarıyla karşı karşıya bırakmaktadır. Ülkemizde ve dünya'da yapılan araştırmalar işletmelerin en temel sorunlarının başında finansman sorununun olduğunu göstermektedir. Ancak finansman sorunu temelde kendi

başına bir sorun olmaktan çok, özellikle yönetim sorununun bir neticesi olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmenin kuruluşu ve işleyişi esnasında ihtiyaç duyulan fonların finansman kaynaklarından temini ve ihtiyaç duyulan bölümlere aktarılması, ilgili fonların yönetilmesini bir ihtiyaç haline getirmektedir. Fakat yönetim konusunda yetersiz KOBİ sahiplerinin, bağımsızlığın yitirilmesi kaygısını yaşıyor olmaları, işletmedeki fonların yönetimini uzman finansman yöneticilerine bırakmalarını engellemekte ve bu sebeple de işletmenin sahip olduğu fonlar rasyonel kullanılmadığı için finansman sorunu ortaya çıkmaktadır (Çelik, 2007:29).

KOBİ'lerin ülke ekonomilerinin yaklaşık % 99'unu oluşturduğu ve istihdamın % 53'ünü gerçekleştirdiği dikkate alındığında, ülke ekonomilerinin lokomotif olmaya aday oldukları açıktır. Fakat yine KOBİ'lere yönelik araştırmalar göstermektedir ki, ülkemizde KOBİ'lerin finansman sorunlarının boyutu diğer ülkelerdekilere nazaran daha can alıcı boyuttadır. ABD, Japonya gibi ülkelerde KOBİ'lerin önemi dikkate alınarak ülke ekonomisi içinde kullanılan kredilerin yaklaşık %50'si KOBİ'lere yönlendirilirken ülkemizde bu oran % 4-8'lerde kalmaktadır. 2007 yılı BDDK verilerinden hareketle bu oranın %25'lere doğru bir tırmanış sergilediği ifade edilebilir. Yapılan bir araştırma KOBİ'lerin finansman sorunlarının kaynağında; % 39,18'lik payıyla alacak tahsilindeki gecikmelerin, % 21,74 ile öz kaynak yetersizliğinin, % 17,39 ile maliyetlerdeki artışların, % 13,04 ile çalışma sermayesi ihtiyacındaki artışın ve % 4,34'lük payıyla yatırımların olduğunu ortaya koymaktadır (Çelik, 2007:30).

KOBİ'lerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve büyümeleri için önemli unsurlardan birisi de finansmandır. KOBİ'lerin faaliyetleri boyunca karşılaştıkları finansal sorunlarının temelinde finans yönetiminin bilinçli kurulup, gereği gibi uygulanmamış olmasından kaynaklandığı görülmektedir (Yüce, 2007:44).

OECD tarafından, “Küçük ve Orta İşletmelerin Globalizasyonu” konusunda yapılan araştırmaya göre, finansman konusu ülkeler ve firmalar için farklılık gösterse de KOBİ'ler için en önemli sorundur (İzmir Ticaret Odası, 1999:9).

Burada KOBİ'lerin finansal özelliklerini belirtmek gerekirse (Müftüoğlu, 2002:57).

- KOBİ'lerin ayrı bir finansman bölümü yoktur.
- KOBİ'lerde işletme sahibinin işletmesiyle özdeşleşmesi ve bir kader birliğine girmiş olması, bu işletmelerin kredilendirilmesi şartlarında da etkisini göstermektedir. Nitekim KOBİ'ler kredilendirilirken, kredi verilen işletmenin performansı ve ödeme gücünden ziyade işletme sahibinin kişi olarak gösterebileceği teminatlara bakılmaktadır.
- İşletmenin iflası durumunda küçük işletme sahibi işletmesindeki varlıklara ilave olarak tüm kişisel varlığını da kaybetmek durumunda kalmaktadır. Böylesi bir risk dolayısıyla işletme sahipleri, kredi almaktan çekinebilmektedirler.
- Otofinsanman bakımından KOBİ'ler büyük işletmelere göre daha olumsuz şartlar taşımaktadır. Otofinsanman tutarı bu işletmelerde düşük düzeylerde kalmaktadır.
- KOBİ'lerde sermaye yoğunluğunun nispeten düşük olması nedeniyle gizli ihtiyatların teşkilinde yatmaktadır. KOBİ'lerin sermaye yapısı hakkında kesin bir yargıya varmak muhakkak ki ancak bu konuda sıhhatli uygulamalı araştırmaların yapılmasıyla mümkündür.

Türkiye’de sektörde önemli bir paya sahip olan KOBİ'lerin, finansal piyasalardan faydalanmalarını engelleyen, faaliyet sahalarını daraltan ve büyümelerini kısıtlayan en önemli engellerin ekonomik istikrarsızlık ve yasal bozuklukların olduğu bir gerçektir. Özellikle kamu kesiminin borçlanma ihtiyacının yüksek olması nedeniyle oluşan yüksek faiz oranlarının yanı sıra artan finansman yükü ve teminatların yüksek olması, KOBİ'leri finans piyasasından uzaklaştırmaktadır. Bunun yanı sıra döviz kurlarında yaşanan artış ve azalışlar KOBİ'lerin geleceğe ilişkin tahminlerde bulunmalarını ve finansal planlama yapmalarını zorlaştırmakta; bu durum finansal sorunları, KOBİ'lerin yaşadıkları sorunlar sıralamasında ilk sıraya taşımaktadır (Gök, 2012:30).

Literatürde KOBİ'lerin finansman sorunları çeşitli durumlar dikkate alınarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalardan bir tanesi de vade kıstası dikkate yapılan sınıflandırmadır (Korkmaz, 2003: 10).

Buna göre, bu işletmelerin kısa vadeli sorunları şunlardır:

- Yetersiz işletme sermayesi ve kredi temininde karşılaşılan güçlükler,
- Kredi maliyetlerinin yüksek olması,
- Teşvik imkanlarının sınırlı olması,
- Piyasadan ve resmi kuruluşlardan yapılan tahsilatlarda karşılaşılan güçlükler,

Uzun vadeli finansman sorunları ise şöyle sıralanabilir:

- Yetersiz öz kaynak ve yatırım kredisi almaktaki güçlükler,
- Yatırım kredilerinin pahalı olması,
- Genel ekonomik durum ve sermaye piyasasının gelişmişlik düzeyi.

Burada yapılan bir değerlendirmeyi de aktaracak olursak:

Tablo 1.23. Türkiye’deki KOBİ’lerin Sorunlarının Önem Derecesine Göre Dağılımı

Sorunlar	Küçük Ölçekli (%)	Orta Ölçekli (%)	Büyük Ölçekli (%)
Kısa vadeli finans ile ilgili	30,8	33,5	32,2
Uzun vadeli finans ile ilgili	7,1	6,5	6,3
Personel ile ilgili	26	17,7	16,8
Kamu hizmetleri ile ilgili	3,2	1,4	3,8
Pazarlama ile ilgili	5,1	5,5	5,8
İhracatla ilgili	2,6	6	9,1
İthalatla ilgili	1,9	3,1	2,9
Mesleki kuruluşlarla ilgili	1	0	0,5
Diğer işyerleri ile ilgili	1,3	2,2	1,4
Devlet daireleri ile ilgili	4,2	3,8	2,9
Belediyelerle ilgili	3,2	4,8	1,9
Dünya konjonktürü ile ilgili	0,3	1,2	2,4
Üretimle ilgili	9,3	11	8,7
Yatırımla ilgili	2,2	2,4	3,4
Diğer sorunlar	1,9	1	1

Kaynak: Küçükçolak, 1998: 45.

Bu anket çalışmasından elde edilen sonuçlar, KOBİ'lerin en önemli sorununun finansman sağlama sorunu olduğunu ortaya koymuştur. İşletme büyüklüğüne göre diğer bazı sorunlar farklı önem dereceleri ile finansman sorununu takip etmektedir.

Yapılan çeşitli çalışmalar ve araştırmalar incelendiğinde KOBİ'lerin finansman sorunlarını temel olarak aşağıdaki şekilde sıralamak olanaklıdır (Çelik, 2007:31).

- Yetersiz işletme sermayesi,
- Yetersiz öz sermaye,
- Kredi sağlamada karşılaşılan güçlükler,
- Kredi maliyetlerinin yüksekliği,
- Tahsilâtlarda etkinlik sağlanamaması,
- Teşviklerden yararlanamama,
- Ekonomi politikalarının ve enflasyonun firmalar üzerindeki etkisi,
- Sermaye piyasalarından yararlanma olanaklarının kısıtlı olması

Çalışmamızda yukarıda sayılan finansman sorunlarından bir kaçına ayrıntılı olarak değinilecektir. Değinilecek olan finansman sorunlarının temelinde ekonomik istikrarsızlığın, bankacılık sistemindeki yapısal sorunların ve KOBİ'lerin kendi yapılarından kaynaklanan sorunların yattığı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

1.16.2. Öz Sermaye ve İşletme Sermayesinin Yetersiz Olması

İşletmelerin sahip veya ortaklarının, kendi kişisel varlıklarından ayırarak işletmeye koydukları maddi ve maddi olmayan iktisadi değerler ile firma kazancının işletmede bırakılan kısmı ve yedekler şeklinde tanımlanan öz kaynaklar özellikle finansmanda yabancı kaynakları kullanmada zorluk yaşayan KOBİ'ler için oldukça önemlidir. Türkiye'de kişi başına düşen milli gelirin düşük seviyelerde oluşu ve mali piyasaların gelişmişlik düzeyinin istenilen düzeyde

olmaması, işletme kurmak için gerekli tasarrufların mali piyasalar yardımıyla bir havuzda toplanmasını engellemektedir. Bireysel tasarrufların mali piyasalara aktarılamaması işletmelerin kurulmasına yardım edecek sermaye miktarlarının oluşmasına izin vermemektedir. Bu durum ise yeni yatırım fikirlerini olumsuz etkilemekte, mevcut işletmelerin de yeni yatırımlar yaparak büyüme ve yeni teknolojiye ayak uydurma çabalarını engelleyerek KOBİ'leri çözülmesi güç finansman sorunlarıyla karşı karşıya bırakmaktadır. Özellikle ekonomide konjonktürel dalgalanmaların yüksek olduğu dönemlerde KOBİ'lerin öz kaynakları giderek azalmaktadır. İşletmeler üretim faaliyetlerini sürdürürken genelde ihtiyaç duydukları emek dâhil tüm üretim girdilerini peşin ödeme ile sağlamakta, ancak ürünlerini belirli vadelerle piyasaya sunmaktadırlar. Ekonomik istikrarsızlık ve piyasada baş gösteren tikanıklık, işletmelerin tahsilâtlarını aksatmakta, hatta bazen tahsilât yapamama gibi bir sıkıntı ile karşı karşıya bırakmaktadır. Ülkede yüksek oranlı enflasyonun varlığı işletmelerin yukarıda ifade edilen sıkıntılarla boğuşmasının yanında işletmelerin öz sermayelerinin de yetersiz kalmasına neden olabilmektedir. Enflasyonun varlığı işletme öz sermayesini aşındırmanın yanında yatırım kararlarının da ileri bir tarihe ertelenmesine neden olabilmekte, bu ise işletmenin rakipleriyle mücadelesini zorlaştırmaktadır. En genel anlamda, işletmenin kısa süreli, normal olarak bir hesap döneminde paraya çevrilebilir değerlere yaptığı yatırımı ifade eden işletme sermayesi de özellikle öz sermaye ağırlıklı kurulan KOBİ'ler için oldukça önemlidir. Bilhassa toplam varlıklar içinde dönen varlıkların oranının oldukça fazla olduğu düşünülürse bu varlıklar içindeki hesap kalemlerinin daha dikkatli yönetilmesi, işletmenin hayatiyeti açısından önem kazanmaktadır. Ekonomik istikrarsızlığın ve bu paralelde yüksek enflasyon oranının olduğu dönemlerde yabancı kaynak yerine varlıklarını öz sermayeleri ile finanse eden KOBİ'ler nakit, alacak ve stoklarında daha fazla fona ihtiyaç duyabileceklerdir. Vadeli satışların yapılıyor olmasının beraberinde istikrarsızlık tahsilâtların gecikmesinden dolayı işletmelerin alacak devir hızlarını yavaşlatacağından dönen varlıklar için mevcut bulunan işletme sermayesi yetersiz seviyelerde kalacaktır. Bu eksikliği yabancı kaynaklarla karşılamakta güçlük çeken KOBİ'ler işletme sermayesinin yetersizliğini de, öz sermaye yetersizliğinde olduğu gibi bir finansman sorunu olarak yaşamak zorunda kalacaklardır (Yörük ve Ban, 2003:27).

Türkiye'de KOBİ'ler, sermaye yapıları nedeniyle birtakım olumsuzluklarla karşılaşmaktadırlar. KOBİ'lerin karşılaştıkları bu tür sorunlar,

finansal açıdan işletmeleri zora sokmakta ve büyümelerini engelleyici bir nitelik taşımaktadır. Henüz işin başında iken yatırım aşamasında gerekli bilgi alışverişinin sağlanamaması ve yatırım etütlerinin yeterince yapılamaması, birtakım altyapı eksiklikleri, gerekli devlet desteklerinin elde edilememesi, piyasaya yeni girecek girişimcileri engellemektedir. Ayrıca ülkemizde kişi başına düşen milli gelir seviyesinin düşüklüğü tasarruf eğilimini azaltmakta ve yatırılan finanse edilecek sermaye oluşmamaktadır. Bu durumda yeni yatırımları olumsuz yönde etkilemekte, büyüyen ve gelişen teknolojiye uyum çabasındaki mevcut işletmeleri de finansman sorunu ile karşı karşıya bırakmaktadır (Yörük ve Ban, 2003:27).

KOBİ'ler, sahip oldukları sermaye yapıları nedeniyle otofinansman açısından da bazı dezavantajlara sahiptirler. Genel itibariyle KOBİ'lerde sermaye yoğunluğunun düşük olması ve daha çok emek-yoğun sektörlerde faaliyet göstermeleri; ya da emek yoğunluğu yüksek teknolojiler kullanmaları dolayısıyla sabit varlıklar üzerinden ayrılan bir otofinansman unsuru olan amortisman tutarı, KOBİ'lerde düşük seviyelerde kalmaktadır. Dolayısıyla KOBİ'ler bu yolla daha az fon ayırabilmekte; ayrıca , “ amortismanların kapasiteyi genişletme etkisi “gibi önemli bir imkandan yeterince istifade edememektedirler. KOBİ'lerde sermaye yoğunluğunun nispi olarak düşük olmasının diğer bir sakıncası da “gizli ihtiyatların” teşkilinde yatmaktadır. Gizli ihtiyatlar, esasen sabit varlıkların daha düşük değerlendirilmesiyle oluştuğundan; sermaye yoğunluğu, yani sabit varlıkları düşük olan KOBİ'ler, bu imkandan gerektiği gibi faydalanamamaktadır (Müftüoğlu, 2002:59).

KOBİ'lerde özsermaye artışı, sınırlı boyutlar içinde kalarak işletmeleri faaliyetlerini sürdürebilmek için borçlanmaya yöneltmektedir. Bu da işletmelerin borç-özkaynak dengesini bozmakta ve giderek özkaynak payı azalmaktadır (Yörük ve Ban, 2003:27).

Özsermaye işletmelere iktisadi kıymetlerin elde edilmesi için kaynak sağladığı gibi, işletmenin alacakları için de bir güvence oluşturur. Bu nedenle, özkaynakların yeterli olup olmaması önemli bir husustur. KOBİ'ler kuruluş aşamasında, başlangıç sermayelerinin ne olacağı ve bunun hangi yöntemle belirleneceği konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları gibi finansman konularında uzman kişi ya da kuruluşlara başvurma konusunda da istekli değildir (Yüce, 2007:54).

İşletmelerin faaliyetlerini finanse etmek için kullanabileceği iki temel yol vardır. Bunlardan birincisi işletmenin kendi kaynakları (özkaynak) ile, ikincisi ise bankalardan kredi alarak bu ihtiyacı karşılamasıdır. Ülkemizdeki KOBİ'lerin kredilerden aldığı pay (%5) çok düşük olduğu için yatırımlarda özkaynak kullanımı zorunlu hale gelmektedir. İşletmeler kuruluş aşamasında girişimci sermayeye, faaliyetlerini sürdürmek için de işletme sermayesine (dönen varlıklar – kısa vadeli borçlar) ihtiyaç duyarlar. Özkaynak doğrudan ortaklardan sağlanabileceği gibi, sermaye piyasalarından da karşılanabilir. Ülkemizdeki KOBİ'ler sermaye piyasalarından çok fazla yararlanamamaktadırlar. KOBİ'lerin banka kredilerini de çok fazla kullanmadıkları düşünüldüğünde yatırımların finansmanı için özkaynak ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle yetersiz özsermaye ile kurulan işletmeler zor durumda kalmaktadırlar. Özellikle ekonomik dalgalanmaların yaşandığı dönemlerde KOBİ'ler tahsilatta yaşadıkları sorunlardan dolayı nakit sıkıntısına girmektedirler. Zamanla özsermayesi azalan ve dış kaynaklara yönelen işletmeler, yüksek maliyetli banka kredisi kullandıklarından ve yatırımlarının dönüş hızını ayarlayamadıklarından dolayı iflas edebilmektedirler (Kutlu ve Demirci, 2007:192).

Bir ülkedeki yüksek enflasyonun varlığı da işletmelerde özkaynak yetersizliğine sebep olmaktadır. Enflasyon iktisadi faaliyetlerin akısını pek çok yönden etkilemektedir. Yüksek enflasyon belirsizliği arttırması ve yatırımları dolayısıyla da ekonomideki reel büyümeyi azaltmaktadır. Bu durum ülkeye yabancı sermaye girişini engellemekte, ihracatı tıkamakta ve ithal mallara talebi arttırmaktadır. Enflasyon sabit kıymeti az olan ticari ve hizmet işletmelerine daha çok etki etmekte ve büyük ölçüde sabit kıymet bulunduran imalat sektörleri enflasyona karşı daha dayanıklı olmaktadır. Enflasyon; işletmelerin stok, üretim, satış, fiyat ve ücret politikalarını belirleyememeleri sebebiyle kaynakların arasındaki dengenin bozulmasına, işletmelerin aşırı derece borçlanmasına ve dolayısıyla “yabancı kaynak/özkaynak” dengesinin bozulmasına, işletmelerin uygun olmayan finansman aracı kullanmaları sonucu likidite sıkıntısı ve ağır finansman yükü altına girmelerine, tahsilatlarda gecikmelere yol açabilmektedir. Tüm bunların sonucunda işletmeler fon yetersizliği ve hammadde olmaması sebebiyle üretimi kısımakta, bu da ekonomide verimsizlik ve işsizlik sonucunu doğurmaktadır. Öz kaynakları sınırlı olan KOBİ'lerin, enflasyon oranının hızla artış göstermesi ile, girdi fiyatlarında meydana gelen yükseliş dolayısıyla işletme sermayeleri erozyona uğramakta ve genelde, beklenen üzerinde sermaye ihtiyacı

doğmaktadır. Bu sorunun neticesi ise düşük kapasite ile üretim yapılması ve dolayısıyla atıl kapasite ile çalışılmasıdır. Söz konusu olumsuzların giderilmesi için dış finans kaynaklarına müracaat edilmesi gündeme gelir. Fakat böyle bir alternatifin değerlendirmeye alınması, bir takım yeni sorunlarla karşılaşılmasına sebep olmaktadır. (Yüce, 2007:55).

İşletme sahip veya sahipleri gerek kuruluş aşamasında, gerekse daha sonra sermaye artırımı yoluyla, ya da kardan dağıtılmayarak şirkete fon tahsis ederek özkaynakları ile finansman sağlarlar. Özkaynaklarla finansman sağlama usullerinden birisi olan otofinansman işletmenin kendi kendini finanse etmesidir. Diğer bir deyişle, KOBİ'lerin kendi faaliyetleri sonucu elde ettikleri karlarının tümünü veya bir kısmını dağıtılmayarak işletmede bırakılması yoluyla, sermaye ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Bu yöntem, finansman açığının kapatılması için işletmelerin karlı ve verimli çalıştığını gösteren etkili bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Enflasyonist bir ortamda işletmelerin sermaye açıklarını otofinansman yöntemiyle karşılamalarını beklemek her zaman mümkün görülmemektedir. Faiz yükü getirmeyen, dış müdahale tehlikesi yaratmayan ve kolaylığı olan bu finansman şeklinin olumlu yanlarının yanında, bazı sakıncaları da bulunmaktadır. Sakıncaları en çok şu noktalarda yoğunlaşmaktadır (Korkmaz, 2009:26).

- Sermaye piyasasına bağlı olmadan, içeriden sağlanan bu finansman kaynağının yöneticiler tarafından verimsiz yatırımlara yönelik olarak kullanılma tehlikesi,
- Dağıtılması halinde, kısmen de olsa piyasaya girecek ve cari faiz oranının düşmesine olumlu katkısı olabilecek karların işletmede kalması nedeniyle, sermaye piyasasını daraltıcı etkisi,
- İşletmelerin çeşitli nedenlerle karı dağıtılmayıp, otofinansmana gitmelerinin küçük hisselerle sahip tasarruf sahiplerinin yıl sonu tasarruflarından bekledikleri yararı (kar paylarını) elde etmelerine engel olması.

KOBİ'ler, yeterli öz kaynağa sahip olmamaları nedeniyle belirtilen nedenlerle dış kaynaklara başvurmak zorunda kalmaktadırlar. Fakat söz konusu kaynakların maliyetli olması, kârlılık seviyesini düşürmekte ve firmaların malî krize girmesine neden olmaktadır.

1.16.3. Banka Kredileri ile İlgili Sorunlar

KOBİ'lerin banka kredilerine erişimi açısından, gerek geçmişte ülkemiz ekonomisinden, gerekse de ülkemiz KOBİ'lerine özel bazı koşullardan kaynaklanan bir takım problemler bulunmaktadır. Yönetim ve örgüt yapılarındaki eksiklikler, finansal yönetim zafiyetleri, muhasebe normlarına uyum mali tablo üretememeleri, özkaynak yetersizliği, KOBİ'lere yönelik kredi istihbarat faaliyetlerinin görece olarak daha pahalı olması, bankaların KOBİ'lere kredi vermesi yerine riski düşük, büyük ölçekli şirketleri tercih etmelerine sebep olmaktadır. Açılan kredilerde de, verilen kredinin yeterli düzeyde olmaması, maliyetin yüksekliği, kredinin kısa vadeli olması ve karşılığında istenilenin bir kaç katı tutarında ipotek miktarının karşılanmasında güçlük çekilmesi gibi sebepler KOBİ'lerin finansman maliyetlerini yükseltmekte ve banka kredilerini tercih etmemelerine sebep olmaktadır. Buna rağmen banka kredileri KOBİ'lerin başvurduğu birincil kaynak olduğunu da söyleyebiliriz (Yörük ve Ban, 2003: 30-31).

Tablo 1.24. Banka Kredilerinin ve Özkaynakları Firma Aktiflerine Oranı

	Banka Kredileri/ Aktif Toplam			Özkaynaklar / Aktif toplam		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
İmalat	18,5	20,3	19,9	52,1	51,1,	52,2
Tüm	15,4	17,3	16	50,8	50,1	51,8

Kaynak: www.tcmb.gov.tr

Tablo 1.22'de T.C. Merkez Bankası'nın sektör bilançoları analizinde 5.602 firma incelenmiştir. 2007 yılında net satışlardaki artışın yavaşlaması sonucu azalan finansman gereksinimi ve karlılıktaki artışın sürmesi ile tüm firmalar genelinde toplam varlıkların finansmanında kullanılan banka kredilerinin payı gerilerken, öz kaynakların payı artmıştır. Banka kredilerinin varlık finansmanındaki katkısı imalat sanayinde de öz kaynaklardaki güçlenmeye paralel olarak azalmışsa da, hızlanan aktif artışının finansman gerektirmesi banka kredilerinin payındaki gerilemeyi sınırlamıştır (Koyuncu,2010:18).

Bir başka konu; bankalardan yabancı kaynak niteliğinde finansman temin ederken KOBİ'lerin en fazla sorun yaşadığı konulardan biri kaynağın vadesi ve maliyetidir. Bankalar KOBİ'lerin kredi kaynağı konumunda oldukları için KOBİ'lerle doğrudan ya da dolaylı etkileşim halindedirler. Sanayi devrimi ve kitle üretiminin meydana gelmesi zaman içerisinde küçük işletmelerin üretim ve satış hacimlerini artırmış ve buna paralel olarak mali tabloların yapısı ve içeriği her geçen gün karmaşık bir yapıya kavuşmuştur. Mali tablolardaki hesapların fazla miktarlara ulaşması kadar, iş hacminin de yüksek olması işletmelerle ilgilenen çıkar gruplarının sayı ve çeşidini artırmıştır. Birçok çıkar grubu özellikle işletme hakkında karar verirken bu kararın yönünü etkileyecek nitelikte mali tablolara başvurmaktadır. Günümüzde KOBİ'lerin yasal bir zorunluluk olmasından dolayı mali tablo düzenliyor olmaları, mali tablolardaki bilgilerin gerçek bilgiden uzaklaşmasının en doğal sonucudur. Bankalar böyle bir oluşumun gölgesinde kredinin fiyatını belirlemekte zorlanmakta ve mali tabloların mali denetimden geçirilmesini temenni etmektedirler. Özellikle KOBİ'lerin mali tablolarına denetim uygulanmıyor olması, ihtiyaç duyulan kredinin fiyatının tespitinde etkili olmaktadır. Mali tablosu bağımsız denetimden geçirilmeyen KOBİ, banka tarafından riskli addedilmekte ve kredinin fiyatı, karşı karşıya kalınabilecek risklerin varlığından dolayı yüksek tutulmaktadır. KOBİ'lerin riskli yapıları sebebiyle yüksek olan kredi maliyetlerinin yanında temin edilmesi düşünülen kredinin vadesi de belirsizlik ile birlikte daha kısa tutulmaktadır. Mali tabloları denetimden geçirilmemiş riskli birçok işletmeye kredi vermektense büyük çaplı, bir o kadar da az riskli işletmeye kredi vermek bankalar tarafından tercih edilen bir durumdur. Özellikle ülkemizde de büyük firmaların kendi kredi kuruluşlarına sahip olmaları, onların krediye ulaşmalarını daha da kolaylaştırırken, KOBİ'ler kredilere ulaşamamanın verdiği zayıflıkla pazarda rekabet edemez hale gelmektedirler (Çelik, 2007:38).

KOBİ'lerin kredi temini ile ilgili sorunları aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Yörük ve Ban, 2003:60):

- Kredi miktarı ile ilgili sorunlar,
- Kredi maliyeti ile ilgili sorunlar,
- Kredi vadesi ile ilgili sorunlar,

- Kredi sağlamada teminat sorunu,
- Kredinin ödemesiz süresine ilişkin sorunlar.

KOBİ'lerin finansman tedarikinde en önemli sorun, bankaların teminat olarak gayrimenkul ipoteği istemesidir. Oysa bu işletmelerin sahip olduğu varlıklar, kullandığı makine ile diğer araç gereçten ibarettir. Bu varlıklar bankalar için ipotek kapsamında değerlendirilmemektedir (Müftüoğlu, 2002:271).

Türkiye'de bankacılık sisteminde kullanılacak kredi için kabul edilen başlıca teminatlar şunlardır (Müftüoğlu, 2002:273):

- Gayri menkul ipoteği
- Kefalet
- Banka Teminat Mektubu
- Altın, döviz, mevduat gibi likit değerler rehni
- Devlet tahvili, hazine bonosu, vb. kıymetler

Bu kapsamda ülkemizde banka kredilerinde müşteriden en sık talep edilen teminat türü gayrimenkul ipoteği, kefalet açısından ise işletme sahiplerinden, bunların yakınlarından ya da grubun diğer firmalarından alınan kefaletler olmaktadır. Bunun sebebi, bankaların sıfıra yakın bir riskle çalışma politikasına uygun hareket etme talepleridir. Büyük işletmeler aldıkları kredilere karşılık işletme varlıklarını teminat olarak gösterirken, küçük işletmeler ise genelde kişisel mal varlıklarını teminat göstermektedirler. İflas halinde ise küçük işletme sahibi tüm varlıklarını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Bundan dolayı küçük işletmeler, kredi yoluyla finansmanda çekimser davranmalarına neden olmaktadır. Bu durum ise kredi kurumlarına karşı güvensizlik oluşturmakta, banka kredilerinden yeterince yararlanamayan KOBİ'ler tefecilerden borçlanmaya itilmektedir(Müftüoğlu, 2002: 59).

Yeterli özsermaye ile çalışmayan KOBİ'ler borçlanmaktan korkmakta ve işletme faaliyetlerinin gelişmesi engellenmektedir. İstenen ağır teminat ve kefalet koşulları sağlansa bile sağlanan kaynakların finansman maliyeti yüksek olmaktadır. Çünkü kredi talep miktarı küçük ve riskleri fazla olduğu için bankalar

acılarından kredi işlem maliyeti de yüksek kabul edilmekte ve verilen kredinin faizi de yüksek olmaktadır. Ayrıca bankalar ellerindeki fonların büyük kısmını hazine bonusu, tahvil gibi yatırım araçlarına gitmekte, geri kalan kısmı ise büyük iş yapan holding ve şirketlere yönelmektedir (aktaran Koyuncu, 2010:19).

KOBİ'ler, kredi miktar ve vadeleri ile ilgili olarak büyük işletmelere göre dezavantajlı durumdadır. Bankalar KOBİ'lere kredi verme konusunda pek istekli değildirler. Çünkü küçük çapta kredi isteyen çok sayıda müşteri ile uğraşmak yerine; büyük çapta kredi kullanan az sayıda müşteri ile ilişkiye girmeyi tercih etmektedirler. Kredilerin vadesi 1 yıl veya daha az olmakta, bu sekliyle küçük sanayicinin isini genişletmesine ve yeni teknolojilere ayak uydurmasına imkan tanımamaktadır. Halbuki KOBİ'lerin uzun vadeli krediye de ihtiyacı vardır. Diğer yandan kredinin geri ödenebilirliği dikkate alındığında KOBİ'lere göre büyük işletmeler tercih edilmektedir. Kredi miktarı ve vadesi ile ilgili olarak KOBİ'ler bir takım dar boğazlarla karşı karşıyadırlar. KOBİ'ler, ağır faiz yükü ile karşı karşıya olup, uzun vadeli kredi kullanamamaktadır, ayrıca KOBİ'ler yatırımlarını uzun vadeli kredi alamama dolayısıyla kısa vadeli kredilerle karşılamaya çalışmaktadır. Bunun dışında Orta ve kısa vadeli olarak sağlanan kredilerin geri ödemesi, yatırımlar üretime geçme aşamasına gelip kendini öder hale gelmeden önceki döneme rastlamaktadır ki bu, ciddi bir krize yol açmaktadır. Dolayısıyla bu ihtimal dikkate alındığında KOBİ'ler, ya kredi almama ya da yatırım yapmama ikilemi içinde kalmaktadır (Düzce, 2007:61).

Öte yandan KOBİ'lere kullandırılan kredilerin faiz oranının büyük ölçekli işletmelere göre daha yüksek olmasının bir diğer sebebi ise, bankalar açısından büyük hacimde kredi talep eden büyük işletmelerin kredilendirme maliyetinin daha düşük olmasıdır. Nitekim kullandırılacak kredi hacmi arttıkça birim TL başına düşen maliyet azalmaktadır. Bu nedenden dolayı, bankalar büyük ölçekli işletmelere daha düşük faiz oranında kredi kullandırabilmektedirler. Ayrıca piyasada güçlü konumda olan, pazarlık gücüne sahip olan ve ticari bankalarca çalışılmak istenen bazı büyük işletmelere uygulanan faiz oranları daha da düşük olmaktadır. İlaveten ülkemizde bazı işletmeler bir veya birkaç bankayla aynı holding bünyesi altında faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu işletmelerin diğer işletmelere göre kredi temininde bir takım avantajlar elde ettikleri de yadsınamaz bir gerçektir. Bütün bu faktörler KOBİ'leri kredi temininde olumsuz etkilemektedir (Korkmaz, 2009:30).

Kredi temin edilmesinde karşılaşılan bir diğer güçlük ise, KOBİ sahiplerinin finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, kredi almak için gerekli fizibilite etüdü, finansal plan, maliyet gibi işlemler yapmamaları ve bunları yapabilecek uzmanları, kısıtlı bütçeleri nedeniyle istihdam edememeleridir (Yörük ve Ban, 2003:31).

Özetle, kamu kredilerinde yaşanan en önemli sorun bu kredilerin verileceği işletmelerin seçilmesidir. Bankalar bu sisteme uygun şekilde yapılandıkları için devlet tarafından sağlanacak kredilerin bu şekilde dağıtılması faydalı olabilir ve yardımlar yeni işletmelerin finansman ihtiyaçlarının bir kısmını karşılayabilmelidir. Finansman kaynakları olabildiğince bankalar tarafından karşılanmalı ancak karşılanamayan kısma ise, bir bankanın garantisi altında devlet desteği tanınmalıdır (Yüce, 2007:57).

1.16.4. Sermaye Piyasasından Fon Elde Etmede Yaşanan Sorunlar

Halka açılma, halka kapalı bir şirketin, hayatiyetinin her hangi bir anında kullandığı bir öz kaynakla finansman yöntemidir. Başka bir deyişle hisse senetlerinin çok sayıda ve önceden bilinmeyen yatırımcılara çağrı ve ilan yoluyla satışı olarak ifade edilebilir. Halka arzda genel olarak iki yöntemden söz etmek mümkündür. Bunlardan biri, mevcut hissedarların sahip oldukları hisselerin bir kısmını halka arz etmeleri, diğer ise sermaye artırımını yoluyla hisse senetlerinin halka arz edilmesidir. Halka açılma, kalkınmanın gerektirdiği sermaye birikiminin sağlanması yanında, sermayenin adil dağılımının gerçekleştirilmesi bakımından da ekonomik bir araçtır. Para ve sermaye piyasalarının gelişmiş olduğu ülkeler, halka açık şirketlerin sayısının artması için bazı teşvik tedbirleri uygulamaktadır (Çelik, 2007:39).

Türkiye’de küçük ve orta ölçekli işletmelerin ulusal pazarda sermaye piyasasından fon sağlama olanakları mümkün değildir. Bir şirketin halka arz yoluyla fon sağlaması ve menkul kıymetler borsasına kote alabilmeleri için gerekli koşullar, KOBİ’ler açısından yerine getirilmesi pek mümkün olmayan önemli bir sorundur.

Dış finansman kaynakları içerisinde banka kredileri dışında KOBİ’lerin kullanabilecekleri önemli alternatiflerden biri de sermaye piyasaları kaynaklarıdır. Ciddi şekilde dış finansman sıkıntısı yaşayan KOBİ’ler için önemli bir kaynak

alternatifi olarak değerlendirilebilen sermaye piyasaları, Şirketlere dış kaynak sağlamakla kalmayıp performanslarını da geliştirmede önemli rol oynamaktadır. Ancak finansman sıkıntılarının sermaye piyasası kaynakları ile çözümü açısından bakıldığında KOBİ'lerin bu piyasalardan yeterince faydalanamadığı görölmektedir. Bu konuda KOBİ'lerin mevcut yapıları ile sermaye piyasasındaki yapısal düzenlemeler ve ağır kotasyon şartları, işletmeler için önemli engel teşkil etmesinin yanı sıra KOBİ'lerin yapılan uygulamalara yeterli cevap verememesi ve halka açılma konusunda isteksiz olmaları, başarılı sonuçların alınmasına engel olmaktadır (Moray, 2010:102).

Kredi temin etmede sorunlar yaşayan ve özkaynakları yetersiz olan KOBİ'ler için sermaye piyasasından fon elde etme, önemli bir finansman alternatifi olarak karşımıza çıkmaktadır. KOBİ'ler hisse senedi, tahvil, hisse senedi ile değiştirilebilir tahvil, kara iştirakli tahvil, katılma intifa senetleri, kar ve zarar ortaklığı belgesi, hisse senedi ile değiştirilebilir kar ve zarar ortaklığı belgesi ve finansman bonusu aracılığıyla sermaye piyasasından fon sağlayabilirler. Sermaye piyasası KOBİ'ler için önemli bir finansman kaynağı olmasına rağmen, KOBİ'ler bu olanaktan çok fazla yararlanamamaktadırlar. Bu durumun başlıca nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz (Kutlu ve Demirci, 2007:192):

- KOBİ'lerin genellikle şahıs veya aile şirketleri oluşu ve yönetim hakimiyetini kaybetme endişeleri,
- Halka açılmanın maliyeti,
- Şirketlerin çok küçük oluşları,
- KOBİ'lerin organizasyon yapıları ve muhasebe sistemleri,
- KOBİ'lerin kayıt dışı kalmak istemeleri.

Sermaye piyasasından faydalanmak isteyen, bu piyasa vasıtasıyla halka açılarak fon sağlamak isteyen işletmelerin bazı niteliklere sahip olması ve hukuki ve idari bazı şartları yerine getirmesi gerekmektedir. Halbuki KOBİ'lerin bu konuda da bir çok eksiğı mevcuttur (Gökçe, 1997: 71).

KOBİ'lerin sermaye piyasasından fon temin edebilmesi için, kaynak sağlayacaklara karşı bir takım teminatlar göstermesi gerekmektedir. Ancak kendi

öz kaynakları buna müsaade etmediği için bu piyasadan faydalanmaları güçleşmektedir. Söz konusu teminatların talep edilmesinin sebebi, tasarruf sahiplerinin garanti altına alınmak istenmesidir. Çünkü tasarruf sahipleri KOBİ'leri, büyük işletmelere göre daha riskli görmektedirler ve sermaye piyasasında faaliyet gösteren büyük işletmeleri daha çok tercih etmektedirler. KOBİ'ler ne kadar yüksek karlılık performansına sahip olsa da büyük işletmelerin ülke çapındaki şöhreti, onların tercih edilmesine sebep olmaktadır. Ülkemizdeki KOBİ'lerin bir kısmı sermaye piyasasının avantajlarından istifade etmek isterken; bir kısmı bu konuda isteksizdir. Çünkü işletme sahipleri, işletme üzerindeki hakimiyetlerini başkasıyla paylaşmak istememektedirler. Buna karşılık, söz konusu hakimiyetlerini korumak şartıyla yeni ortakların alınmasıyla ortaya çıkan finans imkanlarını değerlendirmeye çalışmaktadırlar (Müftüoğlu, 2002: 57).

Türkiye'de KOBİ'lerin ciddi manada finansal sorunlarla karşı karşıya olduğu, bir gerçektir. Dolayısıyla, söz konusu sorunların hafifletilmesi de kaçınılmaz olmaktadır. KOBİ'lerin sorunlarından bahsedildiğinde genelde, işletme dışında kaynaklanan sorunlardan bahsedilir. Bu çerçevede, işletmelerin karşılaştığı sıkıntılar dile getirilir ve bunlara yönelik çözüm yolları üretilir. Ancak bu yaklaşım yeterli değildir. İşletme dışı sorunlardan bahsedilirken; aynı zamanda işletmenin bizzat sahip olduğu ve kendi yapısından kaynaklanan sorunların da dile getirilmesi ve bunlara yönelik çözümlerin de sunulması gerekmektedir. Su açık bir gerçektir: Bir ekonominin sağlıklı bir yapıya kavuşması için, barındırdığı tüm unsurlarla birlikte değerlendirilmeye tabi tutulması ve toplu çözüm yollarının arz edilmesi gerekmektedir. Böyle bir tarz, başarıyı kolaylaştırıcı bir özelliğe sahip olacaktır. Dolayısıyla, KOBİ'lerin finansal sorunları dile getirilirken, dış kaynaklı sorunlara ilaveten iç kaynaklı sorunlar da dikkate alınmalıdır. Her bir işletme bu tarz hareket ederek, kendi yapısından kaynaklanan sorunları tespit etmeli ve uygun tedbirleri almaya çalışmalıdır. Tabiri caizse,” önce iğne iç yapıya, çuvaldız dış yapıya “ batırılmalıdır. İç finansal sorunlarını minimize etmiş KOBİ'lerin, dış yapıdan kaynaklanan sorunlardan da en az seviyede zarar göreceği belirtilebilir. Zaten sorunlu bir işletmenin, piyasa düzenli bir şekilde islese dahi, faaliyetlerine sağlıklı bir şekilde devam etmesi mümkün değildir. Dolayısıyla önce iç sorunlar giderilmelidir. Tabi bu arada otoritelerin, dış sorunları gidermesi ve söz konusu işletmelere uygun bir faaliyet ortamı/ortamları oluşturmaya çalışması gerektiğini ifade etmeye de gerek yoktur (Düzce, 2007:51).

1.16.5. Para Piyasasına İlişkin Finansal Sorunlar

Banka kredi faizlerinin, enflasyonun da etkisiyle yükselmesi büyüme ve modernleşme çabasında olan KOBİ'leri kredi sorunuyla karşı karşıya getirmektedir. KOBİ'ler büyük işletmeler gibi kredi maliyetlerini fiyatlara yansıtıp satış hasılatlarını artırma yoluna gidemezler ve yüksek faizin kendilerini sıkıntıya sokacağına düşündüklerinden, mecbur kalmadıkça kredi kullanmamaya çalışırlar (Ekinci, 2003, 96).

Kişilerin mevcut olanaklarla arzuladıkları ticari bir faaliyeti gerçekleştirme olanağı olmaması durumunda yakın dost ve akrabalarından borçlanma yoluna gittikleri gibi; firmalarda öz kaynaklarının yetersiz olması durumunda fon ihtiyaçlarını dış kaynaklarla gidermeye çalışırlar ancak, bu faaliyet kişisel yapılan araçlardan farklıdır. Kişilerin kendi aralarındaki borç alacak ilişkisi genellikle sözle gerçekleşirken; kurumsal alanda yapılan bu faaliyette bir takım formaliteler olmaktadır. Çünkü burada birbirlerini tanımayan kurumların karşılıklı ilişkisi söz konusudur. Dolayısıyla belli bir prosedürün takip edilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Söz konusu prosedür ve mevcut formaliteler aynı zamanda belli bir takım sorunları da doğurmaktadır. Bu sorunlara geçmeden önce ülkemizde KOBİ'lerin bankacılık piyasasında kullandığı toplam kaynak oranını bazı ülkedeki oranlarla kıyaslamakta fayda vardır. (Düzce, 2007: 44).

Tablo 1.25. Bazı Ülkelerde KOBİ'lerin Bankalar Piyasasından Faydalanma Durumu

Ülke	Oran (%)
Japonya	50,0
Güney Kore	46,8
ABD	42,7
Almanya	35,0
İngiltere	27,2
Türkiye	3-5

Kaynak: <http://www.kosgeb.gov.tr>

Bu oranlar bize sunu gösteriyor ki Türkiye’deki KOBİ’lerle çizelgedeki ülke KOBİ’leri bankalar piyasasından faydalanma durumu açısından uçurum söz konusudur. Bu da Türkiye’deki KOBİ’lerin sorunlarının boyutunu gösterme açısından oldukça anlamlıdır.

Bankalar, kredilerini kendini ispatlamış büyük şirketlere verirler. Bu nedenle de yeni girişimcilerce kurulan küçük işletmelerin banka kredilerinden yararlanma imkanları kısıtlanmaktadır (Civil, 2008:62).

1.16.6. Finansal Yönetimde Yetersizlik Kaynaklanan Sorunlar

Yetersiz finansman bilgisi ve modern finansman tekniklerinin yeterince izlenememesi KOBİ’lerin önemli mikro sorunları arasındadır. Çoğu KOBİ’nin ayrı bir finansman bölümünün olmayışı, KOBİ yöneticilerinin/sahiplerinin finansman konusunda yeterli olmayışları ve finansman alanında uzman kişileri çalıştırmamaları bu tür işletmelerin yaşadıkları sorunları derinleştirmektedir (Müftüoğlu, 1991:274).

İşletmelerde finansal planlama ve analizler yapılmadan faaliyetlerin yürütülmesi, KOBİ’lerin finansal sorunlar yaşamasına sebep olabilmektedir. Finansal sorunlara sebep olan bu faktör, finansal yönetimden kaynaklanmaktadır. Yönetim kaynaklı bu sorunları aşağıda sıralandığı gibi özetlemek mümkündür (İskender, 2009:41-42):

- Gerek işletme çalışanları gerekse diğer çalışanların finansman yönetimi konusundaki bilgi yetersizliklerinden dolayı finansal analizler düzgün olarak yapılamamakta ve bu nedenle işletmelerin finansal durumu net olarak tespit edilememektedir. Ayrıca bu işletmelerde sağlıklı bir muhasebe düzeni de yoktur.
- KOBİ’lerin özellikle ödemekle yükümlü bulundukları vergiler, aidat ve primleri ödemede mevcut kaynakların yetersizliği ve bu ödemelerin gecikmesi nedeniyle, borçların daha yüksek tutarlara ulaştığı ve ek mali yükümlülükler neden olduğu görülmektedir.
- İşletme planları içinde yer almayan ek yükler karşılanamadığında yabancı kaynaklara ulaşmadaki engeller sebebiyle işletmeler genellikle öz kaynaklardan ya da dost ve akraba alınan borçlardan yararlanmaktadır.

Ancak uzun dönemde Şirketin özsermayesinin azalmasıyla birlikte artan finansal sorunları çözmede kredi mekanizmasına gecikmeli de olsa başvurulması fayda yerine borç miktarının artması ile birlikte girişimcilerin işi terk etmesine kadar uzanan sağlıklı bir dönemin başlamasıyla sonuçlanabilmektedir.

- İşletme tarafından tasarrufların doğru yere yönlendirilmesinde bilinçsiz davranılması yani elde edilen karların, yatırım yerine gayrimenkul alımları gibi kişisel varlıkların arttırmada kullanılmaları, dolaylı yollarla işletmelerin büyümelerini engellemektedir.

1.16.7. Mali Yapının Zayıflığından Kaynaklanan Sorunlar

KOBİ'lerin mali yapıları büyük işletmelerin mali yapıları kadar güçlü değildir. Mali açıdan zayıf bünyeye sahip bir işletmeler, kredi kurumları için hiç de iyi bir müşteri değildir. Finansal yapıları zayıf olan KOBİ'ler, yatırımları ve büyümeleri için gerekli finans kaynaklarına ulaşmakta sorunlarla karşılaşmakta, ulaşsalar bile alacakları kredilerin maliyetleri çok yüksek çıkmaktadır. Kredi maliyetlerinin yüksekliği KOBİ'lerin para ve sermaye piyasalarından gerektiği gibi yararlanamamalarına yol açmaktadır. Ayrıca KOBİ'lerde kayıtsız faaliyetlerin çokluğu, sağlıklı muhasebe kayıtları ve mali tablolar, bankaların bu firmaları sağlıklı bir şekilde değerlendirmelerini zorlaştırırken. KOBİ'lerin kredi alma olasılıklarını azaltmaktadır (Gök, 2012:39).

KOBİ'lerin mali sistemden faydalanma konusunda karşılaştıkları sorunlar şöyle sıralanabilir.

- Sektörel bazda kredi hacminin dağılımında dengesizlik vardır. Durum, büyük işletmeler lehinedir.
- Şirketler bazında mali sistemden istifadede oluşmuş ve kapatılması zor bir uçurum mevcuttur. Durum, büyük işletmeler lehinedir (Düzce,2007:44).

1.16.8. Enflasyon ve Maliyet Sorunu

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, fert başına düşen gelir düzeyinin düşük olmasına paralel olarak tasarruf eğilimi düşük olmakta ve yurt içi tasarruflar yetersiz düzeylerde kalmaktadır. Yetersiz yurtiçi tasarruflarla birlikte elde edilen

döviz gelirleri hedeflenen kalkınma sürecinin gerçekleştirilmesi için gerekli olan yatırımları tam olarak finanse edememektedir. Ekonomik darboğazlara neden olan tasarrufların ve döviz gelirlerinin yetersizliği, gelişmekte olan ülkelerde ve dolayısıyla Türkiye’de sermaye yetersizliği şeklinde yapısal bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin üretim fonksiyonu, sermayenin yetersiz olması nedeniyle (emek faktorünün sermayeye göre fazla olması nedeniyle), sermayenin tam kapasitede kullanılması sonucu elde edilen eksik istihdam üretim ve gelir fonksiyonu olarak gerçekleşmektedir. Dolayısıyla söz konusu faktor oransızlığı nedeniyle ekonomi enflasyonist bir ortama girmekte ve enflasyon ve işsizliğin bir arada yaşandığı stagflasyon ortaya çıkabilmektedir. Böylece sermaye yetersizliği Türkiye’de ve diğer gelişmekte olan ülkelerde makroekonomik istikrarsızlığa yol açmaktadır (<http://www.emu.edu.tr>).

KOBİ’lerin enflasyonist ortamdaki durumlarını açıklarken; tasarruf kredi ilişkisini göz önünde bulundurmanın, sorunların anlaşılmasını kolaylaştıracağı düşüncesindeyiz.⁹¹ Enflasyon nedeni ile tasarrufçu kesim, tasarrufunu enflasyona karşı korumak amacı ile reel faizi talep eder. Ancak bu yüksek faizler, otomatikman yüksek kredi maliyeti olarak yansımaktadır. Tabii ki bu durum, yeni yatırım yapmayı planlayan firmaları caydırıcı yönde etkiye sebep olmaktadır. Enflasyonun sebep olduğu ithal girdi pahalılığı yanında yerli girdilerin fiyatlarının da artması, firmaları stokçuluğa zorlamakta; fakat aynı yönde firmaların işletme sermayesine olan ihtiyacı arttırmakta ve likidite yapılarını negatif yönde etkilemektedir. Çünkü girdi fiyatlarını yükselmesi karşısında mamul fiyatlarını gerektiği ölçüde yükseltilememesi, KOBİ’lerin otofinansman imkanlarını daraltmakta ve finansal sıkıntılara girilmesine sebep olmaktadır. Ayrıca, alımların peşin; satışların ise daha çok vadeli yapılması, bu firmaların nakit dengelerini önemli ölçüde bozmaktadır. Netice de bu sorunlar, KOBİ’lerin yeterli öz kaynağa sahip olmamaları nedeni ile dış kaynaklara başvurmasına yol açmaktadır. Fakat söz konusu kaynakların maliyetli olması, karlılık seviyesini düşürmekte ve firmaların mali krizlere girmesine sebep olmaktadır (aktaran Düzce, 2007:45).

Yüksek enflasyon ve krizlerin olduğu dönemlerde KOBİ’lerin öz kaynakları giderek erimektedir. Üretimde kullanılan girdiler genellikle peşin alınmakta iken, (işgücü maliyetleri, enerji,vs..) üretilen mal veya hizmetler piyasaya belirli vadelerle satılmaktadır. İstikrarsızlık ortamında alacak tahsilatlarında sıkıntılar yaşanmaktadır. Aynı zamanda enflasyonist ortamda

üretim maliyetlerinde de artış izlenmektedir. Dolayısıyla bu paralelde işletmelerin finansman ihtiyaçları da artmaktadır (<http://archive.ismmmo.org.tr>).

1.16.9. Finansman ile İlgili Yasal ve Bürokratik Sorunlar

KOBİ'ler, gerek kuruluş, gerekse de faaliyetleri sırasında, kamu kuruluşları ile olan ilişkilerinde bürokratik engellerle karşılaşmaktadırlar. KOBİ'lerle ilgilenen kamu kuruluşları arasında, tam bir işbirliği ve koordinasyon sağlanamaması kavram kargaşasına, işlerin uzamasına ve sonuçta zaman ve para kaybına neden olmaktadır. KOBİ'ler devlet daireleri ile olan ilişkilerinde daha çok, gereksiz muamelelerin çokluğundan yakınmaktadırlar. Buna ek olarak, yönetmelik ve benzer mevzuatın yarattığı sorunlar ile, sistemin çok yavaş çalışması gibi durumlar en çok şikayetçi olunan konular arasındadır. Orta ölçekli işletmeler ise, daha çok belediyelerle olan ilişkilerinde, yerel yönetimin karar ve uygulamalarından doğan sorunlar ve memurların tutum ve davranışlarından kaynaklanan sorunları dile getirmektedirler. KOBİ'lerin, özellikle Gümrük Birliği nedeni ile, uluslararası pazarlarda karşılaşabilecekleri yasal ve bürokratik engellerin nitelik ve niceliği değişmiştir. Bugün en önemli sorun da, KOBİ'lerin gerek yurt içinde, gerek yurt dışında, çeşitli yasal ve bürokratik engellerle yalnız başlarına mücadele etmeye terk edilmiş olmalarıdır. KOBİ'lerin karşılaştığı mevzuat hükümlerinin bazıları, gerçekten yanlış veya gereksiz yere getirilmiş; bazıları ise, doğru yere getirildiği halde, zamanla değişen koşullar bu hükümlerin doğruluğunu kaybetmelerine neden olmuştur. Bugün, mevcut bürokratik engellerin, kamu kuruluşları dahil olmak üzere bütün işletmeleri etkilediği ve bu yükün kısmen veya tamamen tüketicilere aktarılmasına rağmen, olumsuz etkilerini en fazla KOBİ'ler üzerinde gösterdiği görülmektedir. Oysa KOBİ'ler, birçok ülkede en büyük istihdam kaynağını teşkil etmekte; formalite yüklerinden de, en çok yeni kurulmuş işletmeler etkilenmektedir. Diğer sorunlar içinde, bilgi eksikliği, sağlıklı muhasebe kayıtlarının tutulmaması, yasal hakların savunulamaması, üniversite-küçük sanayi işbirliğinin geliştirilememesi sayılabilir (Eryılmaz, 2004:48).

KOBİ'lere destek sağlamak amacıyla çıkarılan teşvik mevzuatının karmaşık ve anlaşılmasız olması ve çok sık değiştirilmesi KOBİ'lere in finansman sağlamasını zorlaştırmaktadır. KOBİ'lere in finansmanı ile ilgili süreçte yer alan bürokrasiyi azaltmak ve işlemleri sadeleştirmek için devlet büyük çaba sarf etmektedir. Ayrıca finansman sağlama sürecindeki işlemlerin uzun sürmesi

KOBİ'lere in yatırım kararlarını olumsuz etkilemektedir. Finansman konusunda KOBİ'lere in yaşadığı sorunlardan birisi de alacaklarını zamanında tahsil edememesidir. Özellikle karşılıksız çıkan çekler, KOBİ'lere i nakit sıkıntısına sürükleyerek, bu işletmenin ayakta kalmasını zorlaştırmaktadır (Sarılı, 2011:55).

Türkiye'de gelir vergisi ve kurumlar vergisinin yüksek olmasına kayıtdışı ekonomiyi tetikleyen önemli bir durumdur. İşletmelerin kayıtdışı ekonomiye yönelmelerinin en önemli sebepleri vergi ve enflasyon oranlarının yüksek olmasıdır. Türkiye'deki KOBİ'lerin Avrupalı rakiplerine oranla daha yüksek miktarda ödedikleri vergiler rekabet güçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. KOBİ'lerin finans sıkıntılarına çözüm getirmek amacıyla uygulanan teşvik mekanizmaları bürokratik engeller nedeniyle istenilen sonuçlara ulaşamayabilmektedir. KOBİ'ler kuruluş aşamasından başlayarak faaliyetlerini gerçekleştirdikleri pazarlama, satış, dağıtım ve ihracat faaliyetlerinde de kamu kuruluşlarla ilişkilerinde bürokratik engellerle karşılaşmaktadırlar. Türkiye'de KOBİ sahip veya yöneticileri, işlerini kurarlarken almaları gereken izin belgelerinin temininden, üretime gecene kadar pek çok konuda bürokratik işlemlerin çokluğu ve karmaşıklığından dolayı, zor durumda kalmaktadırlar. KOBİ'lerin bu anlamda yeterli uzman elemanları bulunmadığından, bu tur işleri KOBİ sahip veya yöneticileri bizzat takip etmek zorundadırlar. Bu nedenle zamanlarının büyük bir kısmını harcanmakta ve teşebbüs arzuları da olumsuz yönde etkilenmektedir (Yüce, 2007:44).

1.16.10. İşletme Yöneticilerinin Finansal Bilgi Eksikliği

KOBİ'lerde işletme sahibi işletme yöneticisi olarak tüm işleri üstlenmiştir. KOBİ'lerin kuruluş aşamasında bu durum normal karşılanabilir. Ancak, ileriki aşamalarda mutlaka uzman bir kadroya ihtiyaç vardır. KOBİ'ler finansman işlerini yabancı bir kişiye bırakmama arzusunun yanı sıra, yeni finansman teknikleri hakkında bilgi ve tecrübeye sahip, etkin tahsilat politikaları sağlayabilen finansman yöneticilerine yüksek ücretler ödemek istememeleri gibi nedenlerle profesyonel finansman yöneticilerini bünyelerinde çalıştırmazlar planlama, bir planlama uzmanı yerine işletme sahibi ve ortakları tarafından yapılmaktadır (Akgemci, 2001, 18).

İşletme yöneticilerinin finansal yönetim konusundaki bilgi eksikliği; müşterilerde aranacak niteliklerin iyi tespit edilememesi, kredili satışlarda

üstlenilecek riskin iyi değeriendirilememesi, etkin bir tahsilat politikasının uygulanamaması, kredi imkanları ve alternatif finansman araçları ve modellerinden yararlanılamamasına neden olur. Ayrıca, profesyonel bir yöneticiyle çalışmayan KOBİ'lerin yönetim ve örgütlenmeleri bankaların kredi sistemlerine uymamaktadır. Bu yüzden bankalar KOBİ'lere kredi verirken çekimser davranmaktadır. Türkiye'deki KOBİ'lerin en önemli sorunlarından biri de, alınan kararların nicelik ve nitelik olarak yeterli bilgiye dayandırılabilmesidir. Bu kısaca, bu işletmelerde yönetim bilgi ihtiyacının karşılanabilmesi şeklinde de ifade edilebilir. Bu tespit, bilgilenme sürecinin bilgi toplama aşaması yanında, bilgi işleme ve bilgi değeriendirme aşamalarını da kapsamaktadır. Aslında enformasyon, belirli bir amaç için toplanan bilgi şeklinde tanımlanmaktadır. KOBİ'lerin başarısızlık nedenlerinin çoğunun arkasında bilgi eksikliği yatmaktadır. Ancak bu sorun, henüz işletmelerimiz tarafından yeterince algılanabilmiştir. Aslında en önemli sorun da buradadır. Bugün pek çok işletme, bilgi toplama, bilgi işleme ve bilgi değeriendirme için harcanan paraları gereksiz bir masraf olarak görmektedir. Halbuki, günümüzde bilgi bir üretim faktörü olarak kabul edilmektedir. Hatta, pek çok gelişmiş ülkede, bilgi üreten ve pazarlayan firmalar faaliyet göstermektedir. Bilgi eksikliğinden kaynaklanan en önemli işletmecilik hataları, henüz yatırımın fizibilite aşamasında başlamakta, işletmenin yaşamı boyunca da devam etmektedir. Fizibilite çalışmalarının bilgiye dayandırılabilmesi sonucu, ürün ve pazar seçimi, ölçek, teknoloji ve kuruluş yeri seçimi gibi konularda geriye dönülmesi çok güç, hatta imkansız stratejik hatalar yapılmasına neden olmaktadır. Sermaye maliyetinin bu kadar yüksek olduğu bir dönemde, böylesi bir kaynak israfına özel sektör kuruluşlarının, hele KOBİ'lerin katlanması imkansız olduğundan, bu tür hataların cezası, yatırım projesinin henüz doğmadan ölmesi anlamına gelmektedir. (Müftüoğlu,2002:281).

KOBİ'lerin finansal zorluklarla karşılaşmasındaki temel sebeplerden başta geleni, işletme yöneticilerinden kaynaklanan sorunlardır. Özellikle işletme sahibinin işletme yöneticisi olarak tüm işleri üstlenmiş olması, sorunların daha büyük boyutlarda ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Oysa profesyonel yönetim her ne kadar uzmanlaşmayı gerektiriyorsa da ilk kuruluş aşamasında böyle bir imkan olmamaktadır. İlk aşamada normal gözüken bu durum ileriki süreçte yerini mutlaka uzmanlaşmanın olduğu bir ortama bırakmalıdır. İşletme sahiplerinin finansal yönetim açısından yeterli bilgiye sahip olmayışı, bazı uzmanlarca kısa vadeli bir finansal sorun olarak görülmektedir (Gökçe, 1997: 406).

KOBİ'lerin bu konudaki sorunlarından biri de işletme sahip veya yöneticilerinin; eğitim, rehberlik, iç ve dış pazarlama, teknoloji transferi gibi konularda işletmeye destek sağlayacak kuruluşlar ve hükümetin KOBİ'lere yönelik politikaları hakkında bilgi sahibi olmamalarıdır. Bilgilenme konusunda KOBİ'lerin bizzat başvurabilecekleri çok önemli bir imkan vardır. O da fuarlar ve sergiler, çeşitli toplantılardır. Oysa, KOBİ'ler bu tür imkanlardan, gerek para gerek zaman açısından yeterince yararlanamamaktadır. Halbuki, uluslararası pazarlara açılmada fuarlar artık eskisinden daha çok önem taşımakta ve birer bilgi alışveriş merkezi olarak karşımıza çıkmaktadırlar. (Akgemci, 2001:21).

KOBİ'lere gerekli olan bilgiler, birçok kamu kurumu ve özel sektör kuruluşları tarafından sağlansa bile, dağınık durumdaki bu bilgilerin belirli kuruluşlarda toplanarak KOBİ'lerin hizmetine sunulması konusunda henüz tam bir çalışma yapılamamıştır. Bu da KOBİ'lerimizin, bu bilgilere ulaşma ve temin etme imkanlarını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, KOBİ'ler yanlış kararlar almaktadırlar. Büyük işletmelere oranla, KOBİ'lerin müşterilerine ya da tüketiciye daha yakın olmaları, onların sorunlarını keşfedip, teknik yeniliklerde bulunmaları ihtimalini artıracaktır. Ancak, bu sonucun elde edilebilmesi için, bir yandan ilgili firmalara piyasadan gerekli olan verilerin hızlı, doğru, açık ve zamanında gelebilmesi, öte yandan bu verilerin işlenip, işletme için değerlendirilmesi gerekmektedir. Bugün KOBİ'ler, söz konusu bilgileri yeterli ölçüde ve zamanında sağlayamamaktadırlar (Eryılmaz, 2004:43).

1.16.11. Finansmanla İlgili Bölüm Eksikliği

Büyük işletmelerin ayrı bir finansman bölümü vardır ve bu bölümde çalışmakta olan uzmanlar, alternatif finansman imkanlarını ve kredi şartlarını değerlendirip işletme için en uygun finansal kararları alırlar. KOBİ'lerde ise ayrı bir finansman bölümü yerine “mali işler, idari işler ve muhasebe bölümü” bulunur. Fakat bu bölümde finansal işlere yan iş gözüyle bakılır. Bu durumda farklı finansman alternatiflerinin araştırılması, işletme için gerekli bir takım finansal kararlar alınması ve uygulanması imkanı ortadan kalkmaktadır (aktaran Civil,2008:60).

Büyük işletmelerde genel olarak ayrı bir finansman veya mali işler bölümü mevcut olup bu bölümlerde istihdam edilen uzmanlar, alternatif finansman imkanlarını ve kredi şartlarını değerlendirerek işletme için en uygun finansal kararları alınmasını sağlarlar. KOBİ'lerde ise böyle bir bölümün mevcudiyetinden

bahsedilememektedir. Genelde bu işlerin takibi için “mali işler, idari işler ve muhasebe bölümü” bulunur. Fakat bu bölümde de finansal işlere bir “yan iş” gözüyle bakılır. Zaten burada istihdam edilen personel de finansal konularda uzman olmaktan ziyade; işletmenin tüm idari, mali ve muhasebe işlerinden sorumlu kişi konumundadır. Bu nitelikte personelin istihdam edilmeyişinin sebebi, maliyetinin yüksek oluşudur. Küçük işletmelerde ise bahsedilen nitelikte bir bölüm bile yoktur. Dolayısıyla, söz konusu şartlarda farklı finansman alternatiflerinin araştırılması, işletme için gerekli bir takım finansal kararlar alınması, uygulanması ve etkin finansal düzenlemelere gidilmesi imkanı ortadan kalkmaktadır (Müftüoğlu, 1997: 56).

2. KOBİ'LERİN GELENEKSEL FİNANSLAMA BİÇİMLERİ VE ALTERNATİF FİNANSMAN YÖNTEMLERİ

2.1. KOBİ'lerin Kullandığı Geleneksel Finanslama Biçimleri

Ülke ekonomisinin rekabet gücünün, korunmasında ve arttırılmasında KOBİ'ler önemli oyunculardır. Küreselleşen pazarlar ve hızlı gelişen teknoloji ile beraber KOBİ'lere yönelik tehditler artmıştır. Bu tehditler karşısında KOBİ'lerin rekabet edebilmeleri için finansman ihtiyaçları ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra KOBİ'lerin ihracat içinde paylarının artırabilmeleri içinde finansmana ihtiyaç duyulmaktadır. Kâr marjlarının azalması, pazar paylarının daralması, maliyetlerin kontrol edilmemesi, özellikle ihracat yapan veya yatırım yapma niyetinde olanlar için döviz kurlarının seyri, kayıt dışında kalma maliyetlerinin artması gibi problemlerle beraber KOBİ'lerin finansmana olana ihtiyaçları daha da artmıştır (Güngör, 2011:42).

Türkiye'de devlet tarafından KOBİ'lerin desteklenmesi, bu kesimin kredi ihtiyaçlarının karşılanması 1933 yılında Türkiye Halk Bankası'nın kurulması ile başlamıştır. Bunun ardından Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi Siteleri ve Organize Sanayi Bölgeleri kurulması için kredi programları uygulanmaya başlamıştır. 1980'lerde bu faaliyetler daha da yaygınlaşmıştır. 1990'larda ise gerek finans gerekse hizmet ve destekler çeşitlenerek arttırılmıştır. KOBİ'ler bir ülkenin sanayileşme süreci içerisinde sosyo-ekonomik yapısını oluşturan, ideal dağıtım ve ticaret uygulamalarının sürekliliğini sağlayan en önemli faktörü ve vazgeçilmez bir ögesidir. Son yıllarda ülkeler KOBİ'lerin desteklenmesi ve her türlü yardımın yapılması konusunda çeşitli kurum ve kuruluşları yönlendirmektedir (Yüce,2007:63).

İşletmelerde alınan her önemli kararın arkasında bir finansal yön vardır ve işletmenin finansman yapısı üzerinde etki meydana getirir. Özellikle kriz dönemlerinde KOBİ'ler üzerindeki en ciddi olumsuz sonuçlar finansman yapısı ile ilgili ortaya çıkmaktadır. İşletmenin borçlarını müşterilerinden yaptığı tahsilât ile ödeyebilme, yine aynı şekilde gelecekteki borçlarını da müşterilerinden gelecekte sağlayacağı tahsilâtlar ile ödeyebilmeye devam etme, yatırımlar için her zaman yeterli likiditeye sahip olma ve öngörülmeven ihtiyaçların karşılanması için yeterli fonlara sahip olması gerekmektedir. Bu açıdan geleceğin daha iyi planlaması için önceki yılların finansal sonuçlarını iyi analiz etmek gerekmektedir. Sağlıklı bir

sonuca ulaşabilmek için işletmenin analizi yapılan dönemlerde ne ürettiğinin, ürünü kimlere, hangi şartlarda sattığının ve piyasaların o dönemdeki durumunun da göz önüne alınması gerekmektedir (Değirmenci,2010:25).

KOBİ'lerin gelişimini etkileyen finansman sorunu, bir dizi birbirine bağlı işletmecilik fonksiyonlarını biriktirerek finansal bir sıkıntı olarak ortaya çıkmaktadır. Eğitimli elemanı istihdam edememe, klasik üretim yöntemlerine bağlılık, teknolojiden yoksun olma ve işletme sahibinin geleneksel yönetim anlayışının dışına çıkamaması KOBİ'lerin finansal sisteminin mevcut sorunlarından sayılabilir. Bu sorunları işletmeler kendi başlarına asabilirlerken isleyen finans mekanizmasının ortaya çıkardığı finansal sorunlar bu işletmelerin kendi başına asamayacakları engellerdendir. KOBİ'ler bu mekanizma içerisinde finansal kurumlardan çok fazla fon sağlayamamaktadırlar. Bankalar ellerindeki mevcut fonların bir kısmını hazine bonusu gibi cazip araçlara çekerken kalan kısmını da işlem maliyeti ve riski daha az olan büyük işletmelere satmayı tercih etmektedirler. KOBİ'ler ticari bankalarla uygun olmayan kredi koşulları nedeniyle kredi ile ilgili olarak miktar, vade, faiz oranı ve özellikle teminat konularında sorunlar yaşamaktadırlar. Bunun yanı sıra KOBİ'ler uzun dönem fon kaynağı olabilecek sermaye piyasalarından da fon temin edememektedirler. Çünkü KOBİ'ler Sermaye Piyasası Kurumu'nun sermaye piyasasında fon toplamak için gerekli gördüğü koşulları sağlayamamaktadır (Yüce, 2007:63).

KOBİ'lerin sert rekabet koşullarında, sorunlar, tehditler, küresel pazarda yer alma kurumsal firmaların acımasız yaptırımları ve fiyat politikaları ile baş edebilmeleri için maddi ve gayrimaddi çeşitli desteklere ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. KOBİ'ler artan rekabet ortamında kendilerinden beklenen temel işlevleri yerine getirebilmek için her geçen gün daha fazla finansman kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Buna bağlı olarak üretim, pazarlama, finansman, personel ve yönetim gibi temel işletmecilik fonksiyonlarının yanı sıra istihdam ettikleri personel sayısı, satış hacmi, sabit sermaye ve enerji miktarı, kurulu kapasite düzeyi, katma değerleri, kar büyüklüğü ve piyasa payı gibi ölçülebilen özellikleri açısından büyük farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Böylelikle finansman ihtiyacı değişkenlik göstermektedir (Güngör, 2011:42).

Tablo 2.1. İşyerleri İtibariyle Finansman Kaynak Kullanım Oranları

Finansman Kaynakları	Küçük Ölçekli İşletmeler	Orta Ölçekli İşletmeler	Büyük Ölçekli İşletmeler	Toplam İşyerleri
Özkaynak	88,2	82,9	80,7	84,7
Ticari Banka	40,1	59,7	73,1	54,2
Eximbank	11,1	26,0	48,0	25,0
Yat.Kal.Ban.	0,3	2,8	9,9	3,5
Finans Kurumu	4,0	7,2	21,1	9,4
Faktoring	4,7	16,6	21,6	12,5
Leasing	16,2	21,5	26,9	20,5
Diğer	9,8	8,3	8,8	9,1

Kaynak: Oktay, E. ve Güney, A. 2002'den aktaran Sarılı, 2011:60.

Tablo 2.1'de, İstanbul Sanayi Odası tarafından 2000 yılının ikinci yarısıyla ilgili Ekonomik Durum Tespiti ile ilgili yayınladığı sayısal verileri göstermektedir. Bu tabloya göre, KOBİ'lerin finansman ihtiyacının %80'den fazlasını özkaynakları ile karşıladığı gözlemlenmektedir. KOBİ'lerin ikinci finansman tercihi ise banka kredileridir. Bu finansman kaynağını leasing ve faktoring takip etmektedir (Oktay, E. ve Güney, A. 2002'den aktaran Sarılı,2011:60).

Fakat Tablo 2.2'de İstanbul Sanayi Odasının 2013 yılında yapmış olduğu çalışma bulunmaktadır. Buna göre:

Tablo 2.2. İşyerleri İtibariyle Finansman Kaynak Kullanım Oranları

Finansman Kaynakları	Küçük Ölçekli İşletmeler	Orta Ölçekli İşletmeler	Büyük Ölçekli İşletmeler	Toplam İşyerleri
Ticari Banka	70,4	76,7	80,2	74,6
Özkaynak	66,9	65,2	69,5	66,9
Eximbank	8,5	24,8	40,5	20,6
Yat.Kal.Ban.	6,3	11,9	12,2	9,4
Yurtdışı Finans Kuruluşları	0,4	1,9	14,5	3,8
Faktoring	10,2	7,6	19,1	11,2
Leasing	14,1	20,0	25,2	18,4
Diğer	2,8	2,4	3,8	2,9

Kaynak: İstanbul Sanayi Odası, “Ekonomik Durum Tespiti Anket Çalışması” (2013)

2.1.1. Özkaynak

Finansman kaynakları içinde ilk başvurulacak kaynak olan özkaynaklar, işletmenin kuruluş aşamasında tesis, ekipman vb. yatırım ihtiyaçlarının karşılanmasında ve faaliyetlerine başlamasında, daha sonraki aşamalarda ise şirketin yeni yatırımlara gitmesinde ve büyümesinde ihtiyaç duyulan temel finansman kaynağıdır. Özkaynak ile finansmanda temel kural sermaye riskini azaltmak ve ağırlıklı ortalama sermaye maliyetini minimize eden bir sermaye bilişimine (optimal sermayeye) ulaşmaktır. Kuruluş aşamasında KOBİ’ler ağırlıklı olarak özkaynak kullanmaktadır. Özkaynak ortaklardan sağlanabileceği gibi sermaye piyasası yoluyla da sağlanabilmektedir. Ancak enflasyon oranının yüksekliği ve bunun özsermayeyi negatif yönde etkilemesi aşırı artan girdi fiyatları üretim maliyetlerini yükselterek, bu maliyetleri fiyatlarına yansıtamayan işletmelerin özsermayelerinin erimesine neden olmaktadır (Sakallı, 2011:28).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerde, genelde başlangıç sermayesinin önemli kaynağı, faaliyet gösterdikleri ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmişlik düzeyine bağlı olarak kişisel tasarruflardan oluşmaktadır. Özsermaye finansmanında önemli ikinci kaynak ise, akraba ve arkadaşlardan sağlanan fonlardır. İstanbul Ticaret Odası’nın (İTO) KOBİ’lerle ilgili yaptırmış olduğu çalışmanın sonuçlarına göre,

küçük ve orta ölçekli işletmelerde para darlığı ile karşılaşanlar, sorunu çözümlemede birinci sırada akraba ve arkadaşlardan borç almayı %46,3, ikinci olarak banka kredilerinden yararlanmayı, %30,6'sı, üçüncü sırada iç borçlanmaya %19,2, dördüncü sırada %3,9 ile sermaye artısına gitmeyi tercih etmektedirler. Özsermaye işletmelere iktisadi kıymetlerin elde edilmesi için kaynak sağladığı gibi, işletmenin alacakları için de bir güvence oluşturur. Bu nedenle, özkaynaklarını yeterli olup olmaması önemli bir husustur. KOBİ'ler kuruluş aşamasında, başlangıç sermayelerinin ne olacağı ve bunun hangi yöntemle belirleneceği konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları gibi finansman konularında uzman kişi ya da kuruluşlara başvurma konusunda da istekli değildirler. Eğer müteşebbisin kendi sermayesi yeterli gelmiyorsa, yeni ortakların alınması alternatifi düşünülebilir. Ancak bu durum, işletme yönetim kontrolünün uzun dönemde elden çıkması gibi bir tehlikeyi de beraberinde getirebilir. KOBİ'lerin sermaye piyasası aracılığıyla özsermaye biçiminde kaynak temininin çok güç olması ya da hiç mümkün olmaması, bu tür firmaların daha ziyade banka kredileri gibi kaynakların kullanımı yoluyla finansman teminini zorunlu kılmaktadır (Koyuncu, 2010:13).

Özsermaye işletmelere iktisadi kıymetlerin elde edilmesi için kaynak sağladığı gibi, işletmenin alacakları için de bir güvence oluşturur. Bu nedenle, özkaynakların yeterli olup olmaması önemli bir husustur. KOBİ'ler kuruluş aşamasında, başlangıç sermayelerinin ne olacağı ve bunun hangi yöntemle belirleneceği konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları gibi finansman konularında kişi ya da kuruluşlara başvurma konusunda da istekli değildirler. Eğer müteşebbisin kendi sermayesi yeterli gelmiyorsa, yeni ortakların alınması alternatifi düşünülebilir. Ancak bu durum, işletme yönetim kontrolünün uzun dönemde elden çıkması gibi bir tehlikeyi de beraberinde getirebilir. KOBİ'lerin sermaye piyasası aracılığıyla özsermaye biçiminde kaynak temininin çok güç olması ya da hiç mümkün olmaması, bu tür firmaların daha ziyade banka kredileri gibi kaynakların kullanımı yoluyla finansman temini zorunlu kılmaktadır (Güngör,2011:45).

Özkaynaklar, bireysel tasarruflardan, ortaklardan veya işletmenin borsaya açılmasıyla hisse senedi ihracından sağlanmaktadır. Küçük işletmelerin kuruluş aşamalarında genellikle en çok başvurdukları Fon kaynakları, bu kaynaklardır. Bireysel tasarrufların öncelikli olarak başvuru kaynağı olmasının nedeni, bu kaynağın maliyetinin olmaması yani yabancı kaynaktan karşılaşılan faiz ödeme

yükümlülüğü altına sokmamasıdır. Bireysel tasarruf sadece müteşebbisin biriktirdiği tasarrufları kapsamaz; aynı zamanda sahip olduğu tüm kıymetleri/servetini içermektedir. İşletmenin kurulması ve faaliyete geçmesinden sonra elde edilen karlardan ayrılan Fonlar da özkaynak olarak kullanılabilir. Eğer girişimcinin kendi sermayesi işletme için yeterli gelmiyorsa, yeni ortakların alınması düşünülebilir. Ancak bu durum işletme yöneticilerinin yönetim kontrolünü uzun dönemde kaybedeceği düşüncesinden dolayı pek tercih edilmemektedir (Türköz, 2008:39).

KOBİ'lerin özkaynaklarını güçlendirilmesinde başvurabilecekleri yöntemler stratejik ortaklık kurulması, birleşme ve devralmalar olarak sıralanmaktadır. Faaliyetleri açısından birbirini tamamlayan, birlikte olmaları halinde birleşen kaynakların toplamından daha fazla değer yaratma olanağı bulunan şirketlerin bir araya gelmesi, birinin diğerinin sermayesine iştirak etmesiyle oluşan ortaklık şirketlere finansal gücün ötesinde, şirketin geleceğine yönelik yeni pazarlar yaratma, büyüme, karlılık ve verimlilik geliştirme, kon-how kazandırma, teknoloji geliştirme gibi olanaklar sağlayarak şirket değerinin artmasını sağlamaktadır. Özellikle ABD ve gelişmiş Avrupa Piyasalarında çok yaygın şekilde ve profesyonelce yürütülen bu işlemin ülkemiz şirketleri için de onumuzdaki yıllarda önemli bir alternatif haline geleceği düşünülmektedir. Şirketlerin birleşmesi ise benzer güçlere sahip, faaliyet konuları birbirine yakın veya birleşme halinde önemli sinerji yaratacak nitelikleri olan firmaların bir şirket çatısı altında toplanmalarını ifade eder. Devralmalar da daha büyük firmaların, yine benzer faaliyet alanında veya değer zinciri içindeki (tedarikçi veya satıcı konumundaki) firmaları denetim, kalite, pazar payı, büyütme, rekabet avantajı sağlama amaçları ile kendi çatısı altına almasını, yani satın almasını ifade etmektedir (Sakallı, 2011:29).

2.1.2. Banka Kredileri

Küçük işletmelere kredi sağlayan temel finansman kaynaklarından biri de, bankalardır. Kredi faiz oranları diğer finansal kuruluşlara göre daha düşük olan bankalar, genellikle küçük işletmelere kısa vadeli kredi açarak, onların işletme sermayeleri için gerekli finansmanı sağlarlar (Güngör, 2011:43).

Ülkemizde KOBİ'ler genellikle banka kredisi kullanmak yerine özkaynağı kullanmayı tercih etmektedir. KOBİ'lerin öz kaynak dışındaki diğer finansman

kaynaklarından yararlanmak istememelerinin nedeni, finansman maliyetinin yüksekliği ve özkaynak dışı finansman teminindeki güçlüklerden kaynaklanan finansman riskidir. KOBİ'ler genellikle kuruluş aşamasında, faiz yüküne katlanmamak amacıyla gereken finansman ihtiyacını özkaynakları ile finanse etmektedir. Bu işletmeler daha sonraki gelişme dönemlerinde ise işletme dışı finansal kaynaklara başvurmaktadır (Çetin ve Bıtırak, 2009:129).

Fakat KOBİ'ler banka kredilerine erişimine engel teşkil eden birtakım sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunlar aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir (Sakallı, 2011:29-30):

- **Vadelerin kısa olması:** Ülkemizde orta vadeli kredi verme oranının düşük olduğu dikkate alındığında KOBİ'lerin yatırımlarını orta vadeli kredi kullanmaksızın daha çok kısa vadeli banka kredisi ile karşılamaya çalıştığı gözlenmektedir. Bunun sonucunda, daha üretim aşamasına gelmeden kredilerin geri ödeme sürelerinin gelmesi ile KOBİ'ler mali krize girebilmektedirler. Bu tür örneklerle sıkça karşılaşıldığından KOBİ'ler ya kredi almaktan çekinmekte yada yeni yatırımlara girmekten kaçınmaktadırlar. Yeni yatırımlara girilmemesi istihdamın artmasını engelleyerek ülke ekonomisinin kalkınmasını olumsuz yönde etkilemektedir.
- **Kredi miktarının sınırlı tutulması :** KOBİ'lerin kayıt dışı bilançolarından dolayı yeterli özsermaye ve aktif büyüklüğe sahip olmamaları nedeniyle, bankalar KOBİ'lere kredi vermekte tereddüt etmektedirler. İTO'nun yaptığı bir araştırmada, KOBİ'lerde sermaye kaynağının %78,56'sını önceden yapılan tasarrufların; %7,71'lik kısmını ise banka kredilerinin oluşturduğu ortaya çıkmıştır.
- **Faiz oranlarının yüksekliği:** Büyük işletmeler kredi temininde faiz yükünün getirdiği maliyetleri ürünlerine yansıtabilirken KOBİ'ler bunu yapamamaktadırlar. Kredilerin faiz oranının yüksek olmasına neden olan faktörler arasında devletin faizlerden aldığı vergi ve fonlar gösterilmektedir. Bunun yanında bankaların personel ve sabit maliyetlerinin yüksekliği de faiz oranlarını etkileyen bir başka etmen olarak ortaya çıkmaktadır.

- **Teminat gösterme zorunluluğu:** Bankalar KOBİ'lere kredi sağlar iken kendilerini güvence altına almak için geleneksel teminat politikasının likit (mevduat, hazine bonosu, devlet tahvili) ve gayrimenkul varlıklara dayalı olması, KOBİ'ler açısından sorun teşkil etmektedir. Sınırlı kaynaklarla kurulan orta ölçekli işletmelerde üretim etkinliğine direkt etkisi olmayan bina, arsa ve arazi gibi maddi duran varlıklar fazla yer tutmamaktadır. KOBİ'ler kaynaklarını, doğrudan üretim faaliyetine yönelik işlemlere ayırma eğilimindedir. Ancak kredi kuruluşları açısından üretim makineleri ile ticari işletme rehininin teminat değerliliği yüksek değildir. Birçok kredi sözleşmesinde, sorun işletme sahip ya da sahiplerinin kişisel mal varlıklarının teminat olarak gösterilmesi ile giderilmeye çalışılmaktadır. KOSGEB'in 2004 yılı saha çalışmasına katılan 40.000 işletmenin 70%'i kredi kullanmadığını belirtmektedir. Kredi kullanmama nedenlerinin başında da teminat sorunu geldiği belirtilmektedir. Kredi teminata değil projeye yönelik olmalıdır. Projeye yönelik kredilendirmeye geçiş için mevcut bankacılık sistemimizde çok önemli değişikliklere gidilmesi gerekmektedir bir diğer yol ise kredi garanti fonu benzeri şirketlerin kurularak KOBİ'lerin desteklenmesidir.

Bunun yanında KOBİ'lerin bankalardan bazı beklentileri vardır. Bu beklentiler aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Çelikkol vd., 2008:262-263):

- Bilgi bankalarının ve danışma hatlarının kurulması,
- Bankaların tüm işlemlerini güven içerisinde ve zamanında yerine getirmesi,
- KOBİ'leri aynı banka ile uzun süreli ilişki kurarak elde edilen faydayı en üst düzeye taşıyabilmesi,
- Krediyi alma sürecinin hızlı bir şekilde tamamlanması.

Bankalar, KOBİ'lere KOBİ Bankacılığı olarak isimlendirilen faaliyet ile bu işletmelere kredi temininin yanında sektörel destek paketlerinden, bilgi ve eksikliklerini tamamlanmasını içeren kapsamlı bir hizmet sunabilmektedir. Bu hizmetler KOBİ'ler için bazı avantajları beraberinde getirmektedir. KOBİ'lerin borçlanma maliyetini düşürmesi, faydalanılacak kredi miktarını arttırması, gereksinim duyulan teminatı azaltması, kredi talebi sonrasında bankanın uygunluk

değerlendirilmesinde işlem süresi azaltması gibi avantajlar söz konusudur (Çelikkol vd., 2008:263-264).

T.C. Merkez Bankası, İstatistik Genel Müdürlüğü'ne bağlı Sektörel Değerlendirme Müdürlüğü'nün yapmış olduğu bir inceleme sonuçlarına göre, baz alınan ülkelerde KOBİ'lerin büyük ölçekli firmalara oranla daha çok yabancı kaynak kullanmalarının yanı sıra, kullanılan banka kredilerinin toplam kaynaklar içindeki payının da daha yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin; Japonya da faaliyet gösteren KOBİ'lerin diğer ülkelere oranla ağırlıklı olarak daha çok uzun vadeli banka kredisi kullandıkları ve kullanılan kredinin toplam kaynaklar içindeki payının yüzde 38-41 arası değerler aldığı dikkat çekmektedir. Büyük ölçek grubunda ise söz konusu oran yüzde 14-17 arasında değişmektedir. Japonya'dan sonra ikinci sırayı Amerika almaktadır. Türkiye'de ise diğer ülkelere nazaran büyük işletmeler daha çok banka kredisi kullanmaktadırlar. Kullanılan banka kredisinin toplam kaynaklar içindeki payı % 20-27 arasında değişmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de KOBİ banka kredi ilişkilerinin zayıf olduğu anlaşılmakta ve bu oran % 5 düzeyinde kalmaktadır (aktaran Koyuncu, 2010:14)

Yukarıda da belirtildiği gibi KOBİ'lerin, toplam kredi kaynaklarında dünya ortalamasının altında olan payları son yıllarda ki çalışmalarla beraber artırılmıştır. 2001 yılında yaşanan şubat krizine kadar olan dönemde yoğunluklu olarak kamuyu fonlayan bankalar, kriz sonrasındaki dönemde kamunun borçlanma ihtiyacının azalmasına paralel olarak bireyler ve reel sektöre ayırdıkları kaynak artmıştır. Büyük ticari kredilerin yani sıra risklerini yaymak isteyen bankalar bu anlamda KOBİ'leri keşfetti. Bankalar özellikle son bir iki yılda kredi talebi olan 3 milyona yakın müşteriye yakalamak için KOBİ'lere yönelik destek kredilerini arttırmıştır (Koyuncu, 2010:14).

2.1.3. Ticari Krediler

Ticari krediler satıcının alıcıya, malın satılması nedeniyle vermiş olduğu kısa vadeli kredilerdir. Günümüzde birçok işletmede, özellikle diğer finansman kaynaklarından yararlanma olanakları sınırlı bulunan küçük işletmelerde, ticari krediler en önemli kısa süreli finansman kaynaklarıdır.

Satıcı kredileri prosedürünün diğer kredilere oranla daha basit olması nedeniyle KOBİ'lerin sık kullandığı bir finansman yöntemi olmakla birlikte,

işlemede bir ödeme vadesi ya da bir ödeme planının bulunması nedeniyle satıcı ilave bir maliyetle karşı karşıya kalmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken konu, söz konusu ilave maliyetin mal bedeline yüklenmesi durumunda alıcı firma tarafından vadeden kaynaklanan maliyetin, diğer alternatif finansman yöntemlerinin maliyetleri ile karşılaştırılarak karar verilmesidir (Koyuncu, 2010:14).

Ticari krediler en çok açık hesap ve borç senetleri şeklinde kullanılmaktadır. Açık hesap; malları satın alan işletmenin satıcıya herhangi ödeme yapmadığı ve alıcının da imza karşılığı bir sorumluluğunun olmadığı, satıcının alıcının güvenilirliğinin göz önüne alarak açtığı kredilerdir. Açık hesapta vade sonunda malın tutarının ödenmesi beklenir. Borç senedi, alıcı ile satıcı arasında satıcıya verilen ödeme taahhütlerini gösterir çek, senet vb. belgelerdir. Borç senetlerinde alıcı ile satıcı arasında borçla ilgili anlaşmazlıkların önlenmesi amacı vardır. Ayrıca borç senedi uyuşmazlık durumunda alacağın kolayca kanıtlanması imkânını verir ve ciro edilerek kullanılabilir (aktaran Güngör, 2011:43).

2.2. KOBİ'lerin Kullandığı Alternatif Finansman Kaynakları

KOBİ'lerin birçok yönetsel ve büyük işletmelerle rekabet sorununun çözümünde önceliği KOBİ'lerin finansman sorununun çözümüdür. Ülkeler arasında iş birliğinin yaygınlaştığı günümüzde, işletmelerin bir taraftan yapılarının küçülmesi, diğer taraftan yeni oluşumlar ülkelerarası ticari faaliyetlerinde yeniden yapılanmasını zorunlu hale getirmiştir. Türkiye'de son yıllarda KOBİ'ler için alternatif finansman seçenekleri büyük gelişme göstermektedir. Ancak, finansman piyasalarının ulaştığı düzey dikkate alındığında Türkiye'de banka dışı finans kurumları ya da alternatif finansman tekniklerinin KOBİ'leri istenilen ölçüde desteklemediği ifade edilebilir (Türkan, 2011:26).

Küçük ve orta boy işletmelerin finans imkanlarının artırılması için Türkiye'de yeni finans araçları oluşturmaktadır. KOBİ'lerde ülkemizde gerek hukuki açıdan gerekse uygulama yönüyle oluşmuş bulunan leasing, faktoring ,risk sermayesi vb. finans araçlarından yararlanabilirler. KOBİ'lerin en önemli sorunlardan biri olan finans sorunun çözümünde ve finans kaynaklarına erişiminde söz konusu olan bu yeni finans araçlarının yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır.

KOBİ'lerin finansman sorunlarının çözümü için KOBİ'lerin banka kredilerinden daha çok faydalandırılması çalışmaları yapılmalıdır. Bu krediler yasal yükümlülüklerden muaf tutularak, fon ve vergi istisnaları getirilerek kredilerin kaynak maliyetleri ucuzlatılmalıdır. Düşük faizli Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası kaynaklı reeskont kredisi kullanılmalı, yine Merkez Bankası tarafından düşük faizli kredi kullanılarak bankaların KOBİ'lere finansman olanakları sağlaması gerekmektedir. Bankalar gibi devlet de KOBİ'lere yardımlarını artırmalı, düşük faizli kredi ile hazine arazilerinden faydalandırabilmeli, teknoloji ithalatında kolaylıklar sağlayabilmeli, KOBİ'lerin sermaye piyasalarına daha kolay girebilmelerini sağlayabilmelidir. Kayıt dışı ekonomi ortadan kaldırılmalı, ihracata yönelik teşvikler artırılmalıdır. Finansman konusunda eksik bilgiye sahip KOBİ'lerin üniversite ile işbirliği sağlanarak, işletmenin sermaye yapısı ve bütçe konularında ve diğer finansal konulardaki bilgi eksikleri eğitim yoluyla giderilmelidir. Sınırlı banka kredilerinden yararlanamayan küçük ve orta boy işletmeler risk sermayesi, finansal kiralama, faktoring, forfaiting, Avrupa Yatırım Ortaklığı Programı gibi finansal araçlardan faydalanarak finansman sorunların kurtulma yoluna gidebilmektedir (www.kosgeb.gov.tr).

Türkiye'deki KOBİ'lerin Avrupa Birliği KOBİ'leriyle uyumunu sağlayıp rekabet edebilecek politikalarının geliştirilebilmesi için KOBİ'lerimizin alternatif finansman yöntemlerinden faydalanması gerekir. Bu yöntemleri şu şekilde sıralayabiliriz ;

- Risk sermayesi,
- Faktoring,
- Leasing,
- Forfaiting,
- Franchising,
- Barter sistemi,
- Kredi garanti fonu.

2.2.1. Risk Sermayesi

2.2.2.1.1. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Tanımı ve Gelişimi

En basit anlatımıyla, risk sermayesi; kendilerine finansman arayan şirketlerin ve/veya yeni fikirleri olan girişimcilerin; kendilerine yatırım yapabilecekleri yeni fikirleri olan girişimciler ve şirketler arayan, risk almaya hazır finansör/ sermayedarlar ile buluşması olarak tanımlanıyor (Güngör,2011:103).

Risk sermayesi; iyi bir iş kurma fikrine, gerekli girişimcilik yeteneğine ve bilgisine sahip olan, ancak iş kurmak için sermayesi olmayan girişimcilere, fikirlerini gerçeğe dönüştürmek için gerekli kaynağı sağlayan alternatif bir finansman yöntemidir (Civil,2008:4).

Teknolojiye dayalı işletmeler gerek ürünlerinde gerekse üretim süreçlerinde kullandıkları yüksek teknolojik imkanlar sayesinde piyasada önemli rekabet avantajı sağlamaktadırlar. Teknolojiye dayalı olan bu işletmelerin, piyasadaki rekabet avantajlarını koruyup geliştirebilmeleri için teknolojik gelişmeye süreklilik kazandırmaları gerekmektedir. Ancak işletmeler için yüksek maliyetli teknolojik yatırımların uzun yıllar finansmanını karşılayabilmeleri pek mümkün olmamaktadır. İşte işletmelerin karşılaştıkları bu tür finansman sorunlarının çözümü için kullanılabilecek araçlardan bir tanesi de risk sermayesi kavramıdır (Akkaya ve İçerli,2001:2).

Risk sermayesi dinamik, yaratıcı ve yenilikçi ancak finansman gücü yeterli olmayan girişimcilerin yatırım fikirlerini geliştirmelerine imkan sağlayan, gerektiğinde işletme ve yönetim desteği de veren, hisse senedi karşılığında sermaye aktarımı sağlayan bir finansal kaynak sağlama yöntemidir. Bilindiği gibi laboratuvarlardan fabrikaya geçiş aşlında çok riskli, fakat aynı zamanda büyük kar potansiyeli taşıyan bir olaydır. Bu nedenle risk sermayesi finansmanını az ihtimalle büyük kar ile büyük ihtimalle küçük zararın sentez edildiği bir finansman türü olarak nitelendirmek mümkündür (Conkar,2007:4).

Modern anlamda risk sermayesi ile kurulan ilk şirket bir dönemlerin efsanevi bilişim markası ‘Digital’dır. 1957 yılında American Research & Development adlı bir şirketin, yetmiş bin dolarlık yatırımı ile kurulan Digital’in, on beş yıl içinde piyasa değeri tam beş bin kat artarak 3.5 Milyar \$’a ulaşmıştır. Bu şirket 1998 yılında yine risk sermayesi ile kurulmuş olan Compaq şirketine 10

Milyar \$'a satılmıştır (Akkaya ve İçerli,2001:2). Risk sermayesi finansman modeli, II. Dünya Savaşı sonrasında ABD, İngiltere, Fransa, Japonya, Hollanda ve Almanya gibi teknoloji ağırlıklı sanayileşmeyi benimseyen ülkelerde ilk kez ortaya çıkmıştır. Modern anlamda, ilk risk sermayesi Şirketi ise 1946 yılında kurulan American Research and Development'dir (Aras ve Müslümov, 2001). Risk sermayesi finansman modeli 1980'lerle birlikte Avrupa ve Japonya'da da yaygın bir uygulama alanı kazanmaya başlamış bulunmaktadır. Dünyada risk sermayesi ile ilgili rakamlar çok hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Amerika'da 1999 yılı sonu verilerine göre risk sermayesi yatırımlarının büyüklüğü 50 Milyar \$'dır. 1998 yılına göre % 160 artan risk sermayesi yatırımlarının 31.9 Milyar \$'ı sadece internet şirketlerine yapılmıştır. (Akkaya ve İçerli,2001:2).

Tablo 2.3. ABD'de Yapılan Risk Sermayesi Yatırımlarının Yıllar İtibariyle Dağılımı

Yıl	Şirket Sayısı	Anlaşma	Yatırım(\$M)
2002	2667	3155	20871.3
2003	2474	2986	18942.2
2004	2641	3141	21801.7
2005	2721	3190	22650.3
2006	3119	3746	26184.9
2007	3328	4018	29965.4
2008	3327	4004	28008.4
2009	2441	2893	18068.0
2010	1518	1646	11387.3

Kaynak: Beşkardeşler, 2010:37

Risk sermayesi ABD'de, özellikle 1970'li yıllardan sonra tutar ve yatırım sayısı yönüyle çok önemli boyutlara varmış bir finansman yöntemidir. 2000 yılında yıllık toplam yatırım tutarı açısından rekor seviyesi olan 105 milyar USD'ye ulaşan ABD risk sermayesi yatırımlarının 2000-2010 yılları arasındaki seyri yukarıdaki tabloda görülmektedir.

Risk sermayesi finansman modelinden ülkemizde, yeterli fon ile gerekli olan başlangıç sermayesinin temin edilememesinden dolayı pek fazla yararlanılamamaktadır. Risk sermayesi kavramı Türkiye finans piyasalarına yeni

giren bir finansman şeklidir. Bu konuda Türkiye’deki ilk girişim bankalar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla kurulan ilk fon ise Vakıf Risk A.Ş.’dir. Yabancı sermayede bu amaçla Türkiye’de çeşitli yatırımlar yapmıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı risk sermayesi fonları arasında AIG, Alliance Capital ve Morgan Stanley gibi önemli işletmeler bulunmaktadır. Ülkemizde risk sermayesi 1993 yılında çıkarılan 21 sayılı “Risk Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği” ile yasal bir düzenlemeye kavuşmuştur. Bu tebliğde risk sermayesi, “Girişimci Şirketlerin birinci el piyasalarda ihraç ettiği sermaye piyasası araçlarına yapılan uzun vadeli yatırımları ifade eder” Şeklinde tanımlanmıştır. Son yıllarda, KOSGEB ve diğer kamu Şirketleri tarafından bölgesel yatırım ortaklıklarının kurulması planlanmaktadır (Aras ve Müslümov, 2001).

Risk sermayesi kurumsal olarak uygulanmaya başladığı ilk andan günümüze kadar beş farklı dönemden geçmiştir. Bu dönemler aşağıdaki gibidir (Civil, 2008:8):

- I. Durgunluk Dönemi : 1945-1956
- II. Patlayış Dönemi : 1957-1969
- III. Gerileme Dönemi : 1970-1975
- IV. İyileşme Dönemi : 1976-1982
- V. İkinci Patlayış Dönemi : 1983-

Risk sermayesi, dünyadaki teknolojik gelişmelere ve sermaye birikimlerine paralel olarak inişli çıkışlı dönemler geçirerek gelişimine devam etmiştir. Günümüzde de risk sermayesi yatırımları geniş bir ekonomik coğrafyada uygulanmaktadır (Civil, 2008:8).

2.2.1.2. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Özellikleri

Bu modelin temeli, bir ortaklığa dayanmaktadır. Ortaklığın bir tarafında bilimsel gelişmeleri izleyen, bunları uygulanabilir teknolojilere dönüştürerek satılabilir mallar üretebileceği inancına ulaşan girişimciler bulunmaktadır. Bu ortaklığın diğer tarafında ise, bu girişimcilerin fikirlerini inceleyerek başarılı

yatırımlara dönüşebileceğine inanan ve bu nedenle onları finanse eden risk sermayedarları yer alır. Bunlar ise tasarruf fazlası bulunan kişiler veya çoğunlukla bu amaçla kurulmuş olan risk sermayesi şirketleridir. Böylece risk sermayesi başlı başına alternatif bir finansman modeli olarak ortaya çıkmış olur (Akkaya ve İçerli,2001:64).

Bir risk sermayesi modeli incelenirken genelde şu sorular üzerinde durulmaktadır (Akkaya ve İçerli, 2001:64);

- İşletmeyi yada projeyi özgün kılan ve diğerlerinden ayıran nedir ?
- İşletmenin gerçek niyeti nedir? (İşletme geçmişte hangi faaliyet alanlarında çalışmıştır)
- Pazardaki rekabet düşünüldüğünde işletme karlılığını nasıl sağlayabilir?
- Sermayeden en üst düzeyde nasıl yararlanabiliriz?
- İş planını gerçekleştirebilecek yönetim yeteneği mevcut mudur?
- Bu planını gelecekte işletme üzerinde ne gibi bir etki yaratacaktır?
- Yatırımcılar için hali hazırda bir iş stratejisi var mıdır?

Modelin başlıca özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Bu yol ile finansman sağlama, hisse senedi ve hisse senedi benzeri araçlar yoluyla gerçekleştirilmektedir. Böylece esas olarak finansman sağlanan işletmeye ortak olunmaktadır. Bunun sonucu olarak girişimciye sağlanan fonun geri dönmesini garantiye almaya yönelik, başlıca kredilerinde olduğu gibi bazı tedbirler almaya gerek yoktur. Bu risk sermayesi şirketleri işlemecilikle ilgili riskleri girişimciyle birlikte üstlenmektedir (Akkaya ve İçerli,2001:65).
- Yatırım projesi gelişme potansiyeli gösteren yeni teknolojileri ve malların üretimini içermeli, dinamik, yaratıcı KOBİ'lere yönelik olmalıdır. Bu tür firmalar yaratıcı ve dinamik girişimci yapılarına rağmen verimlilik beklentisi yüksek olan projelerini öz varlıklarının yetersiz olması sebebiyle sermaye ve para piyasası araçları ile finanse edememektedirler. Bu sebeple

risk sermayesi bu türdeki yatırımlar için önem kazanmaktadır (Yüce, 2007:96).

- Risk sermayesinin kapsamı yatırımlarla sınırlı değildir. Girişimci aynı zamanda yönetsel bilgi birikimini ve deneyimini kullanmakta, aktif olarak firmanın fizibilite çalışmalarına, kuruluşuna ve yönetimine katılmaktadır. Bunun sebeplerinden biri işletmenin yönetsel deneyimleri risk sermayesi şirketlerine göre riski daha az olması diğeri ise risk sermayesi şirketi açısından üstlendiği riski azaltmak için firmayı kontrol altında tutmak istemesidir (Yüce, 2007:96).
- Risk sermayesi yatırımı hisse senedi karşılığında yapılmaktadır. Bu anlamda sermayedar büyük bir risk altında olacağı için yatırım yapacağı projeyi iyi bir inceleme altına almaktadır. Risk sermayesi yatırımları uzun vadeli yatırımlardır. Ortalama yatırımın geri dönme süresi 5-10 yıldır (Yüce, 2007:96).
- Geleneksel hisse senedi piyasasından özkaynak şeklinde ve bankalardan da yabancı kaynak şeklinde fon sağlama imkânı olmayan KOBİ'ler finansman kaynağı bulma imkânına sahip olurlar. Bu tür firmalar üretken ve dinamik yapılarına rağmen mal varlıklarının ve verebilecekleri güvencelerin yetersizliği dolayısıyla gelecek vadeden projelerine fon temin edememektedir (Akkaya ve İçerli, 2001:65).
- Bu yolla sağlanan finansman desteği uzun vadelidir. Model işletmenin faaliyet döneminde otofinansman imkanlarını daraltmaz. Finansman sağlayan risk sermayedarı, bağladığı fonu işletmeye herhangi bir şekilde ödeterek değil, hisse senetlerini sermaye piyasasında satarak geri tahsil etmiş olur (Akkaya ve İçerli, 2001:65).
- Model, yatırımcıların üstlendiği riskin yüksek olduğu bir modeldir. Fakat uygulamada yatırımın doğrudan değil, risk sermayesi şirketi aracılığı ile yapılması ve bu şirketin yanında çalıştırdığı yeterli bilgi ve tecrübeye sahip uzmanların olması nedeniyle yeni kurulan bir şirkete doğrudan yatırım yapma durumuna göre yatırımcının riski azalacaktır (Akkaya ve İçerli, 2001:65).

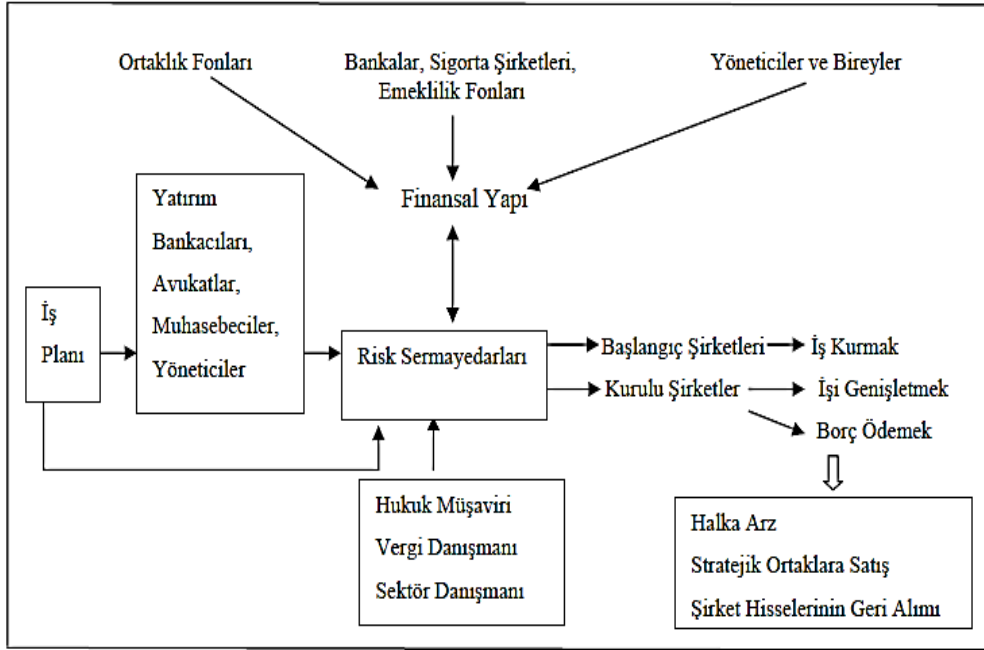
- Risk sermayesi, finansman yanında ekonomide hayati bir öneme sahip teknoloji transferini de sağlamaktadır. Böylece geliştirilmiş ürünlerin veya yöntemlerin ülke içinde yeniden bulunması çabaları ve eğilimi önlenmiş olmaktadır. Bunun sonucunda ülke içindeki Ar-Ge kapasiteleri ve bunlar için yapılan harcamaları diğer verimli alanlarda kullanma olanakları oluşmaktadır (Tuncel, 2000:22).
- Risk sermayesi şirketi pasif bir ortaklık değildir. Girişimin sermayesine katılıp, bir kenara çekilerek işletmenin gelişmesini ve hisse senetlerinin değer kazanmasını beklemek, gerekli ölçüde işletmeye yönetsel ve teknik danışmanlık sağlar (Akkaya ve İçerli, 2001:65).
- Risk sermaye şirketleri yeni stratejik ve riskli yatırımların yapılmasına yardımcı olurken, aynı zamanda toplumsal kalkınmaya da imkan sağlamaktadır. Bir taraftan teknoloji üretimi ve stratejik yatırımlar yapılırken diğer taraftan da istihdam artışı oluşmaktadır. Risk sermayesi ekonominin rekabet gücünü artırarak dış ticaret değerlerine olumlu bir etki yapmaktadır (Akkaya ve İçerli,2001:65).

2.2.1.3. Risk Sermayesi Finansman Modelinin İşleyişi

Risk sermayesi yatırımında, hazırlık prosedürleri şu şekilde özetlenebilir (Akkaya ve İçerli, 2001:68);

- Geliştirilen ürün veya tasarım için kapsamlı mali ve teknik araştırmaları içeren profesyonel bir fizibilite raporu hazırlanır,
- Fizibilite etüdünün sonucunda proje maliyeti ortaya konulur,
- Fizibilite etüdünün baz alındığı bir iş planı (business plan) hazırlanır ve plan risk sermayesi şirketine gönderilir,
- Risk sermayesi uzmanları iş planını inceler, eğer iş planı umut verici mahiyette ise proje detaylı incelemeye alınır,
- İncelenen proje hala ikna edici bulunuyorsa, risk sermayesi şirketi kendi uzmanlarına tekrar fizibilite etüdü yaptırır. Eğer bu proje yeterli görülüyorsa bu aşamada reddedilir,

- Proje yapılabilir ve beklenen karlılık düzeyinde bulunuyorsa risk sermayesi şirketi ile birlikte kurulacak şirket için ortaklık görüşmeleri başlar,
- Anlaşma sağlanırsa projenin gerçekleşmesi için şirketin kurulması çalışmalarına başlanır.



Kaynak: Atilla, 2006:53

Şekil 2.1. Risk Sermayesi Finansman Modelinin İşleyişi

2.2.1.4. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Avantajları

Sistemin avantajları şu şekilde sıralanabilir (Koyuncu, 2010:69):

- Anapara ve faiz biçiminde sabit geri ödeme yükümlülüğü içermeyen bir kaynak olarak, atıl tasarrufların girişimcilere etkin biçimde aktarılmasını kolaylaştırır.
- Küçük işletmeler aracılığıyla yeni teknolojilerin denenmesini ve uygulamaya konulmasını kolaylaştırır.

- Bu sistemle öz kaynak temin edebilen işletmenin yabancı kaynak ihtiyacı azalır.
- Risk sermayedarı, finansmanına katkıda bulunduğu projenin sahibi olan girişimin başarılı olması için sorumluluk üstlenerek, aktif bir ortak mantığıyla ve yönetim tecrübesi olan elemanları aracılığıyla girişime teknik ve yönetsel destek sağlayabilmektedir.

2.2.1.5. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Dezavantajları

Risk sermayesi sisteminin kullanımında KOBİ yöneticilerinin algılayabilecekleri olası dezavantajlar şu şekilde sıralanabilir (Koyuncu, 2010:70):

- Risk sermayedarları, yatırımdan bir an önce getiri elde etmek istediklerinden firmanın yönetimine baskı yapabilirler.
- Risk sermayedarları KOBİ'lere finansmanın yanı sıra yönetim konusunda da danışmanlık verebilmektedirler. Ancak bu alanda bir tecrübe yetersizliği KOBİ'lerin yönetiminde risk oluşmasına neden olabilir.
- Risk sermayedarları girişimin kilit noktalarına gelecek yönetici adaylarıyla mülakat yapmayı tercih ederler. Ancak orta düzeydeki yöneticilerin alımında aktif olmayı tercih etmezler. Çünkü böyle davranmaları yatırımın yolunda gitmediği sinyalini verebilecektir.

2.2.1.6. Risk Sermayesi Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar

Risk Sermayesinin ülke bazındaki makro etkileri iki grupta toplanabilir. Bunlar; tam istihdamı, dış ticarete dengeyi ve ekonomik büyümeyi sağlama etkileri diğeri değişim ve teknoloji sağlama etkileridir. Tam istihdamın gerçekleşmesi, risk sermayesinin ekonomik piyasada yaygınlaşmasıyla sağlanabilir. Risk sermayesi çözülemeyen finansal sorunlarda bir alternatiftir. Bu özelliği sebebiyle risk sermayesi; dünün değil, yarının çalışma alanlarını temin etmektedir. Dolayısıyla ekonominin yarışma gücü düzelmekte ve dış ticarete denge sağlanmaktadır.

Günümüzde risk sermayesi modelinin bir ekonomik sistemdeki işlevleri ve faydaları aşağıdaki maddelerde açıklanmıştır (Güngör,2011:111):

- Bu model ile klasik finans sisteminden kaynak sağlamada büyük zorluklar çeken ve çoğu kez mali sıkıntılar içinde var olmayı çalışan küçük ve orta ölçekli girişimlerin bu alandaki ihtiyacı karşılanmaktadır.
- Yüksek teknolojiye yönelik yeni fikirleri olan, gelişen, küçük girişimcilere risk sermayesi sağlandığında, bu ürünlerin ticarileştirilmesi ile teknolojik ilerleme sağlanmakta, böylece uluslararası alanda da rekabet avantajı elde edilmektedir.
- Bu model aracılığıyla dinamik, üretken ve çoğunlukla genç, ancak yeteri kadar finansman gücü olmadığından ortaya çıkamayan yeni bir “girişimci sınıf” meydana getirilmektedir. Böylece bu modelin başarıyla uygulandığı ülkelerde, parası olmayan ancak dinamik ve üretken olan herkesin bir iş sahibi olabileceği fikri, teorik de olsa yaygınlaşmaktadır.
- Tasarrufları doğrudan sabit sermaye yatırımlarına aktardığı için bir ülkenin sanayileşmesine büyük bir katkıda bulunmaktadır.
- Risk sermayesi şirketleri sürekli olarak sermaye piyasasında faaliyette bulunmak zorunda oldukları için sermaye piyasasının gelişimine büyük bir katkıda bulunmaktadır.
- Risk sermayesi yeni alanların istihdam açılmasını sağladığından işsizlik oranını düşürmektedir.

Risk sermayesinin firmalara sağladığı katma değer de şunlardır (Güngör,2011:112):

- Sektör ve ürün bazında uzmanlaşmış, aynı zamanda başarılı girişimci olan risk sermayedarları, sahip oldukları sektörel, teknolojik ve ürün pazarları hakkında bilgi ve deneyimleriyle, ilgilendikleri firmaların üretim imkânları sınırını genişleterek katkıda bulunmaktadır.
- Risk sermayedarı, firma değerinde artış sağlayarak veya herhangi bir teknolojik yenilik, fikir, patent, franchisee geliştirerek karlı yatırım imkânlarına sahip olmayan bir firmayı, kârlı yatırım imkânına sahip bir firma konumuna getirebilmektedir.

- Risk sermayedarı, üretim imkânları sınırı, en azından bağlanan fonun fırsat maliyeti kadar getiri sağlayabilecek olan firmaları tercih edecektir.
- Risk sermayedarı, zamanı geldiğinde yatırımdan çıkarken firmayı başka bir yatırımcıya veya firmanın kendisine satabilmekte veya halka açmaktadır. Dolayısıyla sağlanabilecek ekonomik değer ise yüksek olmaktadır. Bu yolla eski ortaklar kazanç sağlamakta ve firmanın üretim imkânları sınırı genişlemektedir.
- Firmalar bankadan, finansman gereksinimini güvence nedeniyle karşılayamayabilir. Fakat risk sermayedarının yaptığı yatırımlar bankalara o firmanın güvenilirliği hakkında müspet fikirler vermektedir. Bu durumda bankaların borç vermesi daha kolay olmaktadır. Böylece risk sermayedarı, o firmanın daha kolay borçlanması ve sermaye piyasalarına girişini sağlamaktadır.

2.2.2.Faktoring

2.2.2.1. Faktoring Finansman Modelinin Tanımı ve Gelişimi

Faktoring, Latince kökenli bir kelime olup başkası hesabına davranan kişiyi ifade etmektedir. Faktoring terimi Latince ‘de mevcut “facere” teriminden kaynaklanmaktadır. Facere bugün İtalyanca ‘da “fare”, Fransızca ‘da “fire” ile eş anlamlı olup “yapmak, yerine getirmek” anlamındadır.¹ Gerek diğer ülkelerde gerekse Türkiye’de yerleşmiş olan bu terime Türkçe karşılık bulmak gerekirse, genel “ alacak devir ve satımı işlemi” deyimini kullanılabilir (Kocaman,1994:6).

Faktoring alacağın temlikinden öte bir kavramdır. Faktoring basit bir alacak değildir. Alacağın temliki bir hizmetin sağlanması için yapılmaktadır. Faktoring’in temelini oluşturan temlik işlemi hukuken tasarrufi bir işlem olup alacak hakkının devri veya satışı anlamına gelmektedir. Faktoringe konu olan alacaklar yurtiçi satışlardan olabileceği gibi, yurt dışına yapılan satışlarla da ilgili olabilir ve bu alacaklar genellikle açık hesap şeklindeki alacaklardır (Tosun, 2007:05).

Faktoring tanım olarak; kredili satış yapan firmaların bu satıştan doğan alacak haklarını faktor veya faktoring şirketi denen kuruluşlara devrederek alacağın bu kuruluşlar tarafından tahsil edilmesini sağlayan ve müşterisine

tahsilatın yanı sıra birçok hizmeti de birlikte sunan bir hizmetler paketidir. Faktoring daha geniş bir anlatımla, bazı istisnalar dışında, her türlü mal ve hizmet satışı sonrasında oluşan “vadeli” ticari alacakların temlik karşılığı faktor denilen finans kurumuna devredilerek, bu kurumdan ön ödeme, alacak takibi, tahsilat, muhasebe” gibi hizmetlerden, önceden belirlenen hizmet komisyonu, finansman faizi gibi masrafları ödeyerek yararlanmaktır. Faktoring işlemi, üretici veya satıcı ile faktor arasında bir sözleşmeyi gerektirir. Bu sözleşme gereğince, faktor, kredili satış yapan üretici işletmeye aşağıdaki hizmetleri sunabilir (Ceylan,2008:1):

- Muhasebe kayıtlarının tutulması,
- Kredili satışlardan doğan alacakların vadesinde tahsil ve takip edilmesi,
- Alacakların tahsil edilememesi halinde doğacak kayıpların karşılanması,
- Satıcı işletmeye kredili satış tutarının belli bir oranında kredi verilmesi,
- Potansiyel ve mevcut müşterilerin mali durumları hakkında bilgi toplanması ve malların satış olanaklarını arttırmak amacıyla piyasa araştırmaları yapılmasıdır.

Faktoringe ilişkin daha dar ve daha geniş kapsamlı tanımlar verilmektedir. ABD kökenli yazında faktoring, kısa süreli alacakların geri dönüş (rücu) hakkı olmaksızın faktöre devredilmesi ve tahsilâtın borçluya önceden haber verilerek faktor tarafından yapılması” olarak tanımlanmaktadır. Avrupa kökenli daha geniş tanımda ise faktoring, üretici ve tacirlere, alacak yönetimi, nakit yönetimi ve tahsilât hizmeti veren, bu temel işlevlerinin yanı sıra danışmanlık, pazar araştırmaları ve bilgi işlem hizmetleri de sunan bir finansal hizmet paketi olarak nitelendirilmektedir (Akgüç,1998,552).

Faktoring işlemi bir defaya mahsus olmak kaydıyla ve kısa süreli olarak gerçekleştirilebilecek bir işlem olmayıp, satıcı firma ile faktor arasında uzun vadeli bir çalışma planı gerektirmektedir. Faktorün müşterisi olan işletme, borçlular ile arasındaki ticari ilişkiden ileri gelen ve faturaya dayanan mevcut ve gelecekteki alacaklarını topluca faktoring şirketine devrederek bu alacakların fatura değerinin %80’i oranında ön ödeme ve finansman imkanına kavuşmaktadır. Faktoring şirketi yapacağı ön ödeme için, ödemeyi yaptığı tarihten vadeye kadar geçen süre için bir faiz oranı uygulamaktadır (Tosun, 2007:06).

Factoring, üç ayrı hizmetin bir arada sunulduğu bir finansal yöntemdir. Factoring kuruluşu öncelikle, alacakların yönetimine ilişkin tahsilatı üstlenerek, alacak kayıtlarını tutmakta, söz konusu alacakların tahsili için ihbar ve ihtar gibi işlemleri yerine getirmektedir. Piyasa araştırması yapılması ve ilgili bilgilerin müşteriye aktarılması da faktör tarafından üstlenilebilmektedir. İkincisi; hizmetin, alacağın ödenmeme riskine karşı garanti edilmesidir. Böylece, alacaklarını faktöre temlik eden müşteri, mal sattığı kuruluşların borcunu ödemeyecek duruma düşmesi karşısında korunmuş olmaktadır (Düzce,2007:107).

Tarihte bilinen ilk alacağın temlik işleminin MÖ.4000 yılında Mezopotamya’da yapıldığı sanılmaktadır. Mezopotamyalı tacirler gelecekteki alacakları nakde çevirdikleri gibi, alacakların ödenmesini de garanti altına almışlardır. Binlerce yıllık geçmişe sahip olan “factoring” uygulaması, komisyoncu tacirler tarafından hem iç hem de dış ticarete geliştirilmiş ve desteklenmiştir. 14.yy.’a gelindiğinde factoring işlemi İngiltere’de yün endüstrisinde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde İngiliz ihracatçılar alacaklarını, alıcıların ödeme yapacaklarını garanti eden kuruluşlara belirli bir bedel ile devretmişlerdir. 15.yy’da İngiliz, Fransız, İspanyol sömürgeciliğinin gelişmesi ile faktörler daha kapsamlı görevler üstlenerek bu dönemde ürünlerin depolanması, nakliyesi, satışı, dağıtımı ve tahsilatı gibi işlerle uğraşmaya başlamışlardır (Garzan,2002:5).

Factoringin başlangıcından 17. yüzyıla kadar geçen dönem koloni türü factoring olarak nitelendirilmektedir. Haberleşme koşullarının zorluğu, ulaşım sorunları ve güvenilir temsilcilerin bulunmaması dönemin en olumsuz koşulları olmuştur. Bu dönemde factoring, faktörlerin malların pazarlanmasını ve tahsilatını yaparak üreticisine ödeme yaptığı ticari bir faaliyet olarak gelişmiştir. Koloni türü factoring döneminde yaşanan söz konusu olumsuzluklara birde malların üretim ve satış yerlerinin birbirinden çok uzak olması, alıcılarla ilgili güvensizlik ve istihbarat kaynaklarının yetersizliği eklenince imalatçılar söz konusu pazarlara yerleşik ve güvenilir ticari kuruluşlar yani faktör arayışına girmişlerdir. Bunun sonucu olarak ilk faktörler, ticari organizasyonu olmayan imalatçıların veya yabancı pazarlara girmek isteğinde olan tacirlerin mallarının satış ve tahsilatını gerçekleştirmişlerdir. Factoringin ikinci dönemi “eski tür factoring” veya “tam servis factoring” olarak nitelendirilmektedir. Bu dönemde üreticilerin kendi mallarını pazarlama güçleri arttığundan temsilcilik yöntemi etkisini kaybetmiştir. Tekstil endüstrisinin hızlı gelişmesi ile birlikte factoring faaliyetleri bu sektörde

yoğunlaşma göstermiştir. 18. yy’ da Londra’da kurulan ilk faktoring şirketi kolonilerden gelen malların stoklanmasını finanse etmek gibi bir görev üstlenmiştir. Böylece faktörün mali rolü ilk kez kendisini göstererek günümüzdeki fonksiyonlarına benzeyen faktoring şirketi özelliğini taşımıştır. Bu dönemde kurulan "faktoring house’lar" kolonilerdeki tüccarların gösterdikleri malları teslim alarak İngiltere ’de satmıştır. Bu arada Kuzey Amerika’da da acenteler kurulmuş, Kuzey Amerika ile İngiltere arasındaki ticaretin önemli bir kısmı bu faktörler aracılığı ile yürütülmüştür. Bu faktörler İngiliz tekstil ürünlerinin pazarlanması ve mal bedelinin tahsilatını yapmakla beraber, aynı zamanda fatura karşılığında üreticilere avans ödemesi de yaparak onlara finansman olanağı da sağlamışlardır. Asıl faaliyetleri malın depolanması ve satışı olan faktörler, aynı zamanda “alacağın tahsili” ve “kredi riskini” de üstlenmişlerdir. Delkrede acentesi, kredili satışlarda müşterinin ödeme kabiliyetinin sorumluluğunu da üstlenmiş, zamanla artan sermayelerini üreticiye avans olarak kaydırmışlardır. Faktörün kredi riskini üzerine almasıyla aldığı komisyon “delkrede komisyonu” olarak adlandırılmıştır (Garzan,2002:5).

Bundan 200 yıl evvel, Kuzey Amerika tekstil pazarından kaynaklanan bir kredi yöntemi olan ilk faktörler, bir ücret karşılığında, Amerikalı alıcıların ödemelerini garanti altına alan İngiliz yünlü kumaş fabrikalarının Amerika’daki temsilcileridir. Dünyada daha çok 1973 petrol krizinden sonra peşin ödeme güçlüklerinin artmasıyla kullanımı yaygınlaşan faktoring, Türkiye’de 1980’lerin ortalarında kullanılmaya başlanmış; son yıllarda özellikle ihracatla bağlantılı olarak önemi artmıştır (Mucuk, 2004: 339).

Türkiye’de 1980’den beri uygulanmakta olan, ekonominin dışa açılmasına ve dış fon hızlandırılmasına yönelik politikanın gereği olarak, bankalar ortaya çıkan ihtiyaçlar çerçevesinde şirketlere yeni finansal hizmetler sunmak amacıyla girişimlerde bulunmaya başlamışlardır (Yüce,2007:119).

Ülkemizde son yıllarda bankacılık sistemindeki önemli değişim ve gelişmelerin yanı sıra uluslar arası nitelikteki bankalarında Türkiye’de şube açmaları ve bankaların ihtisas bankacılığı eğilimlerinin giderek artması sonucu bankalar arası rekabetin yoğunlaşması üzerine bankalar, müşterilerine; tüketici kredileri, kredi kartları, leasing, faktoring ve forfaiting gibi yeni finansman tekniklerinde yararlanabilme olanakları sunmaya başlamışlardır. Faktoring kavramı bir finans tekniği olarak ülkemiz bankacılık terminolojisine ilk kez 1983

yılında “Ödünç Para Verme İşleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ile girmiştir. Bu Kararnamenin 3.maddesi; faktoring’i “mal ve hizmet satışlarından doğmuş veya doğacak alacakların temellük edilerek, tahsilinin üstlenilmesi ve bu alacaklara karşılık ödemelerde bulunarak finansman sağlanması” diye tanımlanmakta, bu işle uğraşmak üzere kurulan şirketleri de “faktoring şirketleri” olarak adlandırmaktadır (Koyuncu, 2010:39).

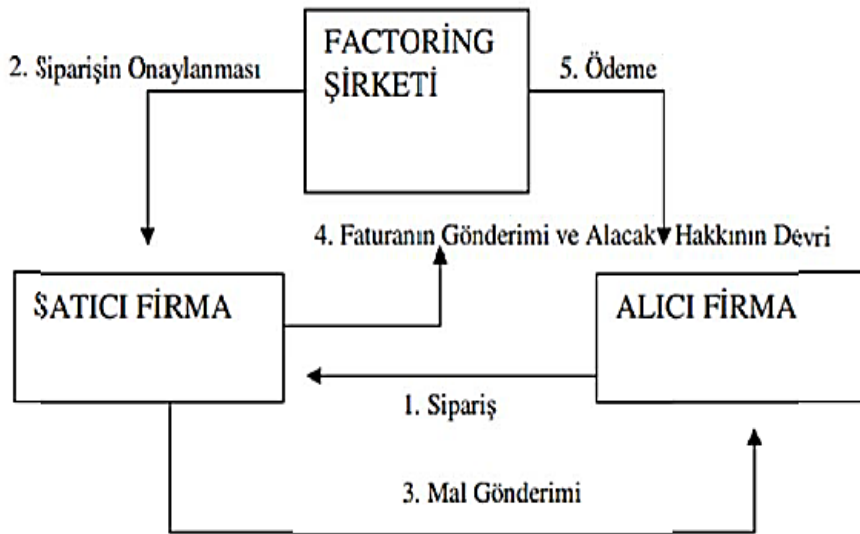
2.2.2.2. Faktoring Finansman Modelinin İşleyişi

Faktoring, kredili satış yapan firmaların bu satışlardan doğan alacak haklarını bankalara veya bu konuda uzmanlaşmış diğer finansman kuruluşlarına satmalarıdır. Bunun için faktoring şirketi, satıcı firma ile bir sözleşme imzalamak ve bu anlaşmaya göre firma, kredili olarak yapacağı tüm satışlar için faktoring şirketinin onayını almak zorundadır. Dolayısıyla firmanın faktoring şirketine danışmadan yaptığı kredili satışlardan doğan alacakları faktoring şirketini bağlamaz. Faktoring şirketi sunduğu hizmetler karşılığında firmadan komisyon talep eder. Faktor ile müşteri arasındaki ilişkinin temeli normal ticari mekanizma içerisinde sürmektedir. Faktor aynı zamanda şirketin satış hesaplarıyla ilgili tüm idari sorumluluğu da üstlenir. Faktor fatura karşılığında derhal nakit ödemeyi taahhüt eder. Şirket yönetimini, geç ödeme yapan alıcılarla uğraşmaktan kurtarır ve müşterinin kötü niyetine karşı alacağın korunmasını sağlar. Mallar teslim edilir edilmez şirket faturanın birer kopyasını müşterisine ve faktor şirketine gönderir. Bundan sonra faturanın finansal ve idare sorumluluğunu faktor üstlenir ve şirket fatura miktarının %80’ini nakit olarak çekme hakkını elde eder. Faturanın geri kalanını da müşteri nihai ödemeyi yaptıktan sonra ya da önceden belirlenen günde yapar.

Bir faktoring işlemi, firmaların faktor kuruluşu başvurusu ile başlar. Başvuruda; firmaların hesaplarının son durumunu, daimi müşterilerinin isim ve adreslerini, bunların çalıştığı bankaları, bu müşterilere önceki yıllarda yapılan ortalama satış tutarlarını, satışa konu olan mal çeşitleri bildirir. Faktor bu bilgiler ışığında, söz konusu mal piyasası ve borçluların ödeme gücü konularında araştırmalar yaparak bütün alacakların ülke ve mal bazında, global ya da sınırlı olarak satın alınmasına karar verir. Bu sürecin sonunda faktor, ile firmalar arasında bir faktoring anlaşması imzalar. Faktoring sisteminde, faktor kuruluşun firmalarının anlaşma çerçevesinde yapacağı tüm kredili satışları onaylaması söz

konusu olup, faktörün onayı dışında gerçekleştirilen satışlarla ilgilenmez (Koyuncu, 2010:39).

Mal veya hizmet satışından doğmuş veya doğacak (fatura veya diğer belgelere dayalı) alacakları devralarak tahsilini üstlenen ve bu alacaklara karşı ödemelerde bulunarak firmalara finansman sağlayan faktoring şirketlerinin kuruluş ve çalışma esasları Hazine Müsteşarlığı tarafından bir yönetmelikle düzenlenmiştir. Faktoring şirketinin kuruluşu için anılan müsteşarlıktan ön izin ve kuruluşu takiben faaliyet izni alınması zorunlu olup, faaliyet izni almayan şirketler faktoring işlemleri ile uğraşamazlar. Ancak, bankalar, sigorta şirketi ve özel kanunlara göre ödünç vermeye yetkili kılınan kuruluşlar ile tüzel kişilerin doğrudan veya ortak veyahut iştirakleri aracılığıyla dolaylı olarak ortaklık ilişkisi içinde bulundukları diğer tüzel kişilere ödünç para vermeleri ve Sermaye Piyasası Kanunu hükümleri çerçevesinde yetkili kurum ve kuruluşlarca yapılacak işlemler hakkında söz konusu yönetmelik hükümleri uygulanmaktadır (Koyuncu,2010:32).



Kaynak: Nuray KONDAK, İşletmelerde finansman sorunları ve çözüm yolları, Der yayınları, İstanbul, 2002, s.112

Şekil 2.2. Faktoring İşlem Süreci

İşleyiş açısından faktoring kısaca şu şekilde özetlenebilir (Güngör, 2011:46);

- Faktoring talebinde bulunan satıcı için faktoring şirketi tarafından limit belirlenir. Alınacak komisyon ve ücret konusunda mutabakata varıldıktan sonra faktoring şirketi ve satıcı arasında sözleşme imzalanır.
- Satıcı malları ve temlik edilmiş faturayı alıcıya, faturanın kopyasını faktoring şirketine yollar.
- Satıcının finansman talebi olması durumunda temlik edilmiş faturanın bir bölümü satıcıya ödenir.
- Alıcı fatura vadesinde faktoring şirketine ödeme yapar.
- Fatura bedelinden satıcıya ödenen tutar, faktoring ücreti ve BSMV düşüldükten sonra kalan kısım satıcıya ödenir.

2.2.2.3. Faktoring Finansman Modelinin Avantajları

Faktoring Sistemi'nin birçok avantaj ve dezavantajı vardır. Avantajları aşağıdaki gibidir (Yanıktaş,2007: 186, Çalışkan,2010:88, Koyuncu,2010:39, www.factoringdernegi.org.tr/, www.muhasibedersleri.com) :

- İşletmeler vadeli alacaklarını faktoringe temlik ederek nakite dönüştürürler.
- Faktoring firmaları müşterilerinin alacaklarının tahsil ve garanti hizmeti vermektedir. Buna bağlı olarak firmaların operasyonel maliyetleri ve kredi riskleri azalmaktadır.
- Faktoring firmaları alıcılara vade tanıyabilecekleri için, firmaların piyasada rekabet güçleri artar.
- Açık hesap satışlar kolay ve güvenli hale gelir.
- İşletmelerin dış kaynak kullanma ihtiyacı azalır ve faiz giderleri düşer.
- Periyodik olarak yapılan güvenilir istihbarat sonuçlarına göre işletmeler alıcılarının mali durumundan güncel bilgi sahibi olurlar.

- Satıcının rekabet gücü artar, yeni pazarlara girme olanağı yaratır.
- Alacaklar uzman kuruluşlarca yönetilir.
- Düzenli nakit akışı sağlar.
- Alternatif kaynak yaratır.
- Aşırı kaynak kullanımını engeller.
- Ekonominin kayıt altına alınmasını teşvik eder.
- Zaman ve gider tasarrufu sağlar.
- Dış ticarette faktoring anlaşmaları, akreditif açılmasını gereksiz kılmakta, akreditifli ödemenin yerini almaktadır. Özellikle ithalat faktoringinde yurtdışındaki alıcılar akreditif açmanın getirdiği giderlerden kurtulmakta, bu olanak ihracatçılara pazarı genişletme fırsatı yaratmaktadır.
- Küçük, hatta orta çaplı firmalar, dış pazarlarda uzmanlaşmış finansman kurumlarının (faktorün) katkısıyla, başka türlü giremeyecekleri pazarlara satış yapma şansını elde etmektedirler.
- Finansman kurumu (faktor), genel olarak müşterisinin (dışsatımcının) tüm kredili satışlarını belli bir süreyi kapsayacak anlaşmalar yaptığı durumda, daha düşük komisyon oranları uygulamakta, böylece maliyet bir ölçüde azalmış olmaktadır.
- Alacakların tahsilatı ve fon yaratma gibi konuları faktora devrederek nakit akışlarını belirleyen yöneticiler ileriye dönük; üretim, yatırım ve pazarlama gibi işletmenin gelişimi ile ilgili konulara daha fazla vakit ayırabilirler.
- İşletmelerin kısa vadeli ticari alacaklarının finansmanını sağlayan faktoring sistemi, banka kredisinden farklı olup, bilançonun sadece aktif bölümünde bir harekete neden olur. Alacaklar, stoklar ve ticari borçlar azalır, işletmenin yaratabildiği işletme sermayesi artar. Bilanço daha likit hale gelir ve işletmenin kredibilitesi artar.

- Faktörden ticari alacaklara karşılık kullanılan ön ödeme, satıcının ihtiyacı ve talebi üzerine verildiği için, işletmelerin dış kaynak kullanma ihtiyacı azalır ve faiz giderlerini düşürebilir
- Faktoring ile sağlanan finansmanın maliyeti, ticari kredilere (vade farkı) göre daha ucuz olduğundan, vadeli satışlardan ilave kazançlar sağlanabilir.
- Kredili satış yapan firmaları, satışa ilişkin bilgi toplama, kayıt tutma, ihbarda bulunma, izleme, tahsilât gibi bürokratik sayılabilecek işlemlerden kurtararak, kredi riskine karşı koruyarak, onları esas faaliyet konuları olan üretim ve satış üzerinde yoğunlaşabilmelerine olanak vermektedir.
- Bu yolla sağlanan finansman kaynağı esnektir. Firmanın faaliyet hacmi genişledikçe, firmaya adeta kendiliğinden oluşan bir finansman kaynağı sağlar. Satışların artmasıyla, faktoring kurumundan sağlanacak kaynak tutarı da buna koşut olarak artmaktadır.
- Alacaklara bağlanan fonların vadesinden önce çözülmesi, fonların başka alanlarda özellikle hammadde alımında, üretimde kullanılmasına olanak vermektedir. Hammadde alımlarında peşin ödeme olanağı, nakit iskontosundan yararlanma sağladığı gibi, firmayı vade farkı ödemekten kurtarmakta, hammadde satıcıları arasında firmanın kredibilitesini yükseltmektedir.
- Faktoring kurumu, kaynak sağlama dışında, kapsamlı hizmetler de sunmaktadır. Müşterilerin kredi değerliliğinin saptanması, alacak hakkını satan firmanın muhasebe kayıtlarının tutulması, tahsilât gibi... Böylece alacak hakkını satan firma, kredili satış yaptığı alıcıların kredi değerliliğini saptayacak ayrı bir kredi bölümü oluşturma hatta tahsilât servisi kurma ve bu amaçla personel çalıştırma yükünden kurtulmakta; alacakların yönetimi ve izlenmesine daha az kaynak ayırarak kaynaklarını esas faaliyet konusunu fonlamada kullanabilmektedir.
- Malın hatalı, bozuk, siparişe uygun olmaması gibi satıcının sorumluluğu olan durumlar dışında, faktoring kurumu ödenmeme riskini de üstlenemediğinden, satıcı firma, kredili satışlarda bu tür satışların riskini en düşük düzeye indirmektedir.

- Müşteriye gönderilecek faturaların bir kopyası, konşimento ve nakliye alıntısının bir kopyası, firmanın alacağı, faktoring için bir güvence oluşturmaktadır. Faktoringe kıyasla bir firmanın aynı koşullarla aynı kolaylıkla başka finans kurumlarından kaynak sağlaması zordur.
- Alacak hakkının satışının firmanın bilânçosu üzerine etkisi de diğer finansman yöntemlerinden farklıdır. Hangi türde olursa olsun firma, faktoring işleminde finansman kurumuna karşı borçlu olarak gözükmektedir. Bu görüntü, firmanın kredi değerliliği üzerinde olumlu etki yaparak, kredi sağlama olanaklarını genişletebilmektedir.
- Faktoring yöntemi ile firmalar nakit akış planlarını daha gerçekçi bir şekilde hazırlayabilmekte, mevsimlik olarak artan satışların getirdiği finansman gereksinimini daha kolay karşılayabilmektedirler.
- Faktoring, firmaların alacaklarını tahsil edememe riskiyle karşılaşmasına engel olur. Günümüzde alışverişlerin temel unsuru olan kredili satış işlemlerinde en önemli nokta kredi açılacak alıcı ya da ithalatçıların isabetli olarak saptanmasıdır. Özellikle küçük firmalara açılan kredilerin izlenmesi, vadelerinde tahsili, satıcılar ve ihracatçılar için son derece önem arz etmektedir. İşte faktor firma, kredili satış bedellerinin tahsil edilmemesi halinde doğacak tüm zararı üstlenmektedir.
- Uluslararası Faktoring işlemi yapılması halinde, yukarıdaki faydalara ek olarak % 100 tahsilat garantisi sayesinde yeni pazarlara açılma olanağı sağlar.(İskender,2009:65);
- Muhabir sayesinde yurtdışı satışlarla ilgili alacaklar takip edilir, vadede ödeme sağlanır, alıcılar disipline edilir.
- İhracatçı, ihracat yaptığı ülkenin dilini ve yasalarını bilmemekten dolayı doğabilecek sorunları yaşamayacaktır.
- Alıcının mali durumu hakkında kısa zamanda haberdar olur ve güvenli satış yapma imkanı elde eder.

- Faktor tarafından ithalatçı adına yurtdışına verilecek garanti limitinin ithalatçıya hiçbir maliyeti olmadığı gibi işletmeyi akreditif, vesaik mukabili gibi maliyetli işlemlerden kurtarır.

2.2.2.4. Faktoring Finansman Modelinin Dezavantajları

Dezavantajları ise şunlardır (Yanıktaş,2007: 186, Çalışkan, 2010:88, Koyuncu,2010:39, www.factoringdernegi.org.tr/, www.muhassebedersleri.com) :

- Alacak hakkının satın alınmasında finansman kurumu, kredilendirmenin yanı sıra ilgili firmanın sürekli satış yaptığı müşterilerinin kredi değerliliğini saptama ve risk üstlenme hizmetlerini de yerine getirdiğinden, bu şekilde sağlanan fonların maliyeti, senet iskontosu ve senet karşılığı avans işlemlerine kıyasla daha yüksek olmaktadır. Her bir müşteriye yapılan satışların tutarı küçük ve fatura sayısı çok kabarık ise, maliyet daha da artmaktadır.
- Alacak hakkının satışı, bazı firmalar tarafından, bir tehlike göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Bu firmalara göre, alacak hakkını satan bir firma, gerçekte likit bir varlık olan alacaklarını elden çıkarmaktadır. Bu işlem, finansman açısından bir zor durum göstergesi olabilir. Bu nedenle bazı satıcı firmalar, alacak hakkının satışı yolu ile finansman sağlayan firmalara kredili mal satışından kaçınmaktadırlar.
- Uluslararası faktöringde, uygun muhabir faktor seçilmeyişi ya da bulunamayışı, faktoringin bir diğer dezavantajıdır. Eğer muhabir faktor, kredi limitlerinin belirlenmesinde, alacaklarının tahsilât ve takibinde, alacak hakkının korunması için yapılması gereken girişimlerde gecikiyorsa, bu tür gecikmeler önemli sorunlar doğurmakta, riski artırmaktadır.
- Her bir müşteriye yapılan satışların değeri küçük ve fatura sayısı fazla ise maliyet yüksek olabilir.
- Faktoring kurumu riskleri üstlendiğinden faize ek olarak komisyon da almaktadır. Bu nedenle firmaya maliyeti fazla olabilir.

2.2.2.5. Faktoring Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar

Faktoring, Türk mali sistemine yeni entegre olmuş bir uygulamadır. Reel sektör tarafından yaklaşık olarak 15 yıldır bilinmekte ve kullanılmaktadır. Ancak son on yıldır oldukça yoğun ilgi gördüğü söylenebilir. Türkiye’de gelişen bu sektörün yıllık büyüme oranları dünya standartlarının üzerindedir. Çünkü böyle bir finansman yöntemine ülkemiz mali sistemi ile reel sektörünün gerçekten ihtiyacı vardır. Bu yöntem, firmalara kısa yoldan işletme sermayesi sağlamanın, vadelerle durağanlaşan ticari hayatı hareketlendirerek; piyasaya likidite sağlayarak, yetersiz bilanço nedeniyle bankalara açılmayan firmalara yeni fırsatlar sunmaktadır. Faktoring uygulamaları ülke ekonomisine ve ülke ihracat hacmine, dış pazardaki rekabet gücünü artırarak katkı sağlar. Faktoring ile sağlanan vadeli satış imkanı ile ticaret canlandırılarak, üretim ve istihdam olanağı yaratılmaktadır. Ayrıca iç piyasada da belli bir disiplin ortamı oluşturularak tahsilatlar kolaylaşabilir. Sonuç olarak; finans piyasalarında yeni tanınmaya başlayan faktoring, mal ve hizmet alışverişinden doğan borç/alacak ilişkilerini satıcı ve alıcı açısından kolaylaştırmakla kalmayıp, yeni pazar ve yeni müşteri sayısını da artırarak, iç ve dış ticaret hacminin gelişmesine neden olabilecektir. Bu anlamda, Türkiye’de faktoring işlemlerinin yaygınlaşması ekonomi açısından büyük faydalar sağlayacaktır (Yüce,2007:110).

Şekil 2.3’de ve 2.4’de faktoring sektörünün 1990 yılından itibaren Dünya’da ve Türkiye’deki ciroları verilmektedir. Dünya’da faktoring cirosu belirli bir istikrarla devamlı olarak büyürken Türkiye’de 1990 yılından 2000 yılına kadar olan süreçte hızlı bir şekilde büyümüş fakat 2001 krizi ile düşüşe geçmiş ve ancak 2003 yılında eski cirosunu yakalayabilmiştir. 2003 yılından itibaren yine hızlı bir şekilde büyüyen faktoring sektörü 2010 yılı itibarıyla Türkiye’deki en yüksek ciro rakamına ulaşmıştır.



Kaynak: www.factoringdernegi.org.tr/

Şekil 2.3. Dünya’ da Faktoringin Ciro Gelişimi



Kaynak: www.factoringdernegi.org.tr/

Şekil 2.4. Türkiye’de Faktoringin Ciro Gelişimi

Tablo 2.4’de, 2009-2010 yılları itibariyle sektörel bazda faktoring rakamları yer almaktadır. Bu tabloda yer alan sayısal veriler incelendiğinde 2009 yılında faktoringden en fazla ulaşım araçları sanayi yararlanmıştır. 2010 yılında ise

nükleer sanayide faktoring yönteminden diğer sektörler nazaran daha fazla faydalanıldığı görülmektedir.

Tablo 2.4. Sektörel Bazda Faktoring Rakamları

Sektör	2009 (%)	2010 (%)
Tekstil ve Tekstil Ürünleri Sanayi	12	7
Nükleer Yakıt, Petrol Ür. Kömür Ürünleri Sanayi	2	20
İnşaat	10	8
Toptan ve Perakende Ticaret Mot. Ar. Servis Hizmetleri	4	4
Metal Ana Sanayi ve İşlenmiş Madde Üretimi	6	5
Makine ve Teçhizat Sanayi	5	3
Taşımacılık Depolama ve Haberleşme	3	3
Ulaşım Araçları Sanayi	15	3
Diğer Metal Dışı Madenler Sanayi	4	3
Enerji Üretmeyen Madenlerin Çıkarılması	4	12
Gıda, Meşrubat ve Tütün Sanayi	4	3
Enerji Üreten Madenlerin Çıkarılması	1	6
Kâğıt Hammadde ve Kâğıt Ürünleri Basım Sanayi	3	3

Kaynak: Sarılı,2011:91

Tablo 2.5’de ise faktoring sektörü operasyonel göstergeleri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, faktoring işletmelerinde şube ve temsilcilik sayısı 2006 yılından 2010 yılına gelindiğinde arttığı görülmektedir. Ancak sözleşme sayısı açısından durum farklıdır. 2008 yılı itibariyle 146.558 olan sözleşme sayısı 2010 yılı Eylül ayı itibariyle 75.142 olarak gerçeklemiştir.

Tablo 2.5. Faktoring Sektörü Operasyonel Göstergeleri

Adet	2006	2007	2008	2009	2010
Şube Sayısı	3	16	20	26	27
Temsilcilik Sayısı	147	119	128	116	163
Personel Sayısı	2425	2912	3.009	2.959	3.445
Müşteri Sayısı	-	-	50.228	40.997	53.747
Sözleşme Sayısı	-	-	146.558	65.952	72.142

Kaynak: Sarılı, 2011:91

2.2.3. Leasing

2.2.3.1. Leasing Finansman Modelinin Tanımı ve Gelişimi

Taşınır yada taşınmaz malların finansal kurumlar veya söz konusu malların üreticileri tarafından kiraya verilmesi leasing (finansal kiralama) olarak adlandırılır. Leasing özel bir finanslama biçimidir (Berk,2003:258).

Finansal Kiralama Kanunu (FKK) 4. Maddesinde yer alan tanım ise şu şekildedir: Finansal kiralama (leasing), kiralayanın, kiracının talebi üzerine, üçüncü kişiden satın aldığı veya başka şekilde temin ettiği bir malın, zilyetliğini, her türlü faydayı sağlamak üzere ve belirli bir süre feshedilmemek şartıyla, bedeli karşılığında kiracıya bırakılmasını öngören sözleşmedir.

Bir diğer tanım ise: “Belirli bir süre için, kiralayan ve kiracı arasında imzalanan ve üreticiden kiracı tarafından seçilip, kiralayan tarafından satın alınan bir malın mülkiyetini kiralayanda, kullanımı ise kiracıda bırakan bir sözleşmedir”(Ceylan,2001:167)

Leasing temelde bir orta vadeli kredi işlemidir. Alışılmış kredi ilişkisinden farkı, kredinin kiracıya nakit olarak verilmemesidir. Kiracı, işinde kullanmak üzere almak istediği sabit kıymeti seçer ve leasing şirketinden bu işlem için kendisine kredi tahsis edilmesi talebinde bulunur. Leasing Son yıllarda kullanılan alternatif bir finansman tekniği olmuştur. Leasing; işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmek ve yatırımlarını gerçekleştirebilmek için gereksinim duydukları yatırım mallarının satın alınması yerine, belli dönemlerde ödemelerde bulunmak üzere bir finansal kiralama şirketi tarafından belli bir süre ve ücretle

kullanılmasıdır. Leasingde sözleşme ile bir varlığın mülkiyetine sahip olmaktan kaynaklanan tüm riskler ile tüm yararlar kiracıya bırakılmaktadır. Mülkiyet hakkı sözleşme sonunda devredilir veya devredilmez. Finansal kiralamar dışındaki kiralama çeşitleri ise faaliyet kiralamasıdır (Yılmaz, 2006:02).

Leasing'in genel bir tanımı olmamakla beraber Avrupa Leasing Birliği (European Leasing Association) tarafından aşağıda yapılan tanım en genel tanım olarak kabul edilmektedir: Leasing belirli bir süre için kiralayan (lessor) ile kiracı (lessee) arasında imzalanan, kiracı tarafından satın alınan bir malın mülkiyetinin kiralayanda, kullanımı kiracıda bırakan bir sözleşmedir. Malın kullanımı belli bir kira ödemesi karşılığında kiracıya bırakılmıştır (Günay, 2013:03).

Finansal kiralamanın pek çok tanımı vardır. Sık kullanılan tanımlardan biri de Amerika Birleşik Devletleri Federal Accounting Standard Board'a aittir. Federal Accounting Standart Borard (FAS) tarafından yayınlanan Federal Accounting Standart No:13'e göre bir kira sözleşmesinin finansal kiralama olabilmesi için aşağıdaki kriterlerin varlığı gereklidir (Doğan, 2007:05) :

- Kiralama sözleşmesinin, kiralanan malın mülkiyetinin sözleşmenin bitiş tarihinde kendiliğinden kiracıya geçeceğini öngörmesi,
- Kiralama sözleşmesinin, kiracıya kiralanan malı sembolik bir bedelle satın alma hakkı vermesi,
- Kira süresinin, kiralanan malın ekonomik ömrünün en az %75'ine eşit olması,
- Kiralama süresi boyunca kiracının ödeyeceği kiralara iskonto edilmiş bugünkü değerleri toplamı, kiralanan malın piyasa değerinin en az %90'ına eşit olması,
- Kiralama sözleşmesinin konusu olan gayrimenkul malın kiracının belirlediği özel gerekler için satın alınmış veya inşa edilmiş ve kiracıdan başkaları tarafından kullanım olasılığı düşük olması.

Bu şartlardan biri mevcut ise FAS 13'e göre, kira sözleşmesi finansal kiralama olarak kabul edilmektedir.

Finansal kiralamanın tarihçesi, M.Ö.3000’li yıllara kadar uzanır. 1984 yılında arkeolojistler tarafından yapılan kazılarda ilk kira sözleşmesi örneği bulunmuştur. Sümerlere ait bu sözleşme örneği, kil tabletler üzerinde yer almaktaydı. Tarım aletleri, su kaynaklarının kullanım hakkının vb. ödeme transferlerinin yer aldığı bu kil tabletler, aynı zamanda ilk kiralayanların(lessor), tapınaklarda yaşayan din adamları olduğunu da ortaya koymaktadır. Ayrıca bilim adamlarının bulmuş olduğu kanıtlar, tahmini olarak M.Ö. 450 ile 400 yılları arasında Sümerlere ait Nippur kentinde tarihin ilk kiralama şirketinin açılmış olduğunu gösterir (www.leasing.ru).

1877 yılında Bell telefon şirketinin ürettiği telefonları satmayıp finansal kiralama ile devretmeye karar vermesiyle kayıtlı ilk finansal kiralama işlemi gerçekleşmiştir. Modern anlamda yatırımların kiralama yoluyla finansmanı, ilk kez ABD’de 1930’lu yıllarda görülen ekonomik kriz sonrası yaşanan finansman güçlüklerini gidermek amacıyla yeni bir finansman kaynağı olarak ortaya çıkmıştır (Kaya,2007:04).

Finansal kiralama sektörünün esas büyümesi ise 1945 yılından sonra İkinci Dünya Savaşı’nı takip eden yıllarda yaşanmıştır. Sermaye yetersizlikleri, savaş sonrası ortaya çıkan teknolojik gelişimin üreticiler tarafından takip edilememesi sorununu ortaya çıkarmış ve çözüm olarak finansal kiralama yöntemi kullanılmıştır. II. Dünya Savaşı’nın ortaya çıkardığı bunalım öncesinde daha çok finansman sıkıntısının giderilmesi için başvurulmuş bu yöntem, bunalım sonrası ekonomik hayattan silinmemiş, aksine yatırım mallarının tedarikinde daha fazla tercih edilmeye başlamıştır. Finansal kiralama sektöründe en büyük gelişme, 1952 yılında ABD’de “United State Leasing International Inc.” şirketinin kurulması olmuştur. Bu şirket ilk finansal kiralama şirkettir (Toroslu,1999:116). Leasing’in temel felsefesi, mülkiyet hakkının içerdiği kullanma, yararlanma ve yok etme etkilerinden sadece yararlanma yetkisinin ekonomik olduğu varsayımına dayanmaktadır (www.garantileasing.com).

1960 yılı ile birlikte sanayileşmiş ülkelerde gelişmeye başlayan finansal kiralama işlemleri, 1970’li yılların başına kadar istikrarlı bir şekilde gelişimini sürdürmüştür. 1970’li yılların ortasında petrol krizinin patlak vermesiyle durgunluk dönemine girmiştir. Bu dönem içinde yatırım maliyetlerinin petrol fiyatları ile orantılı bir şekilde artmasıyla birlikte büyük kaynak ihtiyacı içine düşen az gelişmiş ülkelerde orta ve küçük ölçekli sanayinin finansmanı, yeni

teknoloji transferi ve yabancı sermaye konusunda finansal kiralama, bir alternatif olarak doğmuştur (Kaya,2007:04).

Finansal kiralama sanayileşmiş ülkelerde 1970'lerin başlarına kadar istikrarlı bir gelişme kaydederek, 1980'lerde sanayileşmiş kapitalist ülkelerin tamamında finans sektörü içindeki yerini almıştır. Finansal kiralama başlangıçta toprak, emlak gibi maddi varlıkların kiralanması şeklinde yapılırken kapsamına teçhizat, ekipman ve diğer aktifleri de ilave etmiştir. Günümüzde kapsamı daha fazla genişletilerek patentler (Trademark), peştemaliye (Goodwill) gibi maddi olmayan mallarda dahil edilmiştir. Sanayileşmiş ülkelerde yaşanan petrol krizi finansal kiralama faaliyetlerinin yavaşlamasına neden olmuştur. Bu nedenle Dünya Bankası "International Finance Cooperation (IFC)" aracılığı ile Türkiye dahil 15 az gelişmiş ülkeye finansal kiralama ile ilgili makro politikaların ve konu ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılması için yol gösterici çalışmalar yapmıştır. Dünya genelinde finansal kiralama şirketlerinin sayısında büyük artışın temel nedeni, ülkelerin finansal kiralama şirketlerini teşvik amacı ile vergi muafiyetini sağlamalarıdır (Kondak,2004:04).

Leasing, ülkemizde 1985 yılından itibaren uygulanmaya başlanan bir finansman yöntemidir. 1985 yılında çıkarılan 3226 sayılı Finansal Kiralama Kanunu ile leasing uygulamasında yasal esaslar oluşturulmuş ve özellikle bankalar kendi bünyelerinde leasing konusunda faaliyet gösteren şirketlerini oluşturmuşlardır. Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın istatistiklerine göre Türkiye'de 93 finansal kiralama şirketi faaliyet göstermektedir. Yine aynı yasa gereğince finansal kiralama sözleşmeleri 4 yıldan kısa süreli olamamakta sadece Hazine Müsteşarlığı tarafından belirlenen bazı sabit kıymetler için bu süre 2 yıla kadar kısaltılabilmektedir. Sözleşme süresi sonunda sabit kıymet, finansal kiralama sözleşmesinde belirtilen sembolik bir bedel karşılığında kiracıya devredilmektedir (www.garantileasing.com).

2.2.3.2. Leasing Finansman Modelinin Özellikleri

Leasingin önemli özelliklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Yılmaz, 2006:03, www.garantileasing.com/):

- İktisadi kıymetin mülkiyetinin kira süresi sonunda kiracıya devredilmesi,

- Kiracıya kira süresi sonunda iktisadi kıymeti rayiç bedelinden düşük bir bedelle satın alma hakkı tanınması,
- Kiralama süresinin iktisadi kıymetin ekonomik ömrünün % 80'inden daha büyük bölümünü kapsaması
- Tüm taşınır ve taşınmaz mallara finansal kiralama işlemi yapılabilmektedir; ancak patent hakkı, fikri ve sınai haklar, hammadde ve ara malı niteliğindeki mamuller ve yarı mamullere finansal kiralama işlemi yapılamamaktadır. Alınan bu malların mülkiyeti finansal kiralama şirketine ait olup, sözleşme süresi boyunca kullanım hakkı kiracıya aittir. Sözleşme süresi sonunda malın mülkiyeti müşteriye geçmektedir.
- Finansal kiralama ile yapılan işlemlerde, kiralama müşterisi, gereksinim duyduğu makina, ekipman veya diğer malları kendi olanakları ile satın almak yerine, finansal kiralama şirketine satın aldırarak, bu mallara ilişkin finansmanı sağlamış olmaktadır. Finansal kiralama müşterisi, kiralama yolu ile almış olduğu malı kullanmaktadır; kullanım süresi boyunca gerekli bakım ve onarımları yaptırarak, mal bedelini nakit akısına uygun taksitler halinde finansal kiralama şirketine ödemektedir.
- Şirket ya da şahıs, yatırım malı almak isteyen güvenilirliği iyi olan herkes finansal kiralamadan yararlanabilmektedir.
- Finansal kiralama işleminde ithalatı ve malın satın alınmasını, finansal kiralama şirketi gerçekleştirmektedir.
- Finansal kiralama, satıcı kredisine alternatif olabildiği gibi, gerektiğinde satıcı kredisiyle birlikte de kullanılabilir. Bu uygulamaya Post Finansman adı verilmektedir.
- Finansal kiralama işlemlerinde tüm makina ve ekipmanlar için sözleşme devir süresi 4 yıl olmakla birlikte bazı mallarda bu süre 2 yıl olabilmektedir. Aşağıda belirtilen istisnalar dışında tüm makine ve ekipmanlar için sözleşme devir süresi 4 yıldır;
- Tüm bilgisayar, yazıcı ve fotokopi makineleri,

- Otomobil kiralama şirketleri ile faaliyetleri pazarlama olan şirketlerin otomobil işlemleri,
- Ağırlığı 7 tona kadar olan ticari araç işlemleri,
- Yurtdışından yapılacak (sınır ötesi) hava araçları ve tıbbi cihaz işlemleri,
- Yurtiçinden yapılacak hava araçları, yük gemileri,
- Uluslararası ve şehirlerarası yolcu taşımacılığına uygun otobüsler,
- İş makineleri, kamyonlar,
- Film baskı ve banyo makineleri

2.2.3.3. Leasing Finansman Modelinin İşleyişi

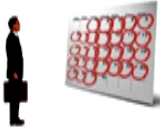
Bir finansal kiralama işlemi şu aşamalardan geçerek gerçekleştirilir (Doğan, 2007:36);

- Yatırım kararı alan şirket (kiracı), yatırım yapacağı malları belirler ve satıcı firma ile anlaşarak, finansal kiralama şirketi adına kesilmiş proforma fatura ile birlikte yatırımın finansmanı için finansal kiralama şirketine başvurur.
- Finansal kiralama şirketi, kiracının mali yapısını, kredibilitesini, nakit akışını, iş hacmini, piyasadaki saygınlığını, yatırım malının türü, ekonomik ömrü, fiyatı, teslim tarihi gibi pek çok konuda araştırma yapar ve bunun sonucunda kiracıya bir teklif sunar. Bu teklifte kira süresi, kira tutarı ve süre sonunda uygulanacak durum yer almaktadır
- Finansal kiralama şirketi gerekli görürse, kiracıdan teminat isteyebilir.
- Teklif kabul edildikten sonra finansal kiralama şirketi ve yatırımcı şirket arasında, noter onaylı, en az 4 yıllık bir finansal kiralama sözleşmesi imzalanır.
- Yatırımcı şirketin yatırım teşvik belgesi varsa, finansal kiralama sözleşmesi imzalandıktan sonra, bu belge Hazine Müsteşarlığı aracılığıyla finansal kiralama şirketine devredilir.

- Finansal kiralama şirketi malı satıcı veya üretici firmadan satın alarak, yapılan sözleşme doğrultusunda kiracıya teslim eder.
- Sözleşmeye konu olan mallar sigorta ettirilir.
- Kiracı, sözleşmede belirlenen kira tutarlarını ve sözleşme süresi boyunca mala ait sigorta, bakım onarım gibi giderleri ödemekle yükümlüdür.
- Sözleşme süresi sona erdikten sonra, sözleşmede böyle bir madde var ise, yatırımcı şirket mala sembolik bir bedelle sahip olabilmektedir. Ancak kiracı sözleşme süresi sonunda malı satın almak yerine düşük bir bedelle kiralamak isteyebilir. Finansal kiralama şirketinin de kabul etmesi durumunda, düşük bir kira bedeli karşılığında sözleşme süresi uzatılabilir veya mal finansal kiralama şirketine teslim edilir.

Türk Finansal Kiralama Kanununa göre ise kiralama işlemi üç aşamada incelenebilir :

- Yatırımcı firma, yatırım yapacağı üretim aracını seçerek bunun satıcısı veya üreticisi ile bağlantı kurmaktadır. Malın bütün özelliklerinin kullanıcı tarafından bilinmesi, kiralama sözleşmesi yapıldıktan sonra malın teknik özellikleri konusunda çıkabilecek tartışmaları önlemektedir.
- Yatırım konusu mal belirlendikten sonra, kiralama şirketi söz konusu malı üreticiden satın almaktadır. Bu aşamada kiralama şirketi ile kiracı arasında kiralama sözleşmesi imzalanmaktadır. Sözleşmenin birinci kısmında, kiracının kiralama konusu malın verimsizlik dahil her türlü riski üstlenmesi söz konusu olmaktadır. Bu süre içerisinde kiralama kurumu, malın malik sıfatıyla vasıtalı zilyetliğini elinde bulundurma ve kullanımını kiracıya terk etmek zorundadır. Kiracı ise, kiralayana sözleşmede belirlenen süre boyunca başlangıçta ve periyodik olarak ödeme takviminde gösterilen kiralari ödeyecektir. Kiralama sermaye maliyetini, pazarın zaman değerini ve kiracının kira ödememe riskini göz önüne alınarak belirlenmektedir.
- Birinci kısmın sonunda, kiracıya kira sözleşmesi ile tanınan haklar çerçevesinde ikinci kısımda başlayacak, kiracının seçim hakkını kullanım tercihine bağlı olarak kiralama ilişkisi bitebilecek veya devam ettirilecektir.

- 1 **Müşteri almak istediği mala ilişkin satıcı firma ile anlaşarak proforma faturayı alır.**
- 
- 2 **Proforma'ya ilişkin leasing şirketinden fiyat teklifi alır.**
- 
- 3 **Leasing Sözleşmesi imzalanır.**
- 
- 4 **Leasing şirketi satıcıya ödeme yaparak malı alır.**
- 
- 5 **Mal müşteriye teslim edilir ve kullanıma başlanır.**
- 
- 6 **Müşteri Leasing şirketine taksitlerini öder.**
- 
- 7 **Müşterinin bütün ödemeleri tamamlanır.**
- 
- 8 **Sözleşme süresi sonunda malın mülkiyeti müşteriye verilir.**
- 

Kaynak: <http://www.kosgeb.gov.tr>

Şekil 2.5. Leasing'in İşleyişi

Bunun yanında finansal kiralama yolu ile yapılan giderlerin muhasebe kayıtları 2003 yılının öncesi ve sonrasında yapılan yasal düzenlemelere göre farklılık göstermektedir;

Tablo 2.6. 01.07.2003 Tarihinden Önce ve Sonra Düzenlenmiş Olan Finansal Kiralama Sözleşmeleri Arasındaki Farklar

	01.07.2003'den önce		01.07.2003'den Sonra	
KONU	KİRACI	KİRALAYAN	KİRACI	KİRALAYAN
Sabit Kıymet Aktifleştirme	Aktifleştiremez	Aktifleştirir	Kullanma hakkı olarak aktifleştirir	Aktifte iz bedeli ile izler
Amortisman	Ayıramaz	Ayırır	Ayırır	Ayıramaz
Yeniden Değerleme	Yapamaz	Yapar	Yapar	Yapamaz
Gider Kaydı	Finansal kiralama faturasında yer alan kira bedelinin tümünü	İktisadi kıymet (Amortisman yolu ile)	Kira faturasında belirtilen kar payı tutarı kadar	Yapamaz
Gelir Kaydı	Yapamaz	Finansal kiralama faturası ile faturanın tamamını	Yapamaz	Kira faturasında gösterilen kar payı tutarını

Kaynak: Başkan, 2006:36

2.2.3.4. Leasing Finansman Modelinin Avantajları

Leasing üstünlüklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Yüce,2007:101, Yılmaz,2006:21, www.erpakademi.com , Yalçiner ve diğerleri, 2008: 83, Toroslu, 1999: 18, Yılmaz,2002:189, Düzce,2007:89).

- Yatırımcı için önemli olan ekipman kullanımı sonucunda elde edilecek gelir olduğundan, ekipmanı satın alarak büyük harcama yapmak yerine kiralama yoluna gitmek daha avantajlıdır.
- Leasing işlemi ekonomik değişikliklerden yatırımcının etkilenmemesini sağlar. Özellikle uzun vadeli leasing anlaşmalarında, şartlar sözleşmenin yapıldığı tarihte belirlendiği için, yatırımcının ekonomideki genel değişikliklerden etkilenmesi söz konusu olmaz.

- Projenin % 100’ü finanse edilebildiği için öz kaynaklar korunmakta, kredi hacmi daralmamaktadır.
- Leasing işlemi kredi olmadığı için bilançonun pasifinde yer almamaktadır. Firmalar kredi taleplerinde bilançolarını sunduklarında leasing işlemi kredi değerliliklerini etkilemeyecektir.
- Piyasa katma değer vergisi oranı % 18 olan tüm makine ve ekipmanların leasing kapsamında katma değer vergisi % 1’e düşmektedir.
- Leasing sözleşmesinde, leasinge konu olan malın maliyeti kiralama bedelleri içinde amorti olduğu için, kira dönemi sonunda malın mülkiyetine piyasa değerinin çok altında sembolik bir bedelle sahip olunabilir .
- Yeni yatırımlar için gerekli finansman arzının artmasını, finansman maliyetlerinin ise düşmesini sağlar.
- Bir ülkeye dış borçlanmaya gerek olmaksızın finansman temini olanağı sağlar.
- Firma yatırımını öz kaynak ile değil de leasing yoluyla yapacağı için elinde kalacak nakdi, lease ettiği makineleri ve işletmesini çalıştırmak üzere kullanılabilecek hammadde ihtiyacını peşin alarak karşılayabilecek ve vade farkı ödemek durumunda kalmayacaktır.
- Sermaye birikimi yeterli olmayan ülkelerde yatırıma yönelik finansman ihtiyacı sorununun çözümüdür.
- Risk nedeniyle gelmekte tereddüt eden yabancı sermayenin gelmesi için, daha güvenli bir seçenek olduğundan ekonomik ve siyasi riski azaltmaktadır.
- Finansman kaynaklarının etkin ve esnek kullanımını sağlar ve bu kaynaklar üretime kanallı ederek sermaye birikimine katkıda bulunur.
- Enflasyonu önlemeye yönelik politikalarla birlikte, yatırımlar ve işsizlik üzerindeki olumsuz etkileri giderici yatırım olanağı sağlar.
- İmalatçı firmaların tanıtım ve pazarlama olanaklarını artırır.

- Özellikle KOBİ'lerin yararına olarak, orta ve uzun vadeli yatırım olanaklarının sınırlı olduğu dönemlerde, işletmelere uygun koşullu finansman kolaylığı sağlar.
- Leasing işlemi borçlanmaya göre daha esnektir. Sözleşme süresi, ödeme dönemleri ve tutarları iki taraf arasında belirlenir. Dolayısıyla formalite azdır, kısa zamanda sonuçlanır.
- Leasing işlemleri vergisel açıdan avantaj sağlar. Kira gelirlerinin tümü, gelir ve kurumlar vergisi hesaplamalarında gider olarak gösterilir, bu sayede vergi tasarrufu sağlanır
- Özellikle teknolojinin sürekli değiştiği bu dönemlerde kısa sürede iptal edilebilecek bir sözleşmeyle kiralanan varlık, varlığı satın almaya nazaran daha az risklidir.
- Leasing yatırım maliyetlerinizi önemli ölçüde azaltır.
- Türkiye'de oldukça kıt olan, orta ve uzun vadede kaynak sağlar
- Leasing anlaşmaları uzun süreli yapıldığında, kiracı enflasyon etkilerinden korunmuş olmaktadır.
- Leasing şirketi kira ödemelerini size danışarak, sizin ihtiyaçlarınızı göz önüne alarak belirler. Böylece ödeme gücünüz ve nakit akımınız dikkate alınarak, size özgü bir model oluşturur.
- Kira taksitlerinin vergiden muaf oluşu, özellikle Katma Değer Vergisi'nin bazı mallarda uygulanmaması ve stopaj vergilerinde indirim yapılabilmektedir.
- Malın sahipliğinin leasing şirketinde olması nedeniyle özel bir teminatın aranmamakta, böylece işletme varlıklarının serbest kalmaktadır.

2.2.3.5. Leasing Finansman Modelinin Dezavantajları

Leasing'in yukarıda belirtilen avantajları kadar, dezavantajları da vardır. Bunlar aşağıda belirtilmiştir (Yüce,2007:101, Yılmaz, 2006:21, www.erpakademi.com, Yalçiner ve diğerleri, 2008: 83, Toroslu, 1999: 18, Yılmaz, 2002:189, Düzce, 2007:89).

- Leasing'e konu olan varlığı, şirketler bilançolarının aktiflerinde gösteremedikleri için, bu varlığa amortisman ayrılması söz konusu olmamaktadır.
- Kiracı malın üzerinde yapmak istediği değişiklikler için önce leasing şirketinden izin almak zorundadır.
- Leasing konusu varlık üzerinde kiracının tam bir kullanım serbestliği yoktur. Kiracı, varlık üzerinde bir farklılık oluşturmak istediğinde kiralayanın iznini alması gerekir
- Bir şirket varlıklarının büyük bir kısmını leasing yöntemi ile sağlamışsa, kredi değerinde düşme söz konusu olur. Çünkü işletmenin kredi kurumlarına karşı teminat olarak göstereceği varlıkları yetersiz kalabilir.
- Yeniden değerlendirme olanağından faydalanma hakkı kiracı yerine, iktisadi kıymeti aktifinde bulunduran leasing şirketindedir.
- Leasing'le kiralanan varlıklar bilançoda gösterilmez. Bu durum şirketin aktiflerinin denetim dışı kalmasına neden olduğu için şirketin verimliliğini azaltır ve kaynakların verimsiz kullanılmasına sebep olur.
- Leasing' de kira maliyetleri, alternatif finans kaynaklarına oranla daha yüksektir.
- Temel kira sözleşmesi boyunca kiracı sözleşmeye bağlı kalmaktadır.
- Kiralanan malın aktifte görünmemesi nedeniyle, özellikle kredi başvurusu durumunda, bilanço rakamının küçük olması, değerlendirmede aleyhte bir sonuca yol açabilmektedir.

- Uluslararası leasing de ödemelerin dövizle yapılmasının yol açtığı kur farkı maliyetleri arttırabilir.
- Kira süresi boyunca leasing alıcısı (kiracı) teknik açıdan yaslanan bir makineyi geri vermezken, leasing vericisi (kiralayan), makinenin kalan değeri üzerinden amortisman ayırmaya devam eder.
- Kur riski açısından; Hem kiracı hem de kiralayan açısından söz konusu olabilecek bir risktir. Kiraya veren açısından kur riski, temin edilen fonların ödendiği para birimi ile kira ödemelerinin yapıldığı para birimi; kiracı açısından ise kira ödemeleri cari olan para birimi ile kiralanan varlığın sağladığı gelir için geçerli olan para birimi arasındaki farklılıktan doğmaktadır. Bu durum kullanıcı açısından satın almayı leasingden daha avantajlı pozisyona getirebilir.
- Sınırlı kullanım serbestliği açısından; leasinge tabi tutulan malın kullanım serbestliği, satın alınan mala göre daha sınırlı olmaktadır. Kiracı kiraladığı mal üzerinde yapabileceği her türlü değişiklik için önceden kiralayandan onay almak zorundadır.
- Hurda değerinin saptanması açısından; leasing konusu olan mal teknolojisi sürekli ve hızlı değişen bir mal ise söz konusu olmaktadır. Bu tür teçhizatın teknolojik olarak kısa zamanda eskimesi ile kiralanan varlığın değeri büyük ölçüde düşüşler gösterebilmekte ve bundan dolayı da söz konusu teçhizatın dönem sonunda ki değerini saptayabilmek önemli bir sorun haline gelebilmektedir.
- Vergilendirme sorunları açısından; kiracı ve kiralayanın ülkeleri arasında vergi anlaşması yoksa kiracı, leasing konusu malı ülkesine götürürken ülkenin mevzuatına göre KDV ödemek zorunda kalabilir. Fakat kiracı leasing yoluyla kiralamak yerine o malı satın aldığı anda yine KDV ödeyeceği için bu faktör karşılaştırma ve hesaplamalarda karşılaştırılacak bir faktör olmaktan çıkar.
- Amortisman yöntemlerinden yararlanamama açısından; yatırımcı firma kullanım hakkına sahip olduğu leasing konusu malı bilanço aktifinde gösteremediğinden amortisman ayırma hakkı yoktur. Dolayısıyla amortismanın ayrılmasının getireceği vergi avantajından yararlanamaz. Bu

nedenle satın almanın genellikle leasing ile kiralamaya kıyasla maliyetinin daha düşük olduğu ileri sürülür.

- Kredi alma açısından; kiralama konusunu oluşturan teçhizatın aktifte görünmemesi sonucu, özellikle kredi başvurusu halinde, bilanço rakamı küçüklüğünden dolayı kredi imkanında yararlanamayabilir. Leasing sözleşmesi, kira sonunda malın yatırımcıya bırakılmasını içermiyorsa, yatırımcı malın hurda değerinden yararlanamayacaktır.

2.2.3.6. Leasing Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkılar

Leasing sözleşmesinde, leasing şirketi ile kiracı olmak üzere 2 taraf ile leasinge konu olan varlığın üreticisi (satıcısı) söz konusu olmaktadır. Kiralayan leasingi veren kişi veya kuruluştur. Kiracı leasingi alan gerçek veya tüzel kişidir (Yılmaz, 2006:29).

Leasing talep yaratıcı bir etkiye sahiptir. Satın alma gücü yeterli olmayan, yeterli krebilitesi olmayan veya yeni kurulan firmalara leasing yoluyla yatırım mallarını kullanma imkânı tanır. Bu nedenle leasingin ülke ekonomisini genişletici etkisi vardır. Ayrıca leasing işlemi, yeni teknolojilerin yatırımlarda kullanılmasına imkân verir. Dolayısıyla ülke için katma değeri yüksek yatırımlar gerçekleşmiş olur (Yalçiner ve diğerleri, 2008: 84).

Leasing risk faktörü sebebiyle ülkeye gelmeye çekinen yabancı sermaye için daha emin bir seçenek olabilmektedir. Leasing işlemiyle birlikte siyasal ve ekonomik risk tamamıyla olmasa da büyük ölçüde ortadan kalkmaktadır (Günay, 2013:21).

Finansal kiralama ülke ekonomisinde de yatırımların artması ve işsizliğin azalmasını sağlayabilir. Finansal kiralama işlemleri; sıkı para politikası izlenen dönemlerde, bu politikaların yatırımlar ve işsizlik üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaktadır. Ayrıca ekonomiye katkı sağlayan sektörlerde rekabetin gelişmesine imkan verir. Finansal kiralama, ihracatın sürdürülmesi için gerekli olan sanayici ve ihracatçılara dolaylı teşvikler sağlanması konusunda uygun bir araçtır. Zira bu yolla sağlanan vergi avantajları ve finansman kolaylıkları, rekabetin artmasına olanak verir. Ayrıca finansal kiralama, piyasada ek finansman kaynağı ve geleneksel bankacılık ürünleri ile rekabetçi bir ürün sağlar. Bu gibi rekabet ortamı, bankaların borç vermelerinde teşvik edici bir ortam meydana getirir. Böylece

finansal sistemin gelişmesine katkıda bulunmuş olunur. Finansal kiralama yeni teknolojilerin ithaline imkan verir, kiralayan şirketlerin ve kiracıların teknolojiyi daha yakından takip etmeleri ve bu teknolojileri kullanmak için atılımında bulunmaları için gerekli ortamı sağlar. Gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere teknoloji transferine olanak sağlayarak bu ülkelerin üretim süreçlerinde ileri teknolojiinden yararlanma ve verimliliklerini arttırmalarına imkan verir. Finansal kiralama, risk faktörü nedeniyle çekingen davranan yabancı sermaye için de emin bir seçenektir (Evsen, 2010:27).

Tablo 2.7. 2012 Yılı Dünya Leasing İşlem Hacmi Oranı

SIRA NO	ÜLKE	İŞLEM HACMİ 2011 (MİLYAR US)	2010-2011 DEĞİŞİM ORANI
1	ABD	268,8	38,86
2	ÇİN	60,39	42,85
3	ALMANYA	60,11	6,78
4	JAPONYA	59,33	1
5	FRANSA	33,3	6,53
6	İTALYA	22,94	-8,03
7	RUSYA	22,84	64,67
8	KANADA	22,45	24
9	İNGİLTERE	14,64	11,13
10	İSVİÇRE	11,85	4,77
11	AVUSTRALYA	11,55	6,87
12	BREZİLYA	10,43	-30,35
13	KORE	9,57	8,16
14	POLONYA	9,28	14,1
15	İSVEÇ	9,23	0,64
16	NORVEÇ	7,66	18,7
17	KOLONBİYA	7,56	7,8
18	İSPANYA	7,12	-25,6
19	AVUSTURYA	6,79	7,92
20	BELÇİKA	5,87	10,78
21	GÜNEY AFRİKA	5,67	13,74
22	HOLLANDA	5,52	7,99
23	DANİMARKA	5,46	27,3
24	TÜRKİYE	4,29	52,38
25	ŞİLİ	4,22	5,56
26	PERU	3,64	24,6
27	İRLANDA	3,4	0,03
28	FİLLANDİYA	3,39	12,02
29	PORTEKİZ	3,07	-38,04
30	ÇEK CUMHURİYETİ	2,52	-0,22

Tablo 2.7. 2012 Yılı Dünya Leasing İşlem Hacmi Oranı (devamı)

31	MALEZYA	1,71	42
32	İRAN	1,7	-37
33	ROMANYA	1,62	22,62
34	FAS	1,55	-6,7
35	MACARİSTAN	1,48	20
36	SLOVAKYA	1,44	18,73
37	MEKSİKA	1,27	-18,5
38	TAYVAN	1,26	20,2
39	ARJANTİN	1,17	47,73
40	SLOVAKYA	1,07	-4,93
41	ESTONYA	1,02	67,57
42	UKRAYNA	1,02	277,45
43	KIBRIS	1,01	-28,46
44	MISIR	0,88	2,3
45	BULGARİSTAN	0,8	29,81
46	LİTVANYA	0,69	90,46
47	NİJERYA	0,52	15,8
48	PORTO RİKO	0,49	-5,6
49	YENİ ZELANDA	0,43	6,87
50	YUNANİSTAN	0,33	-60,2
	TOPLAM	724,35	

Kaynak: <http://www.fider.org.tr>

Tablo 2.8.Yıllar İtibariyle Dünya Leasing İşlem Hacmi

YIL	İŞLEM HACMI (MİLYAR US\$)	DEĞİŞİM %
1990	331,6	
1991	345,3	4,13%
1992	323,3	-6,37%
1993	309,6	-4,24%
1994	356,4	15,12%
1995	409,1	14,79%
1996	428,1	4,64%
1997	405,8	-5,21%
1998	432,5	6,58%
1999	473,5	9,48%
2000	499	5,39%
2001	476,7	-4,47%
2002	461,6	-3,17%
2003	511,3	10,77%
2004	579,1	13,26%
2005	582	0,50%
2006	633,7	8,88%
2007	780,4	23,15%
2008	732,8	-6,10%
2009	557,3	-23,95%
2010	616,8	10,68%
2011	724,35	17,43%

Kaynak: <http://www.fider.org.tr>

İki tablo birlikte incelendiğinde görülmektedir ki yıllar geçtikçe (kriz dönemleri hariç) leasinge olan ilgi ve işlem hacmi sürekli artış göstermektedir.

2.2.4. Forfaiting Finansman Modeli

2.2.4.1. Forfaiting Finansman Modelinin Tanımı

Forfaiting kredili mal ve hizmet ihracatından doğan ve gelecekte tahsil edilecek, orta vadeli ve uygulamada bir banka tarafından garanti edilmiş ve uygulamada bir banka tarafından garanti edilmiş senetli veya senetsiz bir alacağın, vadeden önce satılarak tahsil edilmesidir. Alacağın satıcısına forfaitist devralan kuruluşu forfaiter denir (Ceylan,1998:55).

Forfaiting mal ve hizmet ihracatından doğan ve belirli bir ödeme planına göre tahsil edilebilecek olan alacakların vadeden önce bir banka ya da bu alanda uzmanlaşmış bir finansman kurumu tarafından satın alınmasından doğan “iskonto işlemi” anlamına gelmektedir. Senetli ve senetsiz alacaklar forfaitinge konu olabilir ancak uygulamada ithalatçının borcu karşılığında ihracatçıya verdiği emre yazılı senet ve poliçeler ile temsil edilen alacaklar da forfaitinge konu olmaktadır. İşlem gerçekleşikten sonra ihracatçının hiçbir yükümlülüğü kalmamaktadır. 3 aydan başlayarak 10 yıla kadar olan alacaklar kullanılmaktadır (Sakallı,2011:56).

Uzun vadeli ve kredili ithalat-ihracat işlemlerine yönelik bir finans aracı olan forfaiting dünyada genellikle yatırım mallarının finansmanı için kullanılmakla birlikte günümüzde artık tüketim mallarının finansmanına yönelik faaliyetlerde de kullanılmaya başlamıştır (<http://www.ihracatdunyasi.com./>)

Forfaiting, ithalat ve ihracat işlemlerinden doğan vadeli alacak ve borçların rücusun olarak forfaiting kuruluşlarına (forfaiter) satılmasından doğan ve iskonto işlemi olarak kabul edilen bir finansman tekniğidir (Yüce,2007:110).

2.2.4.2. Forfaiting Finansman Modelinin Gelişimi

Poliçe ve bono, vb. borç araçlarının satıcıdan (ihracatçı) rücusun satın alınması İkinci Dünya Savaşından sonra önem kazanmıştır. Uluslararası ticaretteki geniş tecrübesiyle Zürih Bankacılar Birliği, ABD’den eski Doğu Avrupa ülkelerine satılan hububatın finansmanında öncülük yapmıştır. Uluslararası orta vadeli finansman talebinin karşılanmasında ilk forfaiting işlemi, 1962 yılında ABD’den, daha sonra eski Sovyetler Birliği’ne satılmak üzere, Almanya’ya yapılan hububat ihracatında gerçekleştirilmiştir. ABD firmalarının mal bedelini peşin istemelerine mukabil eski Sovyetler Birliği’nin kredili mal satın alma konusunda ısrarlı oluşu, o yıllarda İsviçre bankalarını, Sovyetler Birliği’nin borç senetleri karşılığı ABD’li ihracatçıların alacaklarını satın alma yöntemine yöneltmiştir. Böylece, uluslar arası bankacılık merkezlerinden birisi olan İsviçre 1962 yılında forfaiting işlemlerine öncülük etmiş olup, eski Sovyetler Birliği garantisi olan Dış Ticaret Bankası’nın orta vadeli poliçeleri, İsviçre bankaları tarafından iskonto edilerek ihracat bedelleri ABD’li ihracatçı firmalara ödenmiştir. Forfaiting, daha sonra yatırım malları ticaretinde kullanılan orta vadeli bir finansman yöntemine dönüşmüştür. Euro pazarların da gelişmesi sonucu 1970 yılından itibaren İngiltere, forfaiting faaliyetlerin en önemli merkezi olmuştur. Zira

İsviçre’de tüm finansman kuruluşlarının işleme tabi tuttıkları ciro edilebilir belgelerin damga vergisine tabi oluşu, İngiltere’de ise bunun söz konusu olmayışı, forfaiting işlemlerinin Londra’da yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Forfaiting işlemlerinde üçüncü sırada yer alan Almanya’yı sırasıyla ABD, Kanada, Güney Kore ve Latin Amerika Ülkeleri izlemektedir (www.turkcebilgi.com)

Dünyanın önde gelen forfaiting kuruluşları arasında ilk sırada yer alan “London Forfaiting” tarafından düzenlenen bir listeye göre; 115 ülkeye vadeli mal satışının poliçeleri iskonto edilebilmektedir. Bu ülkelere yapılacak vadeli satışların iskonto edilebilme sureleri de ülkeden ülkeye göre bir ile 10 yıl arasında değişmektedir (Yüce,2007:110).

Ülkemizde henüz istenilen yaygınlığa ulaşmayan forfaiting, ağırlıklı olarak ihracatçılar tarafından kullanılmakta olup, kullanım genellikle, demir-çelik, çimento, petro-kimya, elektronik sanayi ve ilaç sektöründe yoğunluk kazanmaktadır. İnşaat taahhüt alacakları da iskonto edilerek nakde çevrilebilmektedir. Özellikle Rusya, Orta Asya ülkeleri, Tunus, Irak ve İran’da faaliyette bulunan Türk inşaat firmaları tarafından forfaiting yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu ülkelerde faaliyetlerini sürdüren firmalar, bu ülkelerin taşıdıkları ekonomik ve siyasal riskler nedeniyle, vadeli alacaklarını iskonto ettirerek nakde çevirmektedirler. Türkiye’de ihracata konu olan mallar içinde tüketim mallarının payı yatırım mallarına göre daha fazla olduğundan faktoring forfaitinge göre daha fazla tercih edilmektedir (Koyuncu,2010:42).

2.2.4.3. Forfaiting Finansman Modelinin Avantajları

Forfaitingin işlemini tercih eden işletme açısından faydaları aşağıdaki gibidir (Yüce,2007:111, Bedesteci ve Canıtez,2006:162, Sakallı,2011:56, Savaşal,2005:63, Güngör,2011:82, Parasız,2005:60, <http://www.kosgeb.gov.tr>, <http://www.ufrad.org.tr>);

- Vadeli alacağını nakde çevirebilmekte ve likiditesi artmaktadır. Franchisee veren tarafa yapılacak ön ödemeler yeni bir işin ön yatırımından daha fazla olmasına rağmen denenmemiş bir iş için yapılacak hata maliyetinin toplamından az olabilmektedir.
- Franchisee alan KOBİ’ler diğer firmalara göre daha düşük faizli kredi bulma şansına sahip olmakta, franchisee veren firma, alıcı firmaya bu

konuda yardımcı olabilmektedir. Böylece faaliyetlerine yeni başlamış olan firma finansman konusunda güçlüklerle karşılaşmamaktadır.

- Kredili mal satışlarından doğan alacakların tahsilinde hiçbir riski bulunmamaktadır.
- Diğer finansal yöntemlerin aksine gizlilik içinde yapılmaktadır.
- Alacakların tahsili ve takibi için para harcamak zorunda kalmaz.
- Forfaiting, poliçenin ciro edilmesinden ibaret bir işlem olduğu için sözleşme gerektirmemekte, ihracatçıyı sözleşme masraflarından muaf tutmaktadır.
- Forfaiting yolu ile finansman gizlilik içerisinde yürütülerek işletme hakkında olumsuz bir görüntü oluşmasına engel olunmaktadır.
- İhracatçı; politik risk, transfer riski, döviz kuru riski, ticari risk, faiz oranı riski gibi risklerden korunmaktadır.
- İşletmenin alacakların yönetim ve tahsili için zaman ve kaynak ayırma gereği ortadan kalkmaktadır

Forfaiting'in ihracatçı açısından avantajları şunlardır:

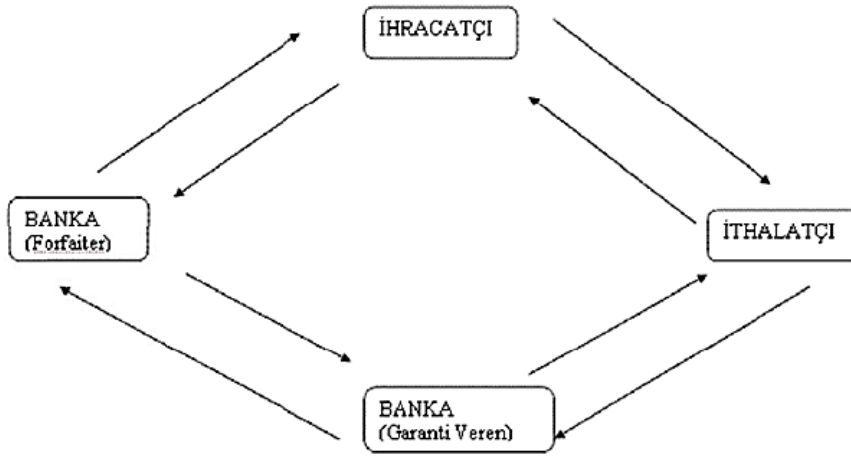
- Ekonomik ve politik tüm riskler forfaiter'a yansıtılmaktadır.
- İhracattan doğan alacak haklarının, belgelerin forfaitera, iskonto oranı üzerinden devri esasına dayandığından, bu finansman şeklinin maliyeti ihracatçı açısından önceden belli olmakta, böylece ihracatçı uzun vadeli faaliyet planı yapabilmektedir.
- İhracatçı firma, vadeli satışlarını anında paraya çevirebildiğinden, kredili satışlarının finansmanı için kaynak araması gerekmemektedir.
- Forfaiting genel olarak, basit ve hızlı bir uygulama olup, ayrıca bir kredi sigortası ve fazla belgeye de gereksinim duyulmamaktadır.
- İhracatçının likiditesi, alacak hakkının devri ile artmakta, bu da finansman olanağı yaratmaktadır.

Forfaiting'in ithalatçı açısından avantajları ise şunlardır:

- Alternatif bir finansman kaynağı elde eder.
- İthal edilen ürün firmanın bilançolarına dahil edilir ve ithalatçı böylece her türlü yatırım indiriminden yararlanma imkanına sahip olur.
- İthalatçı bankalardaki nakit kredilerini kullanmak zorunda kalmaz.
- Vade sonuna kadar sabit faiz oranı uygulanır.
- Forfaiting, ithalatçıya kredili ithalat olanağı sağlarken forfaiter'a da senetlerin tahsili için banka garantisi sağlar.

2.2.4.4. Forfaiting Finansman Modelinin İşleyişi

Forfaiting işleminin birinci aşamasında forfaitist, kredili satıştan önce forfaitere başvurmaktadır. İkinci aşamada forfaiter, forfaitisten değerlendirme yapabilmek için, talep edilen kredinin tutarı, vadesi döviz cinsi, ithalatçının adresi, ülkesi alacakların şekli, teminat türü, teminat verecek bankalar ile ilgili bilgiler, ihraç edilecek malın cins ve miktarı, sevk evraklarının teslim tarihi ile ilgili bilgileri talep eder. Söz konusu belge ve bilgilerin elde edilmesi sonrası yapılan değerlendirme sonucu, forfaiter ile forfaitist arasında, forfaiting konusu kredinin limiti, vadesi, iskonto ve komisyon oranının belirlendiği sözleşme yapılır. Bu aşamadan sonra forfaiter forfaitiste sözleşme koşullarını belirten bir taahhüt mektubu gönderir. İhracatçı işletme söz konusu ürünü ithalatçıya göndererek karşılığında garantör banka tarafından verilmiş olan ithalatçıya ait borç senetlerini alır. Daha sonra bu borç senetlerini forfaitere ibraz ederek geri dönüş hakkı olmaksızın iskonto ettirir veya satar. Forfaiting işlemlerinde uygulanan vade 6 ay ile on yıl arasında değişmektedir. Ödemeler genellikle 6 şar ay vadeli eşit taksitler halinde şekillendirilmektedir. Temel olarak factoring ve forfaiting arasında birbirlerine benzeseler de iki finansman aracı arasında önemli farklar bulunmaktadır. Factoringde vade bir ay ile altı ay arasında değişmekte iken forfaitingde vade altı ay ve on yıl arasında değişmektedir. Diğer fark ise üstlenen risktedir. Factoring de riskin belli bir kısmı hatta ödenmeme, kur, politik riskler sözleşmeye bağlı olarak üstlenirken forfaitingde tüm riskler üstlenmektedir (Koyuncu,2010:44).



Kaynak: www.oaib.org.tr/ihracatta-alternatif-finansman-araclari

Şekil 2.6. Fortfainting İşlem Süreci

2.2.4.5. Forfaiting Finansman Modelinin Dezavantajları

Forfaiting yönteminin dezavantajları ise şunlardır (Yüce, 2007:111, Bedesteci ve Canitez, 2006:162, Sakallı, 2011:56, Savaşal,2005:63, Güngör, 2011:82, Parasız, 2005:60, <http://www.kosgeb.gov.tr>, <http://www.ufrad.org.tr>);

- Vadeli alacağını nakde çevirebilmekte ve likiditesi artmaktadır.
- İhracatçının, borçla ilgili belgelerin düzenlenmesi, garanti edilmesi ve ödenmesi halinde kendisine rücu edilemeyeceği konusunda emin olabilmesi için ithalatçı firmanın garanti, aval, bono ve poliçe düzenlemelerine ilişkin mevzuatı izlemesi gereklidir. Uygulamada bu sorumluluk genellikle forfaitera yüklenmektedir.
- Garantörün güvenilirliği konusunda ihracatçının forfaiter ‘ı bilgilendirmesi ve ikna etmesi gerekmektedir, bu durum belli bir süreyi gerektirebilmekte, ihracatçı forfaiteri ikna etmekte güçlük çekmektedir.
- Diğer finansman yöntemleriyle kıyaslandığında forfaitingın maliyeti yüksektir. Forfaiter tüm riskleri üstlendiği için borç veren diğer finansman kurumlarına göre daha yüksek bir marj uygulayabilmektedir

- Diğer finansman yöntemlerine göre maliyeti yüksektir. İhracatçı garantörün güvenilir olduğu konusunda forfaiting şirketini ikna etmede zorlanabilir.
- İhracatçı taraf açısından dezavantajları şunlardır:
- İhracatçı, alıcı ülkenin bono, poliçe, garanti konularındaki güncel mevzuatını izlemek ve yeterince bilmek, borç araçlarının doğru düzenlenmesini ve garanti edilmelerini sağlamakla yükümlüdür. Fakat uygulamada bu husustaki sorumluluk yine forfaitera yüklenmektedir. Diğer taraftan, ihracatçının, garantörün güvenilir olduğu hususunda forfaiteri ikna etmekte zorlukla karşılaşabilmesi de mümkündür.
- Diğer finansman yöntemleriyle kıyaslandığında forfaitingın maliyeti yüksektir. Çünkü forfaiter tüm riskleri üslendiği için, borç veren diğer finans kurumlarına göre daha yüksek bir marj uygulayacaktır.

2.2.5. Franchising

2.2.5.1. Franchising Finansman Modelinin Tanımı

Franchising, Fransızca bir kelime olan ve serbest bırakma, vergi ve resimlerden muaf tutma anlamına gelen ‘‘Affranchier’’kelimesinden gelmiştir. Ulusal Franchising Derneği’nin tanımına göre franchising; ana firmanın üretim veya hizmet alanında denenmiş ve başarılı olmuş ticari ve hizmet markasını, ürünleri dağıtım ya da hizmeti sunma hakkını belirli bir süre, şart ve sınırlamalarla yasal ve finansal açıdan tamamen bağımsız olan bir tarafa verdiği bir pazarlama ve dağıtım yöntemidir. Ana firma ürün veya hizmetle ilgili bilgi, teknoloji, işletme yönetimi, organizasyon ve pazarlama konularında franchisee alana eğitim ve uzmanlık yardımı sağlar ve buna karşılık franchisee alan, yıllık satışların belirli bir yüzdesini ve diğer belirli ücretleri ana firmaya öder, ana firmanın standartlarını aynen koruyarak faaliyetlerini sürdürür (Ulaş,1999:06).

“İngilizce’ de franchising, kelime anlamı olarak oy verme hakkı, hükümet tarafından tanınan imtiyaz veya muafiyet, bu imtiyaz ve muafiyetin geçerli olduğu yer, üretici tarafından bayi veya perakendeciye tanınan mallarını satma yetkisidir.” (Redhouse İngilizce-Türkçe Sözlük, 1990:386)

Bir dağıtım ve pazarlama sistemi olan franchising, iki taraf arasında süreklilik gösteren ve ticari ilişkiye dayanan bir anlaşmadır. Franchising, bir işletme sistemi çerçevesinde yapılan satış etkinliklerinde denenmiş, kendini ispat etmiş bir markanın desteği ve güvencesi altında is yapan, birbirinin kopyası firmaların mal ve hizmet dağılımına yönelik olarak belli bir bedel karşılığında söz konusu marka ve sistemin sahibi olan firma (Franchisor) ile girmiş oldukları bağımsız bir ticari ilişki turudur. Franchising bir işletme sisteminin ürünlerinin ve hizmetlerinin sunulduğu bir ekonomik paylaşım turudur (www.adana-to.org.tr).

Franchising, bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek sağlamak suretiyle imtiyaz hakkını ticari işler yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği, uzun dönemli ve sürekli iş ilişkilerinin bütünüdür (Atıcı, 2006: 77).

Uluslararası Franchising Birliği' nin (IFA) yapmış olduğu tanımlamaya göre ise “Franchising sistemi; franchisee verenin, franchisee alanın isi ile ilgili olarak knowhow ve eğitim gibi konularda ona sunduğu ya da kendi kendisini sürekli bir ilgi göstermekle yükümlü kıldığı bir sözleşme ilişkisidir.” Hukukçuların ve uluslararası kuruluşların franchisingi değişik şekillerde tanımlamış olmalarına rağmen esasen bütün tanımlar ve içerdikleri kavramlar hemen hemen aynıdır. Terminolojisini ve sözlük anlamlarını açıkladıktan sonra farklı franchising tanımları da aşağıdaki şekilde yapılabilir (Koç,2006:9) :

Ekonomi Sözlüğünde, yapılan tanıma göre franchising, “bir ürün ya da hizmet üzerinde imtiyaz hakkı olan özel ya da tüzel kişinin, bir başka üretici ya da tacire bu ürün veya hizmeti belirli bir bölge ve süre ile sınırlı olmak üzere üretmek yada satmak hakkını, bir bedel karşılığında vermesidir.”

Yapılan tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere, franchising sisteminde iki taraf ve iki taraf arasında gerçekleştirilen bir sözleşme mevcuttur. Taraflardan biri, ürüne, hizmete veya bilgi birikimine ve bunlara ait denenmiş, kalitesini kanıtlamış ve başarılı bir marka, isme sahip ve bunların satış, dağıtım veya işletme hakkını belirli bir bedel karşılığı veren “franchisor”, diğeri ise marka, isim ve işletme hakkını alan, bağımsız şekilde işletmesini yöneten, franchisor’dan idari, mali, teknik, pazarlama ve eğitim konularında sürekli destek alan “franchisee’dir. Franchisee’in franchisor’ a ödediği bedel; isim, marka veya sistemi kullanma hakkı karşılığında ödenen bir başlangıç ücreti (franchising fee) ve yıllık ciro veya

kardan, anlaşmada belirlenen oranlarda, yüzde olarak ücretlerden (royalty) oluşur (Koç,2006:9).

2.2.5.2. Franchising Finansman Modelinin Gelişimi

Franchising sisteminin tarihi gelişimi konusunda çeşitli kaynaklarda farklı görüşler belirtilmektedir. Bir görüşe göre franchising; “Ortaçağ’da kilise yetkililerinin, belirli bir bölgede vergi toplayabilmek için hükümete bir miktar para ödemeleri” anlamında kullanılmış ve vergi toplama yöntemlerine yeni bir düzenleme getirilmesiyle 1562’de son bulmuştur. Diğer bir görüşe göre is franchising, ortaçağ krallıklarında “serbestlik, imtiyaz verme” olarak oldukça dar bir kapsamda kullanılmıştır. Kralın bir ürünü satması ya da bir hizmeti sunması hakkını bir kişiye vermesiyle ürün yada hizmetin tek olması sağlanmış, imtiyaz alan kişi bunun karşılığında krala vergi ödemiştir (Ulaş,1999:06).

Ancak gerçek anlamdaki şeklinin 18. ve 19. Yüzyıllarda kanun yapımcıların ticari ilişkilerin niteliklerini belirleyen kanunları çıkarmaları ile kazanmıştır (Şoğur, 1993:68).

Franchising bugünküne daha yakın şekliyle İngiltere’de, 1700’lerde bira üreticileri ile bar sahiplerinin arasında yapılan sözleşmelerde oluşturulmuştur. Bu tarihte çıkarılan yasa ile alkollü içki satışlarının lisans ile sınırlandırılması yoluna gidilmiştir. Lisans sayısının kısıtlı tutulması ile lisans fiyatlarının alkollü içki satışı yapan küçük bar sahiplerinin ekonomik güçlerini aşan seviyelere yükselmesine neden olmuştur. Bu sorunlara çözüm olarak, yeterli ekonomik güce sahip alkollü içki üreticileri lisanslarını kendi adlarına satın alma ve bölgesel olarak alkollü içki satışı yapan yerlere içki satış lisansları kiralama yoluna gitmişlerdir. İngiltere’de bu gelişmeler sonucu franchising varlığını kabul ettirirken ABD’de ilk franchising hareketleri 19.yüzyılda görülmeye başlanmıştır. İlk olarak dikiş makineleri, otomobil, benzin istasyonları ve hafif içkilerin şişelenmesi gibi, değişik sektörlerde franchising işleminin başlangıcı görülmektedir. (Ulaş, 1999:11).

1920’lerde ABD’de bir işletme sekli olarak franchising kavramı toptan-perakendeci ilişkisine yansdı. Bu dönemlerde bile büyük ölçekli perakendeciler uyguladıkları fiyat politikalarıyla küçükleri piyasadan silmekteydiler. Toptancı (franchisee hakkını kullandıran), küçük perakendeciye (franchisee hakkını kullanan) karşı bir yandan bağımsızlığını korurken bir yandan da hem tanınmış bir

marka ismini kullanma hem de büyük oranlarda miktar iskontosundan yararlanma olanağını sundu. Buna ek olarak müşteri de perakendeciyi kalitesi bilinen bir ürünü sunan bir işletme olarak tanımış oldu. İngiltere’de bu franchisee tarzı, SPAR ve VG bakkaliye mağazaları tarafından kullanılmıştı. 1950’lere kadar franchisee kullanım hakkı veren firmaların çoğunluğu bu yöntemi hali hazırda mevcut mal ve hizmetlerin dağıtımında kullanılan verimli bir metot olarak gördüler. Araba üreticileri, petrol şirketleri ve meşrubat distribütörlerinin tümü bu geleneksel veya ilk kuşak denilebilecek franchising sistemine örneklerdir. 1950’lerde franchising de yaşanan patlama “işletme sistemi franchising” olarak bilinen ikinci kuşak franchisee bağlanmaktadır. Bu sistem, franchisee hakkı kullandıran firmanın sınırlı riskle hızlı büyüme avantajını yakaladığı, hakkı kullanan firmanın ise daha başından kendini ispatlamış bir işletme sistemini satın aldığı bir metot olarak tanımlanmıştır. Bir hamburger restoran zinciri olan Wimpy, İngiltere’de kurulan ilk franchising işletme sistemidir (Ulaş, 1999:11).

1980’ den sonra İngiltere’ de özellikle işletme sistemi (ikinci kuşak) franchising’ e yönelik büyük bir gelişme gözlemlenmeye başlanmıştır. Bu yönelişin ana sebepleri ekonomik ve politiktir. Franchising sistemi, 1980’lerdeki ekonomik kriz sonucu işsiz kalan kişilere hem kendi işlerini kurmak hem de kurulmuş, denenmiş bir sistemin bir parçası olarak iş güvencesi sağlama yoluyla geniş imkanlar sunmuştur. Muhafazakar hükümetlerin iktidarda kalma süreklilikleri, ancak özel teşebbüse destek vermeleri oranında oluyordu, bu yüzden sistem, siyasal zemince de desteklenmiştir. Ayrıca yaşam standardının yükselmesinin yanı sıra, yaşam tarzının değişmesi ve kadınların iş hayatına girmesi de sistemin gelişmesinde pozitif bir etken olmuştur (Şoğur, 1993:74-75).

1986 yılında İngiltere’de franchising gelirleri 22 milyar pound olmuştur. 1987 yılında bu rakam %40 oranında yükselerek 3.1 milyar pound olmuştur. 1987 yılında franchising endüstrisinde 150 bin kişinin istihdam edildiği, bir franchising zincirinde franchisee alıcılarının sayısının ortalama 40 olduğu toplam sayının ise 20 bini bulduğu görülmüştür (Şoğur, 1993:76).

Ülkemizde ise, 24 Ocak 1980 Kararları ile birlikte bürokratik engellerin ortadan kalkması ve yabancı yatırımcılara eşit haklar verilmesi; uluslararası ayrıcalıklı franchising sistemleri tarafından ilgi ile karşılanmıştır. Türkiye’ de franchising sistemi ilk olarak 1986 yılında dünyanın en büyük fast food restoran zincirlerine sahip olan McDonalds’ ın İstanbul Taksim’ de ilk restoranını açması

ile fiilen başlamıştır. Bu girişimi, diğer çokuluslu şirketler de izlemiş ve ülkemizde halen franchising sistemiyle faaliyet gösteren birçok işletme bulunmaktadır (Koç,2006:17).

2.2.5.3. Franchising Finansman Modelinin Özellikleri

Franchising sisteminin başlıca özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Görgülü,2011:5, Ulaş, 1999:7-8, : Arslanoğlu, 2007:77, Marşap,1999:50):

- Franchising, birbirinden bağımsız en az iki taraf arasında sözleşme ile yapılır. Bu sözleşmede sözleşmenin süresi, tarafların yükümlülükleri, franchisee'in faaliyetini sürdüreceği bölgenin sınırları gibi konular yer alır.
- Franchising, sistemin işleyişi süresi boyunca franchisee veren firmaya franchisee alan firma üzerinde kontrol yetkisi veren faaliyetler bütünüdür. Franchisee verenin sistemin işleyişi sürecinde franchisee alan firma üzerindeki kontrolü, imtiyaz verilen işin anlaşma ile belirlenen bir standart ve yönetime göre işletilmesi gerekliliğinden kaynaklanmaktadır.
- Franchisor firmanın belirli bir bölgede ve belirli bir sürede ticari adını, logosunu, sistemini kullanma iznini vermesi karşılığında franchisee alan, franchisee verene belirli ücretler öder. Bu ücretler, sisteme girebilmek ve marka adını kullanabilmek için ödenen başlangıç ücreti ile franchisor'ın franchisee 'ye verdiği eğitim ve sürekli yardımlar için ödenen royalty, reklam ve ana firmadan alınan malzemelerin ücretlerinden oluşur. Royalty, patentli olan teknolojileri ya da yeni ve çeşitlilik gösteren karmaşık teknik bilgileri teknolojik lisans sözleşmeleri ile satın almanın bedelidir. Toplam olarak bir defa ya da franchisor firmanın isteğine bağlı olarak franchisee alanın işletmesi faaliyete geçtikten sonra yıllık satışların belli bir oranı olarak taksitler halinde ödenir.
- Franchisor firma, ürünün nasıl üretilip hizmetin nasıl sunulacağına kadar her aşamayı, kendi imalat ve işletme yöntemlerini franchisee alana ve personeline öğretir, sürekli yardım sunar. Franchisee alan kendi mağazasını açmadan önce franchisee veren tarafından belirli sürelerle eğitime tabi tutulur.

- Franchising sistemine giren firmalar yeni bir marka yaratarak, araştırma, geliştirme, pazar araştırması, tüketici tercihleri gibi yönetim araştırmaları yapmadan, denenmiş, tecrübeler ile sistemi yakalamış markaların sahibi ile bir franchising sözleşmesi çerçevesinde anlaşarak işe başlama olanağı bulabilmektedirler.
- Taraflar arasında sürekli bir ilişki söz konusudur. Bu ilişki bir borç ilişkisidir. Borç ilişkisi olduğu için tarafların hemen veya belli bir zaman içinde edimi yerine getirmelerinden daha çok, sözleşme süresince sürekli faaliyette bulunmayı sağlamaları asıl amaçtır. Sözleşmede başlangıç ücretinin, işletmenin donanımı ile ilgili işlemlerin veya mal alımının hemen gerçekleşmesi, sözleşmenin sürekli niteliğini ortadan kaldırmamaktadır. Ayrıca başlangıçta yapılan sözleşmeye ek olarak değişen pazar koşulları, donanımın yenilenmesi gibi konularda tanımlayıcı sözleşmeler de yapılabilmektedir.
- Franchisee sözleşmesinin tarafları birbirinden bağımsızdır. Franchisee alıcısı kendi adına ve hesabına hareket etmektedir. Franchisee alan işletme personelini kendisi seçmektedir. Bu nedenle franchisee verenin franchisee alıcısı üzerinde kontrol etkisinin olması onun bağımsızlığını zedelemektedir.
- Franchisee sözleşmesi, hak ve yükümlülüklerin çerçevesini belirleyen bir franchisee paketini kapsamaktadır. Bu pakette franchisee veren işletmenin pazarlama ve satış politikaları, maddi olmayan varlıkların kapsamı ve organizasyonla ilgili konular yer almaktadır.
- Franchisee sözleşmesinde franchisee alanın yararlanacağı imtiyazın karşılığı olarak bir ücret belirlenir. Bu ücret, başlangıçta ve periyodik (dönemsel) olarak ödenmesi gereken ücretlerden oluşmaktadır.
- Franchisee sözleşmesi tek satıcılık, lisans sözleşmesi, know-how gibi sözleşme unsurlarını bir araya getiren, kanuni çerçevesi olmayan karma bir sözleşmedir.

2.2.5.4. Franchising Finansman Modelinin İşleyişi

Franchising yönteminde, franchising veren franchisor ile, franchising alan franchisee olmak üzere iki taraf bulunmaktadır. İşlem konusu olan işletme, marka

ya da isim hakkına da franchise denmektedir. Franchisor, piyasada tanınmış ve yerleşmiş bir ismin ya da markanın işletme hakkını veren taraftır. Franchisor; isim, marka, işletme hakkı yanında, girişimciye teknik, idari, mali, pazarlama ve eğitim konularında hizmetler vermektedir. Bu hizmetler girişimcinin başarı şansını artırıcı etki yapmaktadır. Franchisee ise işletmesini bağımsız olarak yöneten, isim, işletme hakkı yada marka ve diğer hizmetleri belirli bir bedel karşılığında alan taraftır. Franchising sisteminde taraflar arasında, sözleşme ile tespit edilen uzun dönemli bir iş ilişkisi bulunmaktadır. İki taraf arasında yapılan görüşmeler sonucunda şartları belirlenen sözleşmedeki en önemli konulardan birisi, franchisee tarafından yapılacak ödemelerdir. Franchise anlaşması ülke hukukuna, Avrupa Birliği Hukuku'na ve iş bu dürüst Franchise ilkelerine ve onun her türlü ülkesel ekine uygun olmalıdır. Anlaşma, franchisor'ın sınai ve fikri mülkiyet haklarını koruma ve ortak kimliği ve saygınlığı sürdürme konusunda franchisee zinciri mensuplarının çıkarlarını yansıtmalıdır. Franchise ilişkisi ile bağlantılı tüm anlaşmalar ve anlaşmaya bağlı düzenlemeler yazılı olmalı, franchiseenin bulunduğu ülkenin resmi dilinde yapılmalı veya yeminli tercüman kanalıyla resmi diline çevrilmelidir. İmzalanan anlaşmalar derhal bireysel franchiseeye verilmelidir (Ulaş, 1999:137).

Franchise anlaşması, belirsizliğe yer vermeden, tarafların karşılıklı yükümlülük ve sorumluluklarını ve ilişkiyi ilgilendiren diğer tüm hususları düzenlemelidir. Anlaşmada mutlaka yer alması gereken önemli konular şunlardır (Cebeci,2005:12):

- Franchisora tanınan haklar
- Franchiseeye tanınan haklar
- Bireysel franchiseeye sunulacak olan mal ve hizmetler
- Franchisor'ın yükümlülükleri
- Bireysel Franchiseenin yükümlülükleri
- Bireysel franchiseenin yapacağı ödemelerin şartları
- Bireysel franchiseenin ilk yatırımını çıkartmasına yetecek uzunlukta olması gereken anlaşma süresi

- Anlaşmanın yenilenme şartları
- Bireysel franchiseenin franchisee işini devir ve satışına hak tanıyan şartlar ve franchisor’ın olası ilk alım hakkı
- Bireysel franchiseenin franchisor’ın ayırt edici işaret, ticari marka, hizmet markası, dükkan tabelaları, logo ve diğer ayırt edici belirtilerini kullanma şartları
- Franchisor’ın franchisee sistemini yeni ve gelişen yöntemlere uydurabilme hakkı
- Anlaşmanın sona ermesinin şartları
- Anlaşmanın sona ermesinin akabinde franchisora veya başka kişilere ait maddi ve gayri maddi şeylerin teslim şartları.

Genel pazar analizinde, ana franchisor, bölge veya ülkedeki Pazar potansiyelini, rekabeti, üreticileri, dağıtım kanallarını, olası lokasyonları, markanın konumlandırma planı, yaygınlaştırma planı gibi konuları incelemelidir. Ana franchisorun hazırlamış olduğu anlaşmayı girişimciler bölgedeki kendi tecrübeleriyle karşılaştırmalı ve beklentileri değerlendirmelidir. Tedarik ve Lojistik konusunda ise; herhangi bir bölgede veya ülkede yeni bir Master Franchise Anlaşması yapılıyorsa ürün tedariki, lojistik, ürün maliyetleri ve ithal edilmesi gereken ürünler gibi konularda ana franchisorun on araştırma yapması talebi işletmeciler tarafından gerçekleştirilebilir. Bayilik ve franchising birbirinden farklı kavramlardır. Bayiler kapılarına kendi isimlerin astıkları için franchise kavramı içinde değerlendirilemiyorlar. Ayrıca bayilerden para alınmıyor, aksine bayilere kâr bırakılır. Bayi toptancıdan kendi adına aldığı malı müşteriye satan, tamamen bağımsız üçüncü şahıs veya diğer bir deyişle üretici ile tüketici arasındaki aracıdır. Franchisee ise isim hakkını satın aldığı markanın çatısı altında belli bir ürün veya hizmeti, belli standartlarda üreten veya pazarlayan yatırımcıdır. Franchisee bayilikten farklı olarak markayı kullanmak için başlangıçta veya franchising sözleşmesi boyunca bir bedel öder (Ulaş, 1999:142).

2.2.5.5. Franchising Finansman Modelinin Avantajları

Franchising her ne kadar diğer iş yapma yöntemlerine göre riskleri daha da azaltan bir sistem olsa da taraflar açısından bir hem yararları hem de sakıncaları bulunmaktadır.

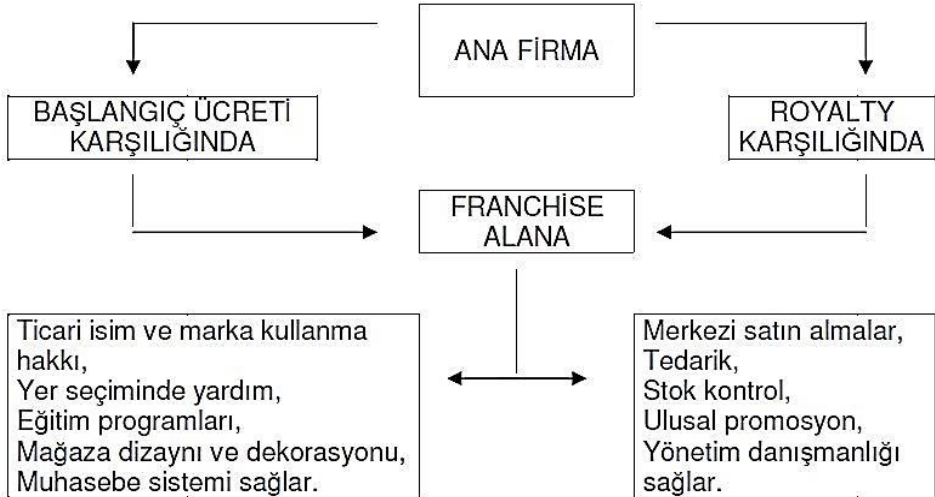
Günümüz işletmelerinin artan rekabet ortamında rekabet avantajı elde edebilmeleri, yüksek düzeyde tüketici tatmini sağlamaları ile mümkün olmaktadır. Franchising, çalışma alanında kendini kanıtlamış mal ya da hizmetlerin, kendi alanlarında edindikleri deneyim ve bilgilerle birlikte aynı isim, imaj ve standart altında bağımsız işletmelere aktarılması ve bu kanalla tüketiciye ulaşmasını amaçlayan bir pazarlama yöntemidir.

Franchise sisteminin, franchise alıcısı açısından sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir; (Durukan vd., 2006:29, Ulaş, 1999:20, Kocaman,1994:05, Arslanoğlu, 2007:33, Arıkan,2004:143, Candan,1996:19, Abdullaev,2011:29, Görgülü,2011:29, Ada,2009:31, Şoğur, 1993:22, Ekonomist Dergisi,1992:3, İTO, 1998:9) ;

- Daha önce denenmiş, başarısı kanıtlanmış ve tanınmış bir marka ile birlikte, işletme sistemine ait teknikleri ve prosedürleri kullanmak mümkün olmaktadır.
- Marka ile birlikte ulusal veya uluslararası standarda ve kaliteye sahip olunmaktadır.
- Tanınmış markaların sağladığı sürekli müşteri ve iş yapma imkanı doğmaktadır.
- Franchise veren işletme, büyük sermaye harcamaları yapmadan pazar payını genişletir.
- Dağıtım sisteminin rahat ve tam denetimi mümkün olmaktadır.
- Franchise alan işletmelerin yaptığı ödemeler (başlangıç ücreti, royalty, reklam bedelleri vb.), yeni yatırım yapmaksızın franchisor'ın karını artırmaktadır.
- Ana firmanın büyük firmalarla rekabet gücü artar.

- Franchisor, franchiseeye yetki devrettiğinden çok fazla yönetim problemleri ile karşılaşmaz.
- Büyüme ve is hacminin artması sonucu verimlilik ve iktisadilik artmaktadır.
- Daha hızlı bir dağıtım söz konusu olmaktadır.
- Franchise almak isteyen yatırımcı, piyasada ticari adı ve markası tanınmış başarılı olmuş bir işletmenin ürün ya da hizmetiyle ise başlar. Tek başına işini kurmak isteyen yatırımcıya göre pazara daha kolay girer.
- Franchiseenin eksikliğini duyduğu temel veya özel bilgiler franchisor tarafından verilen eğitim programı ile takviye edilebilir. Nihai mal veya hizmeti oluşturacak ana maddeler ve donanım önceden denenmiş, kendini ispatlamıştır ve dışarıya oranla çok daha ucuz bir şekilde franchisor’dan temin edilebilir. Franchisor, profesyonel idari danışmanlık ve yönlendirme görevini üstlenebilir.
- Franchise alıcısı, franchise vericisi tarafından bölgesel ya da ülke çapında yapılan reklamlardan yararlanır. Franchise alan, bölgesel ve ülke çapında yapılan reklamların ve promosyonun her ikisinden de yararlanmaktadır. Reklam kampanyaları ana firma, reklamı geliştirmekte ve reklam, promosyon programlarının maliyetlerini franchise olan ile paylaşmaktadır. Her franchise alan yatırımcı, aylık satışlarının belirli bir yüzdesini (genellikle % 1- % 5 arasında) ana firmaya ödemektedir.
- Günümüzde insanlar kendi işlerinin sahibi olmak istemektedirler. Fakat yönetimdeki yetersizlikler ve yetersiz sermaye ile ise başlamalarından dolayı bu teşebbüsleri olumlu neticelenmemekte ve genellikle iş yerlerini kapatmak zorunda kalmaktadırlar. İşteki bu başarısızlıklarının büyük oranda nedeni, iş tecrübesizliğinden kaynaklanan yetersiz yönetimdir. Franchise alanın bu eksikliği ana firma tarafından hem hazırlık aşamasında hem de faaliyet süresince verilen eğitim programları ile giderilir. Böylelikle franchise alan bir girişimci büyük bir firmanın sahip olduğu avantajlara sahip olarak ise başlar.
- Franchisor, kendi sistemini sürekli olarak yenilemekte ve geliştirmektedir. Franchisee ise bu gelişmelerden sürekli olarak yararlanmaktadır.

- Başlangıç masrafları franchisee için genellikle bağımsız is kurmaya göre azdır.
- Franchisee’ nin işletme masrafları da azalır. Çünkü franchisor’ dan toptan malzeme alma olanakları, büyük çaplı reklam ve promosyon, eleman eğitimi programlarının franchisor tarafından düzenlenmesi bu düşüşü sağlar.
- Franchisee, franchisor tarafından bölgesel ya da ülke çapında yapılan reklamlardan yararlanır.
- Birçok franchisee, franchisor tarafından başka bir satış noktası kurulmaması konusunda güvence verilen, sınırları belli bir coğrafi alan içinde faaliyetlerini sürdürür.



Kaynak: Koç, 2006:47

Şekil 2.7. Franchisor’ın Franchisee’ye Sağladığı Olanaklar

Franchise sisteminin, franchise veren açısından sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir; (Durukan vd., 2006:29, Ulaş, 1999:20, Kocaman,(a)1994:05, Arslan, 2006:33, Abdullaev,2011:29 , Ada,2009:31, Şoğur, 1993:22) ;

Franchise veren şirket, şirketin sahipliliğini azaltmadan yeni birimlerin açılmasını sağlamakta ve hızla yayılabilmektedir. Yeni birimlerin finansmanını franchise alan sağladığından çalışma sermayesi azalmamaktadır .Franchise giriş

bedeli, franchise alanların sayıları artması, franchise alanların sunduğu satış sonrası hizmetler, reklamlar, müşteri hizmetleri markanın değerini artırmasıyla franchise giriş bedeli yükselir ve geliri de artar. Akabinde zincir büyüyerek artar ve daha çok tanınır. Franchise veren kendi birikimi ile franchise alanların girişimcilik yetenekleri ile uyumlu hale getirebilirse, franchise sisteminin gelişmesine kaldıraç etkisi yapar.

- Franchise veren, kendisine yabancı olan bir pazara girdiğinde karşılaşacağı sorunları bu pazarı daha yakından bilen şirkete franchise vererek daha kolay girebilir. Başka ülkede yayılmak için hükümet düzenlemeleri, vergi gibi engellerin olduğu ülkelerin pazarlarına girmekte master franchise vererek daha kolay yönteme başvururlar.
- Franchise sistemleri, hiç şüphesiz franchise alanlar kadar, franchise verenlere de yararlı olduğu için kısa sürede yaygınlaşmıştır. Franchise veren başarılı, karlı ve tutunmuş bir markanın ve işletmenin zaten sahibidir. Dilerse bu markasını şubeler açarak yaygınlaştırabilir ve müşterilerini kendisine gelmeye zorlayabilir. Hangi durumda daha avantajlı olacağını değerlendirerek kendi şartlarına göre karar verecektir.
- Franchise verenin gelirleri, franchise alanın sisteme katılması için ödediği bir başlangıç ücreti, sürekli ödenen royalty’ler, kira gelirleri, tedarik edilen ürün ve malzemelerin ücretleri ve reklam bedellerinden oluşur. Bu gelirler franchise verene büyük avantajlar sağlar. Bu ayrıca franchisora düzenli nakit akışı sağlar.
- Yatırım tasarrufu ve hızlı yayılma sağlar. Franchise verenin kendi şubelerini açması halinde gereken yatırım, franchise sisteminde tamamen ortadan kalkmaktadır. Sadece franchise sistemini yürütmek için gereken altyapı yatırımı yapılmaktadır.
- Çoğunlukla franchise verenin mali yapısı ve insan kaynakları kısa sürede çok sayıda şubeyi açmaya uygun olmadığından, franchise tek alternatif olmaktadır.
- Farklı bölgelerde pazarlama ve dağıtım faaliyetlerini sürdüren şirketler, franchise satış birimlerinin her birinde yönetimin başarılı olmasını ve şirketin itibarını sürdürerek satışlarını arttırmasını beklerler. Franchising

sisteminde yatırımcılar kendi ilgi alanlarına göre franchise alarak işin başına geldiklerinden ve hukuken bağımsız olduklarından profesyonel yöneticilere göre daha iyi motive edilirler. Kendi satış birimlerine sahip olduklarından ve önemli miktarda finansal yatırımda bulunduklarından satışların maksimum olması için çalışırlar. Şirkete ait satış biriminde çalışan bir yönetici ise belirli bir ücret karşılığında çalıştığından, daha iyi bir ücret yada kariyer beklentisiyle başka bir şirkete geçebilir.

- Franchisor, hiçbir maddi yatırım yapmadan, kendi ismini taşıyan işletmesini oluşturmaktadır. Franchisee, kendi işletmesinin açılışı ve devamlılığı için gerekli parayı kendisi temin ettiği için franchisor’ ın pazardaki varlığı da kendi sermayesinden az bir katkı ile kendi satış mağazalarını oluşturmaya oranla daha iyi bir gelişme sağlar. Birçok franchisor bu sistemi daha büyük bir pazar için, yani Pazar payını artırma amacıyla kullanır. Stratejik açıdan bu konu çok önemlidir, çünkü Pazar payını artırmak rakiplere karşı büyük bir üstünlük sağlar.
- Franchiseeler kendi işlerinin sahibi oldukları ve bu nedenle de bir parasal yatırım yaptıkları için, bir maaşlı yöneticiye oranla daha fazla motive edilmişlerdir. Bu durum satışlar ve karlar üzerinde pozitif bir etki yaratır. Buna “Franchise Etkisi” denir.
- Franchisorlar, herhangi bir büyük genişleme programında kaçınılmaz olarak ortaya çıkabilecek riskleri yaymak için de franchising sistemini kullanırlar. Eğer bir şirket satışını kendi mağazalarında yaparken başarısızlığa uğrarsa bunun riski tamamen şirkete aittir. Diğer taraftan eğer franchising sistemi kullanıyorsa bu durumda riskin büyük kısmı franchisee’ dedir.
- Franchisor’ın rekabetansı artar. Malzeme temininde imalatçılarla olan görüşmelerde çok kuvvetli olur. Büyük iskontolar ve iyi ödeme koşulları sağlanabilir.
- Büyük şirket çalışanları ücrete dayalı çalıştıklarından veya kariyer beklentisi ile başka şirkete geçebilmekteyken, franchise alan ise kendisi için çalışıp daha motive olmakta veya geliri düştüğünde geliri arttırmanın yöntemlerini arar. Bu da franchise verenin lehinedir⁵⁵.

- Franchise alan işçilik, inşaat, ısıtma gibi genel yönetim giderlerle kendisi uğraştığı için franchisee veren sadece ana faaliyeti ile uğraşmaktadır ve maliyetleri azaltmaktadır.
- Franchise veren franchisee alana eğitim seminerleri düzenleyerek bilgilendirdiği için bir çok yetkisini franchisee alana devretmekte ve yönetim problemleri ve günlük faaliyetlere müdahale etmez.
- Franchise verenin franchisee alan sayısı arttıkça tedarikçilerine karşı pazarlık gücü artmakta ve satın alacağı girdilerin maliyeti de düşmektedir. Ölçek ekonomisinde faydalanmış olmaktadır.

2.2.5.6. Franchising Finansman Modelinin Dezavantajları

Franchisin sisteminin yukarıda sıralanan önemli avantajlarına karşılık hem Franchise alan, hem de Franchise veren açısından dezavantajları da mevcuttur. Franchise alan açısından sistemin oluşturduğu başlıca olumsuzlukları aşağıda özetlenmiştir (Durukan vd., 2006:29, Ulaş, 1999:20, Kocaman,(a)1994:05, Arslan, 2006:33, Abdullaev,2011:29 , Ada,2009:31, Şoğur, 1993:22) ;

- Franchising alan genellikle sisteme girebilmek için bir Franchise giriş bedeli ödemek zorunda kalmaktadır. Örneğin Türkiye’de Premaman zincirine katılmak isteyen bir girişimcinin 20.000 EURO giriş ücreti, yaklaşık 35.000 EURO dekorasyon bedeli ve 45.000 EURO işletme sermayesi olmak üzere toplam 1000.000 EURO’luk bir yatırım bedelini göze alması gerekmektedir. Böylece işlet bir dükkanı devralırken verilen hava parası gibi, avantajları olan ve bağımsız bir işletmeden daha fazla para kazandıracak bir sistemi alırken de, bir bedel ödemesi söz konusu olmaktadır. Bunun yanı sıra, franchise alan, kendi masrafları dışında kendi masrafları dışında Franchise verene de bir miktar Franchise kullanım bedeli ödemek zorunda kalmakta ve bunlara ek olarak merkezi reklam fonu ödemeleri gündeme gelmektedir . Bu ödemelere katlanmak bir süre sonra franchise alıcısına zor gelebilir. Özellikle kendi mağazası iyi kurulu ise franchise alıcısında franchise vericisinin yaptığı sürekli yardımın ödenen sürekli paraya değmediği kanısı yerleşebilir.
- Karın taraflar arasında nasıl paylaşılacağı konusundaki kararların, franchisor’ın finansal gücünden dolayı franchisor tarafından belirlenmesi

Franchisee, sisteme giriş ücreti dışında sürekli olarak aylık satışların belirli bir yüzdesini (royalty bedelini) ana firmaya ödemek zorundadır ve royalty'nin çok yüksek istenmesi franchiseeelerin işletmelerini kapatmak zorunda kalmalarına neden olmaktadır.

- Franchise alan firma, franchising anlaşması gereği iş için gerekli malzeme ve ekipmanı ana firmanın belirlediği mağazalardan almak zorundadır. Bazen ana firmanın belirlemiş olduğu bu mağazalar, franchise alanın kendi bölge tedarikçisine göre daha pahalı olabilmektedir. Ancak franchise alan aralarındaki sözleşme gereği, ilgili malzemeleri ana firmanın belirlediği yerlerden almak zorundadır. Ana firmanın buradaki amacı standardizasyonun sağlanmasıdır. Franchise zincirindeki halkalardan birinin diğerleri ile tutarlı olmaması sistemi bütünüyle başarısızlığa itebileceğinden, bazı durumlarda zarara yol açsa bile ana firmaya bağımlı kalınması zorunludur.
- Franchise alıcısı yasal olarak bağımsız bir girişimci olmakla beraber, franchise verenin kayıtsız-şartsız kontrol ve denetimine tabidir. Bu kontrol, sistemin korunması ve standardizasyonun sağlanması açısından gereklidir. Ancak bazı yatırımcılar işlerini kendi bildikleri gibi yapmaya büyük önem verirler ve belirli bir süre sonra bu denetimleri gereksiz bulabilirler veya kendi işletmelerinin bağımsızlığını zedelediğini düşünebilirler. Bu gibi yatırımcılar kendilerini sürekli baskı altında hissedebilir ve kuralların yanlışlarını yakalamaya ve kuralların dışına çıkmaya alışabilirler.
- Franchise alan, faaliyette bulunacağı bölge sınırlarının sözleşmede belirtilmesine dikkat etmelidir. Kendi birimine yakın bir yerde, yeni bir franchise biriminin açılması sonucu ana firmayla aralarında çatışma doğabilir. Yeni bir franchise biriminin açılması ana firmanın satışlarını arttırırken, faaliyette bulunan birimin satışlarını düşürecektir. Bu nedenle uygun yer seçiminin yapılması, bölgesel sınırların belirlenmesi gereklidir.
- Franchise alan, işletmesindeki her türlü is akısını öngörüldüğü gibi yapmaya çalışır ve kendinden bir şey katmazsa, yaratıcılığını kaybetmesi kaçınılmazdır. Franchise alıcısı, içinde bulunduğu bölgenin değişen koşullarının standartlaşma nedeniyle göz ardı edildiğini de düşünmeye

başlayabilir. Franchise alanların bir kısmında kişilik özelliklerine bağlı olarak bu durum yaşanmaktadır.

- İtibar kaybı ve başarısızlık durumlarının olması - Franchisor'ın veya franchise ağındaki diğer franchisee'lerden herhangi birinin itibar kaybetmesi, kötü tanınarak başarısız olması, isinde başarılı olan franchisee'nin de isini kötü etkilemekte ve müşterilerini kaybetmesine neden olmaktadır.
- Zamanla yaratıcılık yok olmaktadır.

Franchise veren açısından sistemin oluşturduğu başlıca olumsuzlukları aşağıda özetlenmiştir (Durukan vd., 2006:29, Ulaş, 1999:20, Kocaman,(a)1994:05, Arslan, 2006:33, Abdullaev, 2011:29, Ada, 2009:31, Şoğur, 1993:22) ;

- Franchise vericisi açısından en önemli dezavantajlardan biri, franchise alanın ücretli olmaması nedeniyle ücretli bir yöneticiye nazaran franchise vericisinin isteklerine, talimatlarına uymaya yatkın olmayışıdır. Tüm franchise alıcılarının standart işlem yöntemlerine tam olarak bağlı kalıp kalmayacakları önemli bir problem olarak ortaya çıkar. Doğal olarak bu durum ücretli yönetici için de geçerlidir ama ücretli yöneticiyi kontrol etmek çok daha kolaydır (Şoğur, 1993:31).
- Franchising 'de bağımlılık ya da bağımsızlık kriteri de sakınca oluşturur. Franchisee, kendini bağımsız olarak düşünmek ister. Ancak diğer franchisee'lerden ulusal tanıtım kampanyası gibi birtakım ortak olguları paylaşmak durumundadır. Franchisee bağımsızlık isteğinden dolayı franchisor'a bilgi akışında sorunlar çıkarabilir, dört dörtlük bir bilgi akışı sağlanmayabilir .Franchise veren, her şeyden önce Franchise alıcılarına işletme sınırlarını açmakta, kendisini başarıya götüren tüm incelikleri anlatmaktadır. Franchise alanlar her ne kadar anlaşmalarda yer alan rekabeti engelleyici maddeler ile bağlı ise de, belirli riskler yine de mevcuttur. Örneğin; Franchise alıcısı anlaşma bitiminde aynı işi kendi adına sürdürür veya anlaşma bitmeden benzer işi yakınları üzerinde kurabilir. Franchise alıcısı anlaşmayı bozarak işi kendi adına sürdürür veya rakip Franchise

zincire geçebilir. Çalışanlar, işi öğrenince ayrılarak kendileri benzer iş yaparlar veya rakip firmaya geçebilirler,

- Franchisee bir kez istediği kar düzeyine eriştikten sonra, başlangıçtaki motivasyonunu kaybedebilir ve hedeflerinden uzaklaşabilir. Böyle bir durumda, franchisee anlaşma koşullarına uygun davrandığı sürece franchisor'ın franchisee'yi değiştirme olanağı yoktur. Bir franchise anlaşması, franchisor'a anlaşmayı sona erdirmeye hakkını ancak belli koşullar için verir. Franchisor eğer bu şartlar dışında hangi nedenle olursa olsun devamında yarar bulmadığı franchise edilmiş bir satış mağazasının kapatılmasını isterse bunu ancak franchiseeye değerinin üstünde bir para ödeyerek gerçekleştirebilir.
- Franchisee' nin yapacağı hatalardan dolayı yaratılan imaj ve isim yok olabilmektedir. Dolayısıyla franchisor, franchisee' nin sistemini sürekli kontrol etmek zorundadır.
- Franchising' de bağımlılık yada bağımsızlık kriteri de sakınca oluşturur. Franchisee, kendini bağımsız olarak düşünmek ister. Ancak diğer franchisee'lerden ulusal tanıtım kampanyası gibi birtakım ortak olguları paylaşmak durumundadır. Herhangi bir franchise zincirindeki işletmenin, bu ortak olguları paylaşmaması halinde franchisor' ın sübvansiyonu gerekmektedir.
- Franchisee' nin ücretli olmaması nedeniyle ücretli bir yöneticiye göre franchisor' ın emirlerine, isteklerine, talimatlarına uymaya istekli olmayabilir. Tüm franchisee'lerin standart işlem yöntemlerine tam olarak bağımlı kalıp kalmayacakları önemli bir sorundur. Bu durum ücretli yöneticiler için de geçerlidir. Ancak ücretli yöneticiyi kontrol etmek çok daha kolaydır. Franchisee'ler konulan standart kurallara uymazlarsa, standardizasyonda aksaklıklar çıkabilir.
- Bir franchise anlaşması, franchisor'a anlaşmayı sona erdirmeye hakkını ancak belli koşullar için verir. Franchisor eğer bu şartlar dışında hangi nedenle olursa olsun devamında yarar bulmadığı franchise edilmiş bir satış mağazasının kapatılmasını isterse bunu ancak franchisee' ye değerinin üstünde bir para ödeyerek gerçekleştirebilir.

- Franchisor, franchisee’ nin kendi önerdiği sisteme bağı kalacağından, ayrıca kendi sistemini kurarak franchisor ile direkt rekabete girmeyeceğinden emin olmalıdır. Franchisee, franchisor’ dan öğrendiği know-how, yönetim sistemi, işlem tekniği gibi bilgilerle kendi sistemini kurabilir. Birçok franchisee’ nin benzer bir işi bu bölgede yapamayacağı kaydı konur. Ancak kaydın uygulanabilirliği yasal yönden pek kolay olmamaktadır.
- Franchisor, franchisee’nin beyan edilmemiş bir satış yapıp yapmadığından emin olamaz. Bu durum sisteme bağı çalışan, franchisee’lerin toplam karlılığının düşmesini etkileyebilir.
- Franchisor’a yapılan royalty ödemeleri gerçekleştirilememe gibi bir durumla karşılaşılabılır.
- Franchisee, işletmesinin franchisor tarafından denetlenmesine izin vermeyebilir. Franchisor’ın kendisini en iyi şekilde temsil edecek bir franchisee bulması zordur, zira uyumsuz davranan bir franchisee franchisor firmanın prestij kaybına neden olabilir.
- Franchisor, verdiği her franchise ile kendi potansiyel müşterilerinden bir kısmını kaybeder.
- Franchisor, franchisee’lere işletme sırlarını açmakta, üretim teknikleri konusunda pek çok bilgiyi paylaşmakta, kendisini başarıya götüren tüm incelikleri anlatmaktadır.
- Franchise verildiğinde, zorunlu olarak genel giderler artar.
- Franchisor’ın tahsilat riski vardır, zira franchise alıcıları, yapmaları gereken ödemelerde zorluk çıkarabilirler.

2.2.5.7. Franchising Finansman Modelinin Ekonomiye Sağladığı Katkıları

Franchising sistemlerinin girdikleri ülke ekonomilerine sağladıkları katkıları çok fazladır. Türkiye gibi alt sanayisini tamamlamış ve servis sektörlerine ihtiyacın artmış olduğu ülkeler bu sistemlerin girmesiyle daha büyük katkıları elde etmektedir. Hangi sektörde olursa olsun herhangi bir franchising sisteminin ülke

ekonomisine en büyük katkısı şüphesiz kaynak israfını en alt düzeye indirgemesidir (Koç,2006:91).

Böylece yatırımcının isini kapatma riski azalmakta, yalnızca yatırımcının değil ülkenin kaynakları da heba olmamaktadır. ABD Ticaret Bakanlığı'nın yaptığı bir araştırmaya göre, kendi isini kendisi kuran yatırımcıların %80' inin onuncu yılın sonunda işlerini kaybetmiş olmalarına karşın, franchising alarak işlerini kuran yatırımcıların % 90' ı işlerine devam etmektedir. Bu araştırma da gösteriyor ki bir franchising zincirinin içerisinde yatırımcının başarısızlık riski yok denecek kadar asgariye inmektedir. Bir franchising sistemi ülkeye girdiğinde tüm know-how' u ile geldiğinden özellikle işletme sistemleri açısından önemli know-how transferi gerçekleşmektedir. Bunun sonucunda mal ve hizmetlerin kalite standartları yükselmekte, rekabet artmakta ve ilgili sektör gelişmektedir. Franchising veren firma alt birimlerinin sayısını; değişik yatırımcılara dayandığı ve bilgi birikimi olduğundan süratle artırmakta ve süratle istihdam sağlanmaktadır. İstihdam yaratmanın yanında, istihdam edilen kişiler verilen eğitimlerle kalifiye hale gelmektedir. Değnilmesi gereken bir diğer nokta ise yan sektörlerde yaratılan ek iş potansiyelidir. Franchising veren firma, pazarladığı mal veya servisi üretmekte, ihtiyacı olan girdi mal veya hizmetleri aynı ülke içerisinden temin etmektedir. Bu da birçok yan işkoluna ek is potansiyeli ve dolaylı ek istihdam ve kazanç yaratmaktadır. Ayrıca yan sektörler yüksek bir standardı sağlayabilme zorunluluğu karşısında kendi ürettikleri mal veya servisin kalitesini artırmaktadır (Koç, 2006:91).

2.2.6. Barter Finansman Modeli

2.2.6.1. Barter Finansman Modelinin Tanımı

Dünyada yaşanan bir takım politik, ekonomik ve sosyal gelişmeler sonucu ortaya çıkan kriz ve darboğazlar ülkelerin bütçelerini ve ödemeler dengesini olumsuz yönde etkilemektedir. Ulusal ekonomiler, makro anlamda ülke genelinde, mikro anlamda ise işletme bünyelerinde bazı politikalar ve yöntemler uygulayarak sorunları çözme yoluna gitmektedirler. Ancak krizin büyük ölçülerde yaşanıyor olması, zaman zaman alınan önlemlerin ve uygulanan politikaların işlerliğini azaltmaktadır. Finansal sorunların söz konusu olduğu kriz dönemlerinde nakit paraya gereksinim daha da artmaktadır. Nakit sıkıntısı çekilmesi, olası önlemlerin alınmasında ya da yeni yöntemlerin uygulanmasında gerekli olacak maddi gücün

bulunamaması, istenilen adımların atılmasını engellemektedir. Bir taraftan ekonomik darboğaz, diğer taraftan nakit sıkıntısı nedeniyle herhangi bir gelişme kaydedilememesi, ulusal ekonominin kötüye gitmesini hızlandırırken, sektörler arasında dengesiz bir gelir dağılımının baş göstermesi, hatta bazı kesimlerin yaratılan gelirden hiçbir şekilde pay alamamaları, çarpık bir ekonomik görünüme neden olmaktadır. Bu tür krizlerden kurtulma yolu arayan işletmeler, kaynaklarını ekonomik kazanca dönüştürebilmek için farklı yöntemlere başvurumaktadırlar. Bu yöntemlerden biri de barter sistemidir (Dorcpalam, 2007:02)

Barter” kelimesi İngilizce kökenli olup, trampa etmek; yani, bir malın para kullanılmaksızın diğer bir malla takas edilmesi demektir (Redhouse İngilizce-Türkçe Sözlük, 1990:73)

Barter, bir firmanın ihtiyaç duyduğu mal veya hizmeti, yine kendi ürettiği mal veya hizmet karşılığında temin etmesini sağlayan, bu sayede firmanın ihtiyaçlarını faizsiz dolar kredisi kullanarak karşılayabileceği sistemin adıdır (Şimşek, 2004:28).

Anlamı itibarıyla, mala karşı mal değişiminden ibaret olan takas sözleşmesine işaret eden barter işleminin uygulamadaki gelişiminin daha farklı bir yönde olması, onun takastan daha farklı bir kavram olmasını sağlamıştır. Buna göre takas, barter uygulamasının daha saf ve ilkel şeklidir. Barter metotlu ticarete, çok sayıda firma ve birden fazla mal ya da hizmet bulunmaktadır. Bunlar, takasta olduğu gibi birebir değil de, organize bir sistem dahilinde faaliyette bulunurlar. Bu sistemde şirketlerin, ihtiyaçları olan malları ve hizmetleri, bu konuda bir sınırlama olmaksızın para ödmeden ve hiçbir şekilde nakit akışını bozmadan alabilmelerine, bunun karşılığında da ellerinde bulunan mal ve hizmetleri yine para almadan satarak ihtiyaçlarını finanse etmelerine olanak sağlanmaktadır. Bu nedenle; şekil olarak aslında ilkel bir yöntem olan, ancak çağdaş ekonomide bir ticari finansman tekniği olarak yer bulan takas ticareti, günümüzde, modern teknoloji kullanılarak işletmelerin ticari hayattaki sorunlarına farklı bir çözüm getirebilecek organizasyonların araya girmesiyle ekonomi literatüründe Barter Sistemi veya Barter Organizasyonu olarak isimlendirilmektedir. Daha genel bir tanımlamayla “Barter Sistemi”, sadece organizatör bir firmanın kurduğu sisteme üye olan şirketlerin birbirleriyle alışveriş yapabildikleri, işletmelerin satın aldıkları mal veya hizmetin bedelini kendi ürettikleri mal veya hizmetle ödedikleri, ihtiyaçlarını faizsiz döviz kredisi ya da yerel para birimi ile karşılama imkanına

sahip oldukları ve tek ya da çok istasyonlu olarak karşılıklı mal-hizmet mübadelesinin gerçekleşebildiği modern bir ticaret ve finansman sistemidir (Şimşek, 2004:28).

Barter ticareti, sadece iki firma arasında gerçekleşen karşılıklı bir takastan ibaret değildir. Çünkü iki firma arasında gerçekleşen takas işleminde, alternatiflerin az olmasından dolayı firmaların ihtiyaçlarını karşılama imkanı kısıtlı olmaktadır. Eğer barter sisteminde bir organizasyon olmaz ise, firmanın kendi ürettiği mal veya hizmet karşılığında ihtiyacı olan mal veya hizmeti karşılama çok zor olacaktır. Barter işletmeleri sistemde organizasyonu sağlayarak, pazarda bulunan binlerce firmanın mal veya hizmet alım-satım taleplerini birbiriyle eşleştirir. Sisteme üye firma sayısı arttıkça pazara sunulan mal ve hizmet portföyü genişlemekte, bu da sistemin kalitesini artırmaktadır (Söztutan, 2004:01)

Barter her ne kadar en basit ifadeyle ‘Takas’ olarak adlandırılrsa bile, barter sisteminin içeriği dolayısıyla sadece takas olmaktan çok daha ötede bir kavramdır. Barter; çok sayıda alıcı ve satıcının bir arada karşı karşıya geldiği bir geniş pazar olmasının yanı sıra, bu alıcı ve satıcıları belli kurallar çerçevesinde ve belli kriterlere göre bir araya toplayan, alıcı ve satıcının karşılıklı ilişkilerine düzenleme getiren, hem alıcının hem de satıcının haklarını ve sorumluluklarını belirleyen bir sistemdir. Bu nedenle barter sistemi salt bir takas işlemi değildir. Barter; alıcı ve satıcının mevcut ekonomik şartlarda en iyi koşullarda pazar bulup, alış verişlerini bu pazarda yapmalarını sağlayan, belirli niteliklere sahip kişi ya da kurumların üye olabildiği yada sistemden yararlanabildiği bir alış-veriş kulübüdür (Dalkıç,2011:03).

2.2.6.2. Barter Finansman Modelinin Gelişimi

Paranın icadından önce insanoğlu, takası yalın şekilde ihtiyacını karşılama aracı olarak kullanmakta, ihtiyaç fazlası ürünleri ile ihtiyacı olan ürünleri trampa etmek suretiyle ihtiyacını karşılamaktaydı. Ancak ekonomi geliştikçe, takas sisteminin kullanışlı bir yöntem olmadığı ortaya çıkmıştır. Çünkü arz ve talebin karşılıklı olarak tatmin edilebilmesi için, sadece istenen mal veya hizmete sahip birini bulmak yeterli olmayıp, karşı tarafın da, sunulacak mal veya hizmeti kabul etmesi gerekmektedir. Diğer taraftan, dolaşıma konu olan mal ve hizmetler de çeşitlendiğinden, malların değerini kıyaslamanın ve aradaki farkları başka mallarla karşılamanın gittikçe güçleşmeye başlaması, mal ve hizmet trafiğinde, sabit bir

değer atfedilerek, mal ve hizmetlerin diğer mal ve hizmetlerle değişiminde aracı olarak kullanılabilmesi fikrini ortaya çıkarttı. Bu süreç çeşitli aşamalardan geçerek modern dünyada kullanılan mal veya hizmet-para ekonomisine kadar geldi. Böylelikle takas sistemi önemini büyük ölçüde kaybetti ve uluslararası ticaret geliştiğinde de, para kullanılmaya başlandı (Uzun, 2010:8).

Takas yöntemi, paranın kullanılmaya başlandığı döneme kadar ticaretin en önemli unsuru olmuştur. Ancak ekonomi geliştikçe takas, ihtiyaçlara cevap vermemeye başladı. Takas uygulamada zorluklara yol açıyordu. Örneğin, takas sisteminde ihtiyaçların karşılanması için sadece istenen ürüne sahip birini bulmak yetmiyor, karşı tarafında sunulan ürünü kabul etmesi gerekiyordu. Diğer yandan, ekonominin gelişmesiyle mal ve hizmet çeşidi arttı ve bu malların değerini kıyaslamak ve aradaki farkları başka mallarla karşılamak giderek zor bir hal aldı. Böylece mal ve hizmet trafiğinde, sabit bir değer atfedilerek, mal ve hizmetlerin diğer mal ve hizmetlerle değişiminde aracı olarak kullanılabilecek değerler kullanılması fikri doğdu (Arslan ve Aytuklu, 1999:01-02).

Dolayısıyla, paranın kullanılmaya başlanmasıyla, ilk ticaret yöntemi olan takas pratik olmaması sebebiyle uygulanma imkanını büyük ölçüde yitirmiş oldu. 1930'lu yıllara gelindiğinde ise tüm dünyayı saran ekonomik krizin etkisiyle, dünya büyük bir bunalıma girdi, tüm ülkelerde altın rezervi ve dolar sıkıntısıyla beraber ticarete büyük sıkıntılar yaşandı. Elleri talepten fazla mal arzı bulunan işletmeler bunları satamadıklarından dolayı stokları birikmeye başladı. Bu stokları nakde dönüştürmek için işletmeler bir takım finansal yöntemlerin arayışında bulundular. Böylelikle barter uygulaması bu dönemde öncelikli olarak Latin Amerika ülkelerinde olmak üzere yaygın bir şekilde gündeme geldi ve finansal bir enstrüman olarak gelişmeye başladı (Arzova, 2000:03).

1930'larda ticaretin çöküşü nedeniyle, 1930 yılından 1933 yılına kadar çoğu Avrupa ülkesi, çok sayıda barter anlaşmaları yapmıştır. Özellikle Almanya, gıda ve hammaddelerini barter yoluyla Avrupa ve Latin Amerika ülkelerinden temin etmiştir. O yıllarda, savaş ve yaşanan ekonomik krizler barter uygulamalarının ülke bazında yapılmasını zorunlu kıldığından, daha çok ülkelerarası barter gündemdeydi. Ancak sonradan bu uygulamalar işletme seviyesine de yayılmaya başladı (Sürmen ve Kaya, 14).

Bilinen en eski barter organizasyonu 1934 yılında İsviçre’de kurulmuş olan WIR-Genossenschaft’tır. 1950’li yıllarda bilişim teknolojisinin gelişmesi ve bilgi depolama imkanlarının artmasıyla Genossenschaft’ın üye sayısı 65.000’leri aşmıştır. 1950 yılından 1990 yılına kadar Genossenschaft’ın yıllık barter cirosu da 2 Milyar Frank’a ulaşmıştır (Arslan ve Aytuklu, 1999:02).

1950’den 1990’a kadar 500 kat artan bu miktar dünyada barter ticaretinin gelişmesinin belirgin bir örneğidir. Bilindiği kadarıyla, bugün İsviçre’de kurulan firmaların büyük kısmı ticaret odasına kayıt olurken, bu organizasyona da dahil olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nde barter organizasyonlarının en eskilerinden biri ‘Business Exchange’dir. Amerika’nın çeşitli eyaletlerinde şubesi olup, merkezi Oklahama’dır. Amerika, Kanada ve Güney Afrika’da 90 kadar şubesi bulunmakta ve 30.000 üyeye hizmet vermektedir (Arzova, 2000:04).

Bugün dünyada 900’den fazla barter şirketi faaliyet göstermektedir. Yine dünyada 700 bini aşkın firma barter sisteminden yararlanmaktadır. Gerçekleşen işlem hacmi ise yaklaşık 500 milyar USD civarındadır. Barter sisteminin gelişmiş ülkelerdeki uygulamaları dikkate alındığında bir stok yönetim sistemi olarak kullanıldığı görülmektedir. Barter sistemi, finansman ihtiyaçlarını karşılaması ve ürünlerin pazara ulaştırılması imkanlarını sağlaması nedeniyle Avrupa’da ve Amerika’da konjonktürel sebepler ile satılamamış ürünlerin etkili pazarlama sistemi olarak kullanılmaktadır(Şimşek,2004:27). 2000 yılı itibariyle dünyadaki barter şirketleri arasındaki ticaret hacmi önemli ölçüde artarken, barter şirketlerinin sayısı 1596’ya kadar ulaşmıştır²¹. Öngörüler, barter sisteminin gelecek yıllarda hızla büyümeye devam edeceği ve tüm Dünya ticaretinin %50’lik kısmının barter sistemiyle gerçekleşeceği yönündedir (Çakır, 2002:14).

Türkiye’de barter alanındaki ilk çalışmalar 1990’lı yıllarda başlamıştır. 1992 yılında Euro–Barter Business, 1995 yılında EG Bartering ve İhlas Barter, 1996 yıllarında Net Barter, 2000 yılında Fon Barter, 2001 yılında Türk Barter ve Aktif Barter, 2003 yılında Avrasya Barter, WTC Barter ve World Barter, 2004 yılında Evrensel Barter, Destek Barter, Garanti Barter ve ARTS Anatolia Barter, 2005 yılında Victoria Barter ve A Barter, 2008 yılında AGG Barter A.Ş. ve Bartürk Barter Hizmetleri A.Ş. vb. firmalar faaliyete başlamış olup, halen 100’ün üzerinde barter şirketi faaliyetlerini sürdürmektedirler. Barter sistemini, tüm sektörlerde faaliyet gösteren her türlü büyüklükteki firmalar kullanabilmekte iken özellikle Türkiye’de KOBİ’ler, finansmansız çalışabilmek, atıl kapasitelerini

değerlendirebilmek ve stoklarını ekonomik sisteme sokabilmek için kullanılmaktadırlar. Türkiye’de sisteme üye olan firmaların, barter çeki dağıtarak, çalışanlarına faizsiz kredi ile alışveriş yapma imkanı sağlamasıyla özel şahısların da kullanabildiği barter sistemi, maaş ödemelerinden kesilen barter miktarının söz konusu firmalara nakit tasarrufu sağlaması ve nakit paraların da yeni iş imkanları yaratması nedeniyle son dönemde Türkiye’de pek çok işletme tarafından tercih edilmektedir. Genel anlamda Türkiye ekonomisine önemli ölçüde katkı sağlayabilecek olan barter sistemi, dünyadaki farklı politik ve finansal sistemlere rağmen, aynı yolu izleyerek özellikle turizm, inşaat ve bilgisayar sektörleriyle her türlü hizmet sektöründe hızlı büyümeler yaşanmasını sağlamıştır (Gürsoy, 2000:29).

2.2.6.3. Barter Finansman Modelinin Özellikleri

Finansal çözümlerde biri olan barter’in özellikleri aşağıdaki gibidir (Çakır, 2002:08, Dorcpalam,2007:07, Dalgıç, 2011:20, www.barteractive.com.tr,) :

- Barter Sistemi, firmaların bir araya gelerek oluşturdukları bir ortak pazardır: Barter sisteminde çalışabilmek için firmaların üyelik sözleşmesi imzalaması gerekmektedir. Üye olmayan firmaların barter sistemiyle alışveriş yapabilmeleri mümkün değildir.
- Barter Sistemi, güvenilir bir ortak pazardır: Barter sistemine üye olmak isteyen bir firmanın başvurusu; “firma araştırması” yapılmadan, teminat alınmadan ve güvenilirliği onaylanmadan işleme konmaz. Çünkü ancak, barter sistemi ile çalışabilecekleri onaylanan firmalar kabul edilir.
- Barter sisteminde tahsilat riski yoktur: Barter pazarında herhangi bir üyeye satış yapan firmanın alacağı Barter firmasının garantörlüğü altındadır. Bu firma alacağını sisteme ürün arz eden diğer firmalardan alım yaparak kapatır.
- Barter sistemi, stokların kolayca satılabildiği bir sistemdir: Barter sisteminde değişim aracı olarak “para” değil “üretim gücü” kullanıldığı için stokların eritilmesi daha kolaydır. Çünkü satın alma yapan üye firma, “para” ödememektir.

- Barter sistemi, alternatif bir finansman modelidir: Barter sistemine üye firmalar, diledikleri takdirde, bedeli karşılığı geçerli bir teminat vererek 12 aya kadar % 0 faizle USD üzerinden ürün ve hizmet kredisi kullanılabilir.
- Barter sisteminde serbest piyasa ekonomisi kuralları geçerlidir: Barter pazarına arz edilen ürün ya da hizmetlerin fiyatları, kalitesi ve teslimat şartları alıcı firma ile satıcı firma arasında belirlenir. Üyeler, kendi serbest iradeleri ile alım satım yaparlar. Ancak barter firması, barter sistemindeki ürünlerin fiyatlarının reel ve ürünün belirtilen kalitede olmasını eder. Barter sistemi, esnek ve dinamik bir pazardır: Barter sisteminde ticaret yapan firmaların önünde herhangi bir ticari engel yoktur. Sisteme üye firmalar, değişen ekonomik yapıdan ve istikrarsız pazar koşullarından minimum düzeyde etkilenirler. Dolayısıyla piyasalardaki enflasyonun yıpratıcı etkisinden, satış zorluklarından, nakit daralmalarından en az düzeyde etkilenirler.
- Barter sistemi, sürekli yenilenen bir sistemdir: Barter pazarı, bir market ya da alışveriş merkezine benzetilemez. Sürekli yenilenen ve değişen “ürün/hizmet” portföyüyle barter sistemi, dikkatle takip edilmesi gereken güncel ve dinamik bir yapıdır.
- Barter sistemi, üye firmaların çalışmasıyla genişleyen bir sistemdir: Sisteme üye bir firma, ihtiyaçlarını, sisteme üye diğer firmaların arzlarından satın alma yaparak karşılar. Üye firma, ihtiyaçlarını sistemden karşılayamaması durumunda, yeni üye firmalar için referans listesi verir. Bu firmaların da sisteme üye yapılmasıyla barter pazarı genişler.
- Barter sistemine istihbaratı yapılmış sağlıklı firmalar üye yapılır. Sistemde serbest piyasa ekonomisi şartları geçerlidir. Mal ve hizmetlerin fiyatı, kalitesi, teslim şartları alıcı ve satıcı arasında belirlenir. Üye firmalar, her sektörde rekabet ortamını sağlayacak sayıda satıcı ile karşılaşır. Ancak, sistemde arz-talep dengesi gözetildiğinden; aynı mal ve hizmeti üreten, zarar ettirici rekabet oluşturacak sayıda üyeye izin verilmez. Barter sisteminde firmalar reel fiyatlar ile alım ve reel fiyatlar ile satış yaparlar.
- Barter şirketindeki cari hesabında yeterli kredi limiti olmayan üye firmaya sistemden alım yapması için onay verilmez. Eşer mal veya hizmeti satan

firma barter şirketi tarafından onay verilmediği halde satış işlemini gerçekleştirirse, barter şirketi bu işlemde dolayı herhangi bir sorumluluk üstlenmez. Böyle durumda alıcı firmanın istediği mal veya hizmeti satın alabilmesi için ya sistemde aynı tutarlı bir mal veya hizmet satmalıdır ya da barter şirketine kabul edilebilir bir teminat vermelidir

- Barter sistemine mal veya hizmet satan bir üyenin barter nezdindeki cari hesabına malın sistemde kullanılan para birimine göre hesaplanan değeri alacak kaydedilir. Aynı tutar alıcı olan üye firmanın cari hesabına da borç kaydedilir. Aynı tutar alıcı olan üye firmanın cari hesabına da borç kaydedilir. Takas hesaplarında alacaklı olan firmalar sistemden mal veya hizmet satın alarak alacaklarını tahsil ederler.

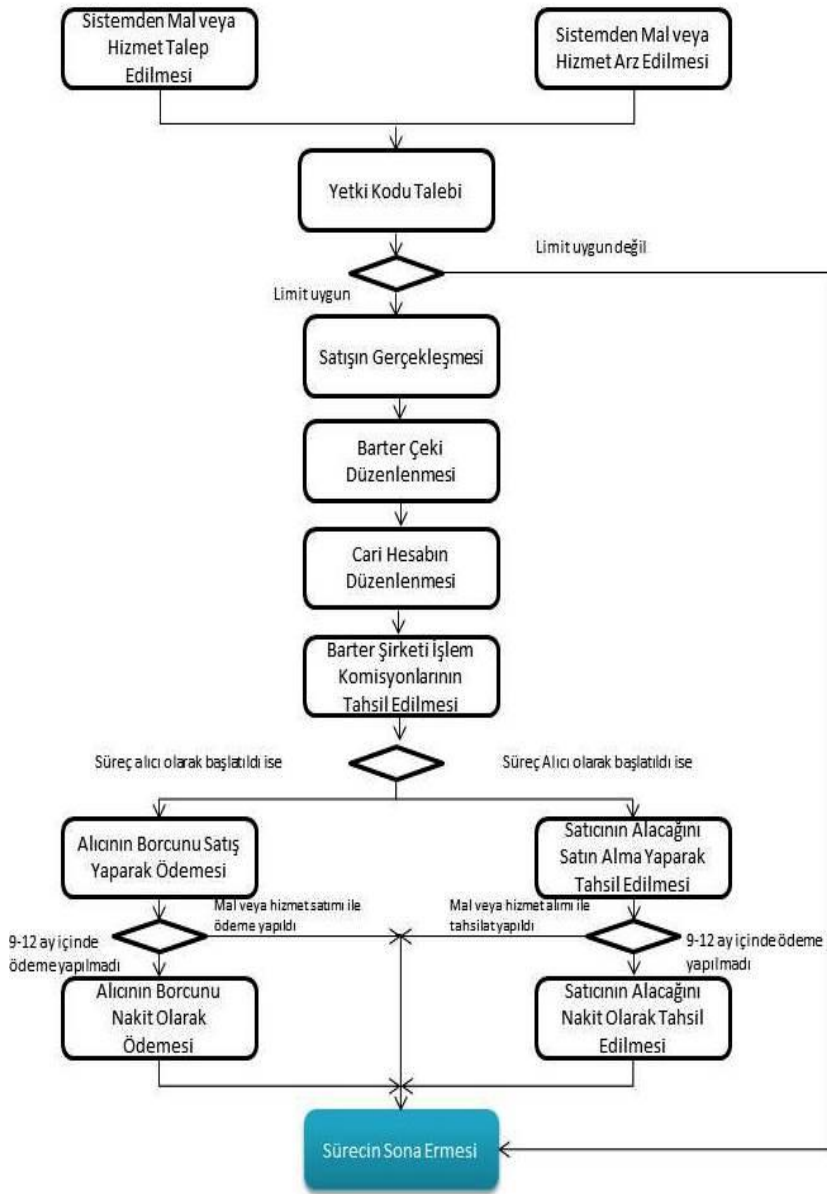
2.2.6.4. Barter Finans Modelinin İşleyişi

Barter sisteminde işlem yapmak, ancak barter organizasyonlarına üye olmakla mümkün olmaktadır. Barter sisteminden faydalanmak işletmeler için temelde; pazar, faaliyet alanı, kapasite büyüklüğü gibi herhangi bir kısıtlama olmamasına karşın bazı barter işletmeleri aynı sektörde faaliyet gösteren, üretimleri benzer olan işletmelerden yalnız bir tanesini üyeliğe kabul edebilmektedirler. Sisteme üye olmak isteyen işletmeler barter işletmesine veya barter işletmesinin bayiliklerinden birine bu taleplerini iletirler. Sisteme katılmak isteyen işletmelerin başvuruları barter organizatörü veya bu organizatöre bağlı olarak çalışan bayilerce incelenir. Bu inceleme sonucunda söz konusu işletmelerin sisteme kabul edilip edilmeyeceğine karar verilir ve bu karar işletmelere bildirilir. Tüm bu süreç sonucunda başvuru sonuçları olumlu olan işletmeler oluşturulan barter pazarının üyesi konumuna gelirler (Arzova, 2000:15).

Barter firması sistemine üye olan gerçek ve tüzel kişilerin sistemden yararlanma şekli ve esaslarını belirler, sisteme üye olanların cari hesaplarını tutar ve takip eder sisteme üye olanlar arasında bilgi akışını sağlayarak mal ve hizmetlerin alıcı ve satıcılarını karşılaştırıp işlemin yapılmasını sağlar. Barter şirketlerinin gelirleri sözleşmede belirtilen komisyon oranında yapılan işlemin tutarı üzerinden hesaplanan komisyon ve üyelere alman giriş ve aylık-yıllık aidatlardır. İstenilen belge ve evraklar tamamlandıktan ve sözleşme imzalandıktan sonra barter firması, başvuran şirkete kendi belirlediği süre içinde işlem yapma yetkisi verir. İşlem yapma yetkisi alan üyeye barter firması bir cari hesap açar. Bu

cari hesap yoluyla barter firması, üyesinin barter sisteminde gerçekleştirdiği alım ve satım işlemlerinin bedellerini sözleşmede yer alan para cinsinden cari hesapta muhasebeleştirir(Arzova,2000:15).

Barter firması üyelerine, sisteme ait barter çeki, arz bildirim formu, talep bildirim formundan oluşan faaliyetlerde kullanılacak belgeleri teslim eder ve kendisine barter işlemine yardımcı olması için bir müşteri temsilcisi (Broker) tahsis eder. Üyenin, satmak istediği mal ya da hizmetlere ait bilgiler barter firmasının arz listesine; barter pazarından almak istediği ihtiyaçlarına ait bilgiler barter firmasının talep listesine, barter firması tarafından kaydedilir. Barter firması, bu arz ve taleplerin diğer üyeler tarafından görünmesini sağlar. Üye firma, mallarını barter sisteminden talep geldiği zaman, alıcı firma ile birebir görüşerek fiyat, kalite, miktar ve teslimat şartlarında anlaşır. Sattığı mal ya da hizmet bedeli karşılığı barter şirketine ait barter çekine kabul ederek malın TL bedeline denk düşen yabancı para karşılığı barter sisteminden alacaklı olur. Barter sistemi ile mal ya da hizmet satan üye, alacağını, barter pazarında satılan mamulleri ya da hizmetleri satın alarak tahsil etmesinde garantör firmadır. Üyenin barter firması garantörlüğünde barter sistemi ile satış yapması, yaptığı her satışta barter firmasının genel merkezinden satış kodu alması şartına bağlıdır. Satış kodu almaksızın üyenin yapmış olduğu satışta barter. Mal alan firma, belli bir surenin sonuna kadar borcunu sisteme mal satarak ödemek durumundadır. Bu süre barter firmaları arasında farklılaşabilmekte olup, genellikle 270 gün ile 360 gün arasında değişmektedir. Surenin sonuna kadar sisteme mal veya hizmet satamayan üye, almış olduğu mal veya hizmetin bedelini cari kur üzerinden nakit olarak öder. Satıcı firma ise alacağını, sistemden mal veya hizmet olarak tahsil etmek zorundadır. Sistemde bulunmayan bir mal söz konusu olursa, sistem dışından temin edilebilmektedir (Azzem,2002:67).



Kaynak: Toroslu,2010:31.

Şekil 2.8. Barter Sisteminde İşlem Süreci

2.2.6.5. Barter Finans Modelinin Avantajları

Barter sisteminin sahip olduğu avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür. (Demiral, 2000:26, Uzun, 2010:51, Arzova,2000:19, Çan, 2001: 52,

Dorcpalam,2007:26, Dalgıç,2011:58, Uyan,2013:83, Doğan,2001:44, www.dtm.gov.tr, www.baskent.edu.tr);

- Barter sistemine üye firmalar, tam olarak kullanamadıkları kapasitelerinin bir kısmını barter pazarında değerlendirerek atıl kapasitelerini harekete geçirebilir ve bu yolla hem sabit giderlerini (amortisman, personel vb.) dolayısıyla birim maliyetlerini düşürebilir, hem de üretim için gerekli finansmanın bir kısmını sağlayabilirler.
- Barter sisteminden mamul veya hizmet satın alan üye, bu alımlarda nakit ödeme yapmamakta, dolayısı ile ihtiyaçlar karşılanırken, bu durumdan nakit akım dengesi etkilenmemektedir. Özellikle finansman imkânlarının daraldığı ve maliyetlerinin yükseldiği dönemlerde sistem daha çok tercih edilmektedir.
- Barter sistemi ile mal veya hizmet satın alan üye nakit bir ödeme yapmamaktadır. Böylelikle konjonktürel sebepler ve ekonomik kriz dönemlerinde nakit akışında problemleri olan firmalar ihtiyaçlarını daha düşük maliyetlerle giderebilmektedirler.
- Barter sistemine üye işletmelerin alacaklarını tahsil edememe gibi bir sıkıntısı söz konusu değildir. Sistem üyelerinin alacaklarını tahsil etmelerini garanti altına almaktadır. Bu bakımdan sisteme üye işletmeler tahsilat riski yaşamaksızın mal ve hizmet alış-verişinde bulunmaktadırlar.
- Barter; bir pazarlama aracıdır. Barter organizasyonuna giren her firma otomatik olarak bir pazarlama bilgi iletişim çarkının içindedir. Sisteme iç ve dış pazardan gelen talepler, o mal veya hizmeti arz eden üyeler için yeni bir ciro artışı yaratacaktır. Satıcı firma, para talep etmeden (barter sistemiyle)mal veya hizmet arz etmekle, rakipleri arasında çok önemli bir avantaj ele geçirir. Buna ilave olarak eğer "satın alım limiti "kullanarak faizden de tasarruf etmişse, bunun bir kısmını fiyatlarına yansıtabilir. Piyasa fiyatlarının altında, nakit sorunu olmadan mal satın almak, karşılığında depodaki malını normal fiyatlarla satmak ancak barter organizasyonu ile mümkündür.

- Yeni pazarlara mal veya hizmet satmak çok araştırma ve zaman gerektirmektedir. Barter, bu zaman ve emeği harcamak zorunda kalmadan işletmelere mal veya hizmetlerini yeni pazarlarda satabilme olanağı sağlar.
- Barter organizasyonlarının birçoğu işletmelere uluslararası pazarlardan da yararlanma olanağı tanır. Ayrıca modası geçmiş veya satılamayan ticari mallarının tanıtımında daha az zaman kaybı, daha az masraf ve genellikle daha az riskle çok sayıda yeni müşteriler de sunmaktadırlar.
- Barter şirketlerinin, üye işletmelere kısa vadeli barter finansman kredisi kullandırmaları ve barter sistemiyle mal veya hizmet satın almak isteyen işletmelerin döviz üzerinden borçlanabilmeleri, firmalara finansman maliyetlerini azaltma imkanı sağlamaktadır. Üye işletme, satın aldığı mal veya hizmetin bedelini ürettiği mal veya hizmetle ya da 12 ay sonunda nakit olarak ödediğinde, ilgili süre için sıfır faizli döviz kredisi kullanmış olduğundan, barter finansmanının üye firmaya maliyeti, sadece aylık sürede dövizin TL karşısındaki değer artışı kadar olmaktadır.
- Barter sistemi, özellikle üretim fazlası stokların satılmasına imkan sağlayarak, bu stoklarla başı dertte olan işletmeleri rahatlatır, stoklama maliyetlerinden kurtarır. Böylece üye firma, bu stokları satması karşılığında nakit ödeyerek aldığı ürün ve hizmetleri barter pazarından para ödemeksizin satın alabilir. Tam kapasite ile çalışan firmalarda iş pazarlama ağının etkin çalışmaması stok fazlalığı ile karşılaşılmasına neden olabilmektedir. Özellikle, güncelliğini yitirebilecek stok fazlaları işletmelere önemli bir maliyet yükü getirmektedir. Bu durumdaki işletmeler için en iyi çözümlerden biri de barter sisteminden yararlanmaktır. Bu şekilde, mevcut satış ve dağıtım ağı etkilenmeden stoklar eritilebilecek ve karşılığında ihtiyaç duyulan mal veya hizmetler alınabilecektir.
- Bilgi iletişim ağı sayesinde “otokontrol” sisteminin ortaya çıkması ile kayıt dışı ekonominin azalması.
- Barter firmaları uluslararası bilgi iletişimi sayesinde üye firmaların yabancı firmalarla olan iletişim güçlüklerini ortadan kaldırmakta ve ihracatçıların dünya piyasalarını daha sağlıklı ve hızlı izlemelerini sağlamaktadır. Bu durum özellikle orta ve küçük ölçekli ihracatçıların dış_ pazarlara

girebilmek için gereksiz yere fiyat kırarak, birbirleriyle rekabet etmelerini önlemek açısından önem arz etmektedir. Yine bu iletişim ağı sayesinde üyelerin satın alım talepleri de uluslararası pazarda yayınlanacağından, bu firmalar için ücretsiz reklam da yapılmış olmaktadır.

- Barter, faizden tasarruf sağlar. Satın alım limiti kullanan işletmeler faizsiz ve komisyonsuz olarak ticaret yaparlar. Faiz yükünün ortadan kalkması (maliyetin düşmesi), kar oranlarının artması demektir.
- Barter, ciro artışı sağlar. Üye firma satın alma işlemini gerçekleştirmekle barter hesabında borçlu duruma geçer. Karşılığında kendi mal veya hizmetini nakit talep etmeden arz eder, bu satın alım tarafına cazip geleceğinden satışlarda artış olur.
- Barter sistemi, satın alma personeli ve zaman açısından tasarruf sağlar.
- Barter sistemi, likidasyona olanak sağlar. Barter sistemi ile yapılan satın alımda, mal bedeli nakit para ile ödenmediğinden, işletmenin nakit durumu sürekli ve sağlıklı bir artış gösterecektir.
- Barter şirketi, sistemden alacaklı olan firmaların talep ettiği ve sistemde bulunmayan ürünleri piyasadan toptan fiyatıyla alıp, sistem içinde piyasa rayiç bedeli üzerinden firmalara satmak suretiyle, toptan fiyat ile perakende fiyat arasındaki kar farkı kadar ticari bir gelir elde eder.

2.2.6.6. Barter Finans Modelinin Dezavantajları

Üye firmaların barter sistemiyle mal ve hizmet alış verisinde bulunmaları bazı sakıncalar ortaya çıkarabilmektedir. Bu sakıncalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Demiral, 2000:26, Uzun, 2010:51, Arzova, 2000:19, Çan, 2001: 52, Dorcpalam, 2007:26, Dalgıç, 2011:58, Uyan, 2013:83, Doğan, 2001:44, www.dtm.gov.tr, www.baskent.edu.tr);

- Sisteme sunulan malların düşük kaliteli, demode mallar olması söz konusu olabilmekte bu da sistemin cazibesini azaltabilmektedir.
- Hem alımda hem de satımda barter şirketine komisyon ödenmesi sisteme mesafeli yaklaşılmasına neden olmaktadır.

- Barter sistemine mal satan üye, alacağını ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri satın alarak tahsil edemez ise, nakit akışında dengeyi bozabilmektedir. Böylelikle paniğe kapılıp ve ihtiyaç duymadığı halde sistemdeki diğer malları alma arayışına girebilmekte, böylece sisteme olan güveni kaybolabilmektedir.
- Özellikle spekülatif dalgalanmalardan çok etkilenen malları alıcı zamanında tedarik edemeyebilir. Dolayısıyla fiyat yükselişi ve malı zamanında temin edemekten kaynaklanan bir takım sorunlarla karşı karşıya kalınabilir.
- Barter sistemi zamanla işletmelerin birbirine bağımlılığını arttırabilir. Dolayısıyla işletmeler normal koşullarda sadece sistemdeki üyelerle alışveriş yapmak zorunda kalabilir
- Barter sisteminde her firma hem alıcı hem de satıcı konumundadır. Bazı pazarlarda sadece alıcı olmak bazı pazarlarda ise satıcı olmak avantajlıdır. Oysa barter sisteminde sadece alıcı olmak veya sadece satıcı olmak söz konusu olmadığından dolayı böyle bir avantajdan söz edilemez.
- Barter şirketinin barter ticaretinde sorumluluğunun çok fazla olması, iyi niyetli olmayan bir barter firması tarafından işletilen barter organizasyonunda faaliyet gösteren üye firmalara zarar verebilir.
- Sistemden yapılan mal ve hizmet talebi sisteme sunulan mal ve hizmet talebinden fazla olabilmekte bu durumda arz-talep dengesini bozabilmektedir.
- Barter sisteminde ürününü satan üye firma, bunun karşılığında alacak bir mal ve hizmet bulamadığı zaman, nakit akısındaki dengeyi bozabilmektedir. Bu duruma düşen üye firma, ihtiyacı olmayan malları alma arayışına girebilmekte ve sisteme olan güvenini kaybedebilmektedir.
- Barter işlemleriyle ilgili henüz yasal bir düzenleme olmadığı için bu işlemlerle ilgili belgeler de yasalar çerçevesinde düzenlenmemektedir.
- Barter sistemine mal ve hizmet arz eden işletme, barter sisteminden talep ettiği mal ve hizmetleri bulamadığı zaman, alacağı barter sisteminde atıl bir fon olarak durmaktadır. Ayrıca alacağına karşılık sistemden nakit para

alamaması işletmenin likiditesini olumsuz yönde etkileyebilir ve barter sisteminin en önemli avantajlarından biri olan likit ide artışı bu sefer ters yönlü işleyerek bir likit ide sıkıntısına yol açabilir.

- Barter sistemine mal satan üye, alacağını ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri satın alarak tahsil edemez ise, nakit akışında dengeyi bozabilmektedir. Böylelikle paniğe kapılarak ihtiyaç duymadığı halde sistemdeki diğer malları alma arayışına girebilmekte, böylece sisteme olan güveni kaybolabilmektedir.
- Alıcının, aldığı mala karşılık mal satamama durumu bir barter şirketinin işlemlerinde sık yaşanıyorsa, söz konusu barter şirketinin, sistemini tekrar kontrol etmesi gerekmektedir. Aksi halde, böyle bir barter şirketinin devamlılık arz etmeyeceği açıktır. Alıcı, 12 aylık sürede malını satamazsa, mal bedelini o günkü kur üzerinden nakit olarak sisteme ödemek zorundadır.
- Sistemdeki üyelerin mevcut talepleri barter bilgi bankasında kayıt altında tutulmaktadır. Bu bakımdan barter şirketi, ürünleri sistemde talep görmeyecek olan firmaları bile bile sisteme dahil etmemelidir.
- Barter sisteminde alacaklar, sistemin tüm üyelerine aittir. Dolayısıyla barter işletmesi, alacakların tahsilini sistemdeki üyeler adına yapmaktadır. Barter işletmesi öncelikle söz konusu alacağı, borçlu üyenin sisteme üye olmak için vermiş olduğu teminatı paraya çevirerek tahsil etmeye çalışmaktadır. Ancak, buna rağmen borcun kısmen veya tamamen tahsil edilememesi halinde, sisteme borçlu olan üye hakkında gerekli takip, dava ve icra yoluna gidilmektedir. Bunların sonucunda da borç tahsil edilemezse, barter şirketi söz konusu alacağı gider olarak göstermektedir.

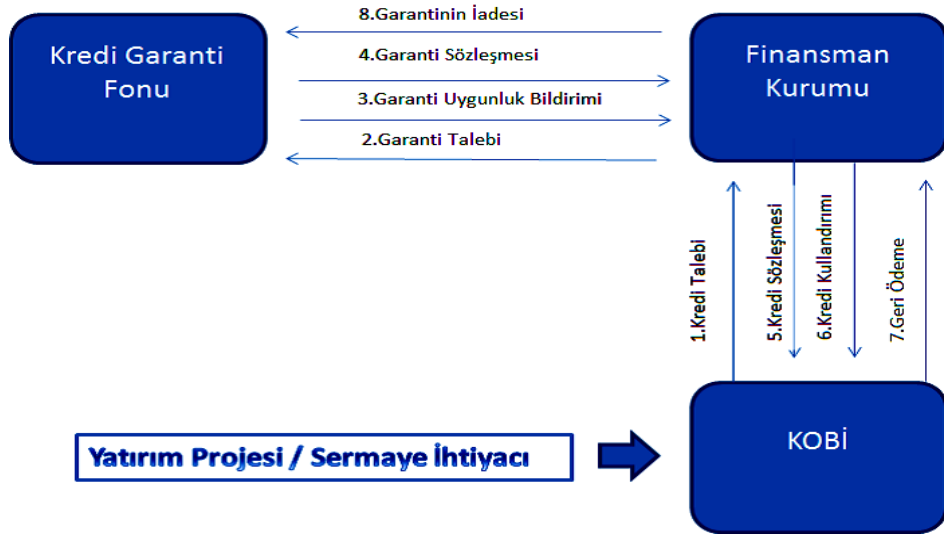
2.2.7. Kredi Garanti Fonu

2.2.7.1. Kredi Garanti Fonu Finansman Modelinin Tanımı

Yeni kurulan işletmeler, başlangıç aşamasında yatırım sermayesi veya işletme sermayesi amacı ile gereksinim duyduğu kaynağı oluşturmak amacı ile bankalara başvurmaktadır. Bu aşamada banka risk faktörünü azaltabilmek amacı ile teminat istemekte henüz yeni kurulan işletme ise bu teminatları karşılamakta

zorlanmaktadır. Bu aşamada yeni girişimci projesini hayata geçirebilmesi için bir desteğe ihtiyaç duymaktadır. Ülkemizde bu ihtiyaca karşılık olarak, 1991 yılında TOSYÖV, MESKA, TESK, KOSGEB ve T. Halk Bankası A.Ş. ortaklığı ile kar amacı gütmeyen KOBİ'lere kefalet sağlayarak, işletmelerin yatırım ve finansmanında kredi kullanmayı kolaylaştırmayı amaçlayan Kredi Garanti Fonu A.Ş. kurulmuştur (Koyuncu, 2010:70).

KGF, KOBİ'ler için sağladığı kefaletle bu işletmelere destek vermekte, yatırımcılarının ve işletmecilerinin finansmanında banka kredisi kullanmalarını mümkün hale getirmektedir. Gerçekten de özellikle yeni ve küçük işletmelerin banka kredisine ulaşmaları çok güçlü bir teminatı gerekli kılmaktadır. Öte yandan KOBİ'lerin uzun vadeli kredi kullanmalarında da bankaca talep edilen yüksek teminatlar önemli bir engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun dışında KOBİ'lerin işlerini büyütürken mevcut kredi limitlerinin arttırılmasında bankaca talep edilen ek teminatlar çoğu kez işletme ve banka arasında çözülmesi gereken bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (<http://www.kgf.com.tr>).



Kaynak: Değirmenci, 2011:13

Şekil 2.9. Kredi Garanti Sisteminde Taraflar

İdeal bir kredi garanti anlaşması, katılımcılar arasında riskin eşit bir şekilde paylaşımı esasına dayanmaktadır. Ancak bu tip bir anlaşma da riskin önemli bir kısmı kredi garanti kuruluşuna ait olmakla birlikte banka için kredinin geri dönmeme riski minimum düzeylere çekilebilmektedir. Projenin başarısız olması, projeye konu olan kredinin de batması anlamını taşıırken bu kredinin bankaya olan geri ödemesi, krediyi garanti altına alan kredi garanti kuruluşunca yapılmaktadır (Değirmenci, 2011:13).

2.2.7.2. Kredi Garanti Fonu Finansman Modelinin Gelişimi

Dünya’da kredi garanti fonlarının kuruluşu paylaşımcılık fikirlerinin ortaya atıldığı 1848’lere dayanmakla birlikte ilk etkinliği 1929 dünya bunalımı sırasında görülmüştür. Ancak, gelişmeleri ve yaygınlık kazanmaları 1990’lı yılların başında özellikle Sovyetleri dağılması sonrasında eski doğu bloğu ülkelerinde özelleştirme hareketleri sonucunda yetişmiş işgücünün girişimciliğe dönüştürülmesi için gereken sermayenin oluşturulmasında rol oynayan kurumlar olarak yaygınlık kazanmışlardır. Günümüzde ise; kooperatif ve yerel tasarruf sandıklarının dayanışmacı geleneğinin bir yansıması Şeklinde boy gösteren karşılıklı kefalet kuruluşları zamanla tüketici ve küçük girişimci işletmelerin risklerini almaktan imtina eden finans kurumlarını da karşılıklı ilişkilere dâhil etmeyi başarmışlardır. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra devletin desteklediği garanti fonları Avrupa’da ekonominin yeniden yapılandırılmasında önemli bir rol oynamışlardır. Özellikle Hollanda ve Almanya’da, küçük teşebbüs sektörü önemli ölçüde bu fonlardan yararlanmıştır. Çoğu Avrupa ülkesinde, devlet garanti fonları bugün de faaliyetlerine devam etmektedir (Değirmenci, 2011:08).

Türkiye’de Kredi Garanti Fonu (KGF) için ilk adım 1970 yılında Federal Almanya ile Türkiye arasında imzalanan anlaşma ile atılmıştır. Ancak bu anlaşma 14/07/1993 tarihinde 21637 Sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Ülkemizde Kredi Garanti Fonu öncesinde kefalet bankacılığı görevi “Kefalet Sandık ve Kooperatifleri” tarafından yürütölmekteydi (Öndeş, 2001:179). KGF, KOBİ’lere kefalet desteği vermek, finans kurumlarından uygun faiz ile uzun vadeli kredi temin etmesini sağlamak amacıyla 1991 yılında kurulmuştur. Bu fon görevini, KOBİ’ler Hazine veya uluslararası garantilerin yardımıyla bankalardan risk transferi aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Önemli bir beklenti ile 1991 yılının Temmuz ayı itibarıyla kurulan KGF ancak 1994 yılında etkin bir Şekilde çalışmaya başlayabilmiştir (Yazıcı, 2010:82-83).

KGF'nin amacı, KOBİ'lere finansal destek sağlayacak yeni kurumları ve KOBİ destek sistemlerini oluşturmak, varolanların ise geliştirmesini sağlamaktır. Bu bağlamda, ülkemizde 1994 yılında KOBİ'lerin ekonomideki rekabetçi ortamda güçlenmesini sağlamak amacı ile KGF İşletme ve Araştırma A.Ş. kurulmuştur (Önder, 2003:203).

Tablo 2.9. Garanti fonu modellerinin tarihsel görünümü

Kuruluş Dönemi	Önemli Odağı	Garanti Fonunun En Yaygın Türü
Avrupa, 19.yy	Küçük ölçekli teşebbüsler arasında karşılıklı yardım	Karşılıklı garanti birliği
Avrupa ve Kuzey Amerika,1950-1960	Küçük ve orta ölçekli teşebbüs sektörün yeniden yapılandırılması	Devlet destekli ulusal Şemalar
Gelişmekte olan ülkeler,1970-1990	Küçük ve mikro ölçekli teşebbüs sektörü, zirai kalkınmanın gelişimi	Devlet destekli veya programa dayanan
Geçiş ekonomileri,1990-2000	Küçük ve orta ölçekli teşebbüsler sektörünün yeniden yapılandırma ve yeniden faaliyete geçirilmesi	Devlet destekli veya programa dayanan

Kaynak: International Labour Organization, Guarantee Funds for Small Enterprises, 2004: 13

2.2.7.3. Kredi Garanti Fonu Finansman Modelinin Faydaları

Kredi garanti programlarının birçok faydası bulunmakta olup, bunlar aşağıda sıralanmaktadır (Yalçın, 2005:105-109):

- Kredi garanti Fonları aracılığıyla KOBİ'lere sağlanan finansman desteği, toplumun çok büyük bir kesimine önemli katkılar sağlamaktadır. KOBİ'lerin, istihdam, bölgesel kalkınma, yenilikler ve rekabet üzerindeki olumlu etkileri, toplumların sağlıklı bir ekonomik ve sosyal gelişme göstermelerine katkı sunmaktadır.

- Kredi garanti sistemi, piyasanın işleyişini bozmayan en önemli destek programlarından biridir. Kredi kurumları açısından haksız bir rekabet nedeni olmadığı gibi, teminat sorununun giderilmesiyle, kredilendirme süreci hızlanmakta ve kolaylaşmaktadır. Genelde kredi garanti Fonlarında kamu desteği olmasına rağmen, devletin geliştirdiği diğer destek çeşitlerine göre belki de en önemli üstünlükleri, piyasa ekonomisi ile tam bir uyum içinde çalışabilmeleridir. Ayrıca mevcut uygulamalar incelendiğinde, bu Fonların, genelde kamu müdahalelerinden uzak ve profesyonel yönetimler tarafından yönetildikleri ortaya çıkmaktadır.
- Sektör, bölge gibi herhangi bir fark gözetilmeden KOBİ tanımına giren tüm işletmelerin borçlarına kefalet verilmektedir. Kredi kuruluşları açısından da herhangi bir ayırım söz konusu olmamakta yani kredi garantileri, devlet/özel, banka olan/olmayan tüm kredi kuruluşlarına verilebilmektedir.
- Fon için tahsis edilen tutarın 30 katına kadar kredi sunulabilmektedir. “Kaldıraç” olarak da adlandırılan bu etki, ekonomik istikrara, kredinin risklilik derecesine ve kredi kuruluşu ile yapılan anlaşmaya bağlı olarak değişebilmektedir.
- Kredi garanti Fonlarının kefaleti ile normalde kullanılmayacak kaynaklar krediye dönüştürülmekte ve kredi hacmi daha da artmaktadır.
- Mevcut uygulama sonuçları değerlendirildiğinde, yaratılan kaynağın büyüklüğüne rağmen katlanılan maliyetin düşük kaldığı görülmektedir. Kredi garanti sistemlerinin genelde kamu desteği ile faaliyete bulundukları göz önünde bulundurulduğunda, diğer destek programlarına göre katlanılan maliyetin düşük kaldığı görülmektedir.
- En az birer banka ve garanti kuruluşu olmak üzere müşteri riski iki ayrı kurum tarafından paylaşılmaktadır.
- Riskin yanı sıra kurumlar uzmanlıklarını da paylaşmaktadır. Gerek kredi kurumları gerekse garanti kurumları, söz konusu kredi işlemini ve müşteriyi, farklı bakış açısı ve farklı uzmanlık seviyelerinden değerlendirmektedir. Bu şekildeki bir seleksiyon, kötü seçim riskini en aza indirmektedir.

- Sağlanan uygun teminat nedeniyle risk toplamı azalan kredi kurumu, bu durumu kredi fiyatına yansıtabilmektedir. Ayrıca, alınacak tedbirlerle birlikte garanti Fonlarının verecekleri teminat için bir faiz tavanı belirlemeleri de mümkündür.
- Kredi müşterisi açısından, riskli yatırımların sabit maliyetle finansmanı mümkün olmaktadır. Normalde kuruluş maliyetleri gibi riskli faaliyetler için “risk sermayesi” benzeri finansman teknikleri kullanılmakta, yatırımın başarılı olması durumunda girişimci, kârının büyük çoğunluğunu finansmanı sağlayan kuruluş ile paylaşmak durumunda kalabilmektedir. Kredi garanti sisteminde ise, kârın paylaşılması söz konusu değildir; belirlenmiş sabit maliyetlerin dışında herhangi bir ödeme söz konusu olmamaktadır.
- Küçük ve esnek yapıları ile çok hızlı kurulma ve hareket kabiliyetine sahip olan KOBİ'ler bölgesel kalkınma politikalarına en hızlı cevap verebilen işletmeler grubunu oluşturmaktadırlar. Kredi garanti Fonları, hem KOBİ finansman imkânlarını geliştirmek, hem de faaliyetlerinde görece az gelişmiş bölgelere öncelik vermek suretiyle, bölgesel kalkınma programlarına ciddi katkılar sağlayabilmektedirler.

3. GAZİANTEP ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ TEKSTİL SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN FİNANSMAN SORUNLARI VE ALTERNATİF FİNANSMAN YÖNTEMLERİNİ KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Bu bölümde, Gaziantep ili tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler ile ilgili olarak yapılan anket çalışmasının metodolojisi açıklanacak ve bu anket çalışması sonucunda elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanmaya çalışılacaktır. Araştırma kapsamına alınacak işletmeler tespit edilirken, Gaziantep Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı olan KOBİ niteliğindeki işletmeler hedeflenmiştir. Ayrıca ortaya çıkan sonuçlar çizelgeler halinde sunulacaktır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Gaziantep ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin finansman sorunlarını tespit etmek, sahiplerinin/yöneticilerinin bu sorunlarla ilgili yaklaşımlarını ve alternatif finansman araçlarının ne kadar bilindiğini ve kullanıldığını belirlemek ve buradan hareketle ilgili sorunlar konusunda bilimsel değerlere ve verilere ulaşmaktır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Araştırmada kullanılan veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anketin içerdiği sorular, konu ile ilgili literatür taraması ve tez danışmanı ile yapılan görüşmeler neticesi hazırlanmıştır. Ankette işletmelere, yapısal ve finansal özellikleri hakkında veri toplamak ,buna ek olarak, işletmelerin kullandıkları alternatif finansman kaynakları ve bunların kullanımına ilişkin 23 soru sorulmuştur. Ankete katılanların işletme sahibi, finans müdürü yada muhasebe çalışanları olmasına özen gösterilmiştir. Anket Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren tekstil firmalarına uygulanmıştır. Anket teklif edilmiş bu firmaların 93'ünden olumlu cevap alınmıştır. Ancak uygulana anketlerden 72'si değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Yapılan araştırmanın örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığını güven düzeyi %95, güven aralığı 10 ve ana kütleimiz toplamda 300 firmadan oluştuğundan gerekli örneklem büyüklüğünün yapılan hesaplamada 73 olduğu ortaya çıkmaktadır. Bizim anketimizde ise 72 firma değerlendirmeye tabi tutulmuş ve bu değere

yaklaşmıştır. Soruların değerlendirilmesinde genelde tanımlayıcı analizlerden yararlanılmış ve sonuçlar tablo ve grafikler halinde sunulmuştur.

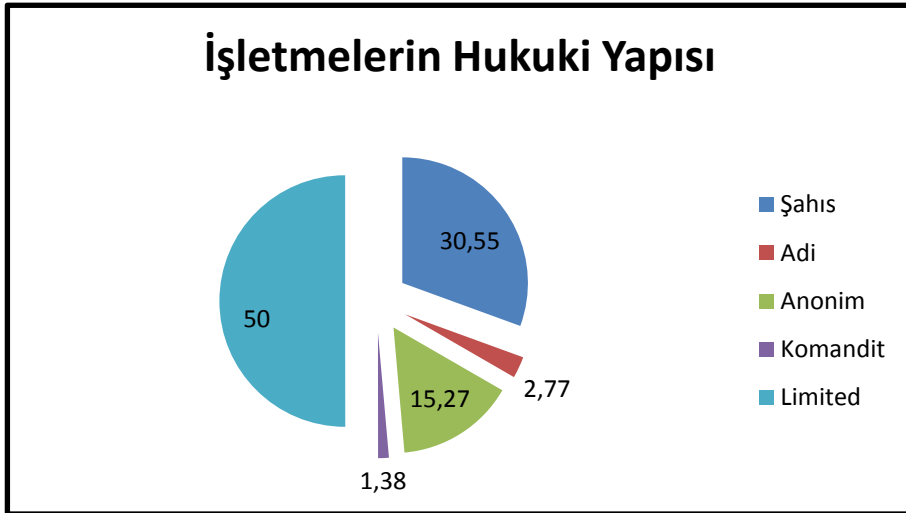
3.3. Araştırmadaki Bulgular ve Değerlendirme

3.3.1. Firmaların Genel Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Ankete katılan tekstil firmalarının hukuki yapısına bakıldığında %27,77'si şahıs şirketi, %2,77'si adi şirket, %15,27'si anonim şirket, %1,38'i komandit şirket, %50'si limited şirket ve % 2,77'sinin diğer tipte işletme olduğu görülmüştür. Burada dikkati çeken şirketlerin önemli bir bölümünün yani yarısının limited şirket olarak yapılanmalarıdır.

Tablo 3.1. İşletmelerin Hukuki Yapısı

İşletmelerin Hukuki Yapısı	Frekans	Yüzde
Şahıs	22	30,55
Adi	2	2,77
Anonim	11	15,27
Komandit	1	1,38
Limited	36	50
Toplam	72	100

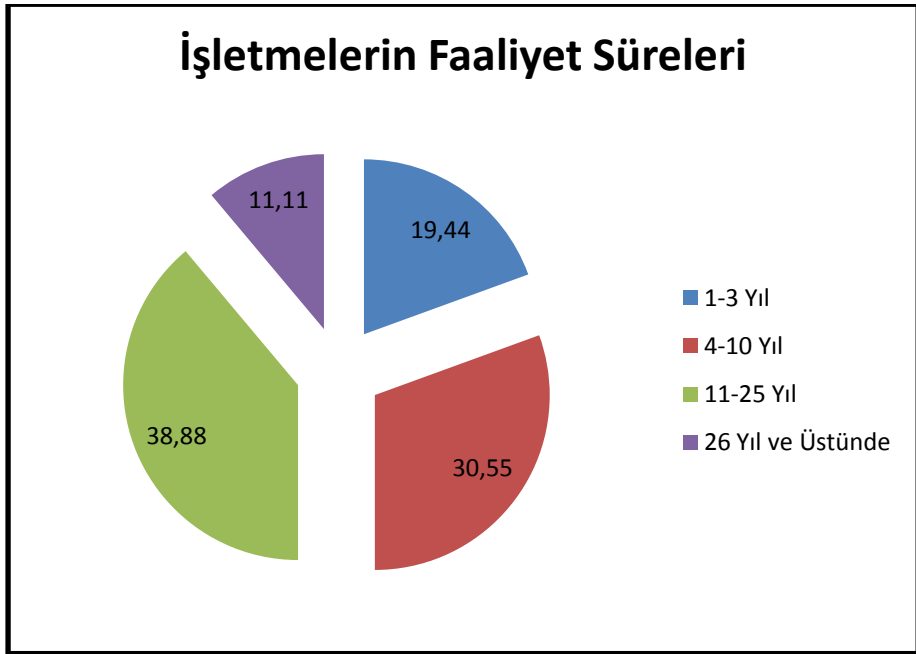


Şekil 3.1. İşletmelerin Hukuki Yapısı

Ankete katılan tekstil firmalarının faaliyet süreleri incelendiğinde %19,44'ü 1-3 yıl arasında, %30,55'i 4-10 yıl arasında, %38,88'i 11-25 yıl arasında ve %11,11'inin 26 yıl ve üstünde hizmet verdiği görülmektedir. Bu durum bize göstermektedir ki ankete katılan firmaların önemli bir kesimi köklü firmalardan oluşmaktadır.

Tablo 3.2. İşletmelerin Faaliyet Süreleri

İşletmelerin Faaliyet Süreleri	Frekans	Yüzde
1-3 Yıl	14	19,44
4-10 Yıl	22	30,55
11-25 Yıl	28	38,88
26 Yıl ve Üstünde	8	11,11
Toplam	72	100

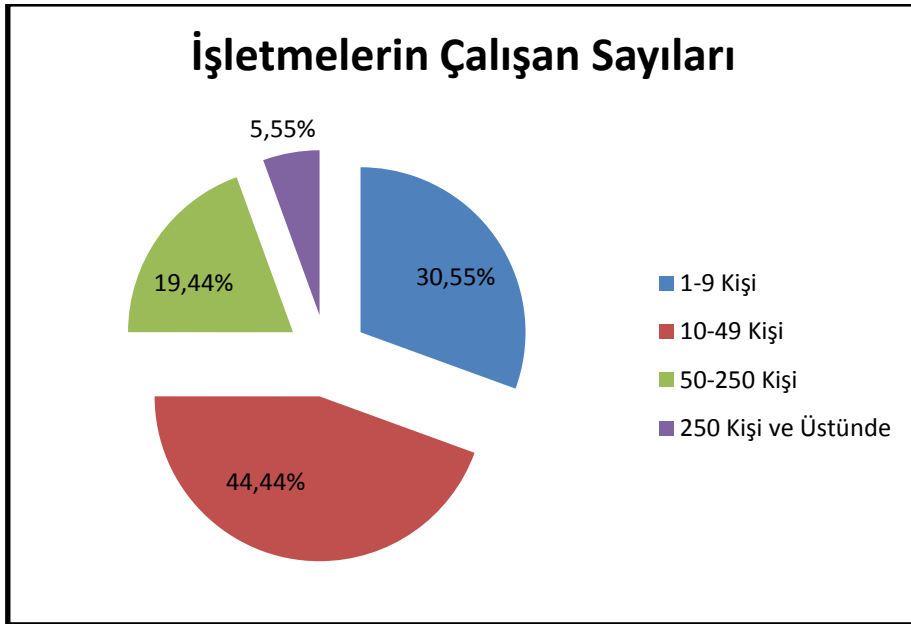


Şekil 3.2. İşletmelerin Faaliyet Süreleri

Ankete katılan işletmelerin %30,55'i 1-9 kişi, %44,44'ü 10-49 kişi, %19,44'ü 50-250 kişi, %5,55'i ise 250 ve üstünde kişi istihdam etmektedir. Burada açıkça görülmektedir ki tekstil firmaları daha çok 10-49 kişi istihdam etmekte bu da Türkiye şartlarında tipik KOBİ özelliği göstermektedirler. Ankete katılanların sadece %5'lik kısmı KOBİ tanımının dışında 250 ve üstü kişi istihdam etmektedir.

Tablo 3.3. İşletmelerin Çalışan Sayıları

İşletmelerin Çalışan Sayıları	Frekans	Yüzde
1-9 Kişi	22	30,55
10-49 Kişi	32	44,44
50-250 Kişi	14	19,44
250 Kişi ve Üstünde	4	5,55
Toplam	72	100

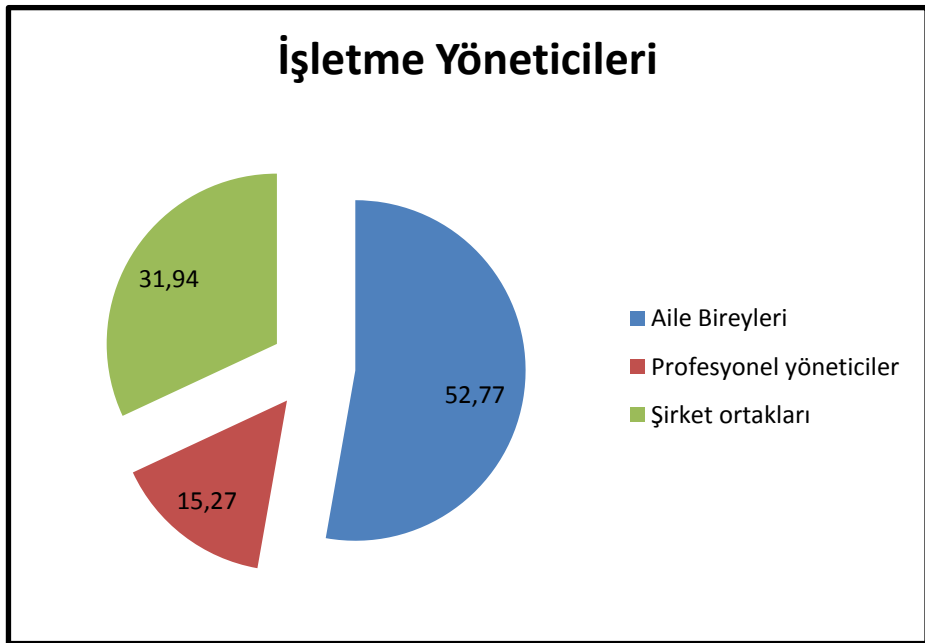


Şekil 3.3. İşletmelerin Çalışan Sayıları

Ankete göre işletme yönetimi daha çok aile bireyleri tarafından yerine getirilmektedir. Bunun nedeni ağır ekonomik koşullar altında mal üretmeye çalışmak olduğu gibi bölgeden kaynaklanan geleneksel yapının da etkisi vardır. İşletmelerin % 47,22'sinde aile bireyleri yönetimde iken % 15,27'sinde profesyonel yöneticiler, % 31,94'ünde şirket ortakları ve % 5,55'inde diğer yöneticiler yönetimdedir.

Tablo 3.4. İşletme Yöneticileri

İşletmelerin Yöneticileri	Frekans	Yüzde
Aile Bireyleri	34	47,22
Profesyonel Yöneticiler	11	15,27
Şirket Ortakları	23	31,94
Diğer	4	5,55
Toplam	72	100

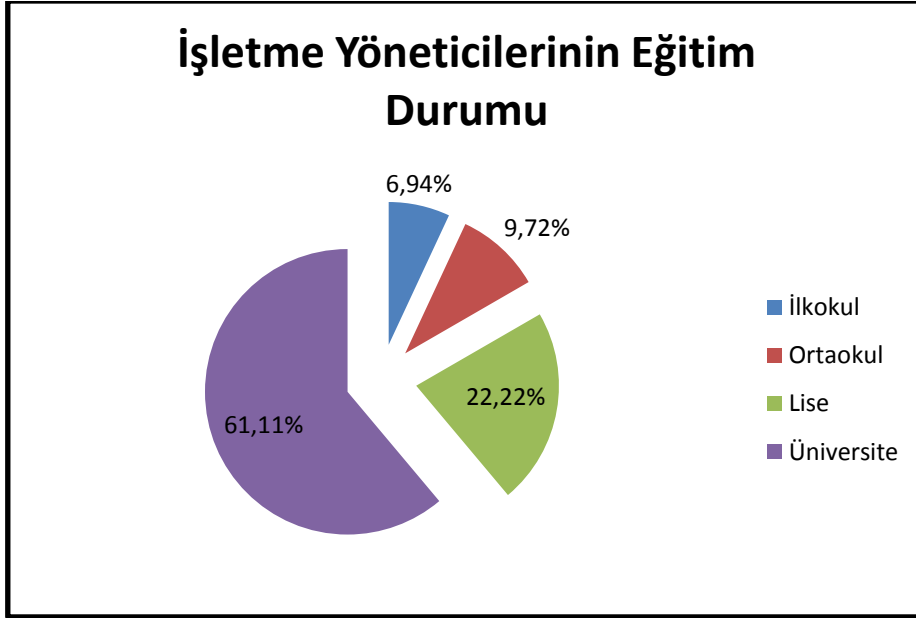


Şekil 3.4. İşletme Yöneticileri

İşletme sahibinin eğitim durumuna baktığımızda; %6,44'ü ilkokul, %9,72'sinin ortaokul, %22,22'sinin lise ve % 61,11'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Buna göre eğitim durumu en yüksek üniversite mezunu olanlar olmasına rağmen hala yeterli seviyede olmadığı görülmektedir.

Tablo 3.5. İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumu

İşletmelerin Yöneticilerinin Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
İlkokul	5	6,94
Ortaokul	7	9,72
Lise	16	22,22
Üniversite	44	61,11
Toplam	72	100



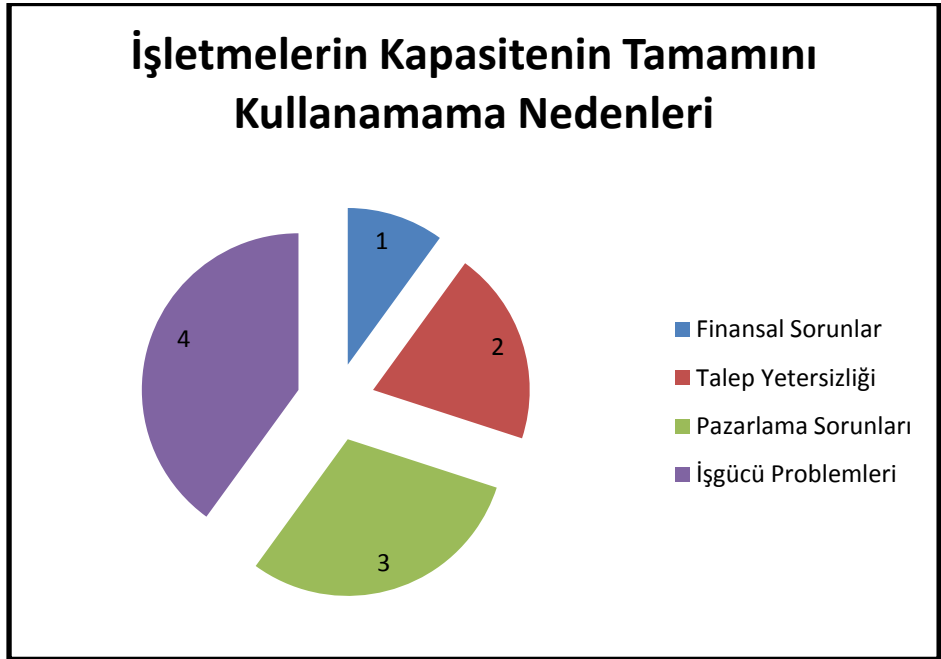
Şekil 3.5. İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumu

Ankete katılan tekstil firmalarının 2013 yılına ait kapasite kullanma oranlarına bakıldığında en düşük %40, en yüksek ise %100 seviyelerinde olduğu görülmüştür. Ortalama kapasite kullanma oranlarının ise %72,84 olduğu tespit edilmiştir.

Tam kapasite kullanamama nedenleri sorulduğunda ise katılımcıların büyük çoğunluğu finansal sorunlar olduğunu düşünmektedir. İkinci sırada talep yetersizliği, üçüncü sırada pazarlama yöntemleri, dördüncü sırada işgücü problemleri ve son sırada hammadde yetersizliğini işaretlemiştir.

Tablo 3.6. İşletmelerin Kapasitelerinin Tamamını Kullanamama Sebepleri

İşletmelerin Kapasitenin Tamamını Kullanamama Nedenleri	Ortalama Frekans	Sıralama
Finansal Sorunlar	1,37	1
Talep Yetersizliği	2,25	2
Pazarlama Sorunları	3,15	3
İşgücü Problemleri	3,75	4
Hammadde Yetersizliği	4,44	5



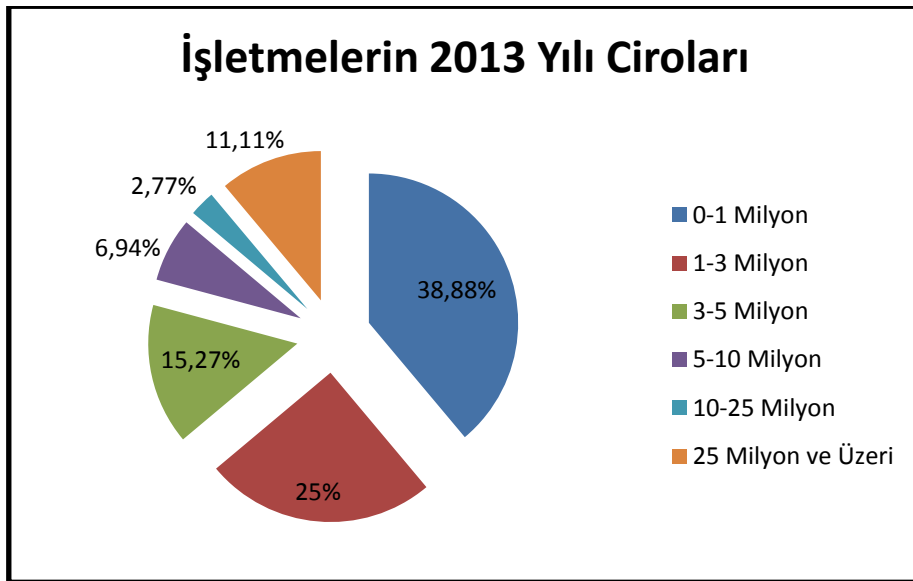
Şekil 3.6. İşletmelerin Kapasitelerinin Tamamını Kullanamama Sebepleri

3.3.2. Firmaların Finansal Yapılarına İlişkin Bilgiler

Ankete katılan işletmelerin cirolarına bakıldığında işletmelerin % 38,88'inin 0-1 milyon diliminde, %25'inin 1-3 milyon diliminde, %15,27'sinin 3-5 milyon diliminde, %6,94'ünün 5-10 milyon diliminde %2,77'sinin 10-25 milyon diliminde ve son olarak %11,11'inin 25 milyon ve üzeri ciroya sahip tekstil firmaları olduğu görülmektedir.

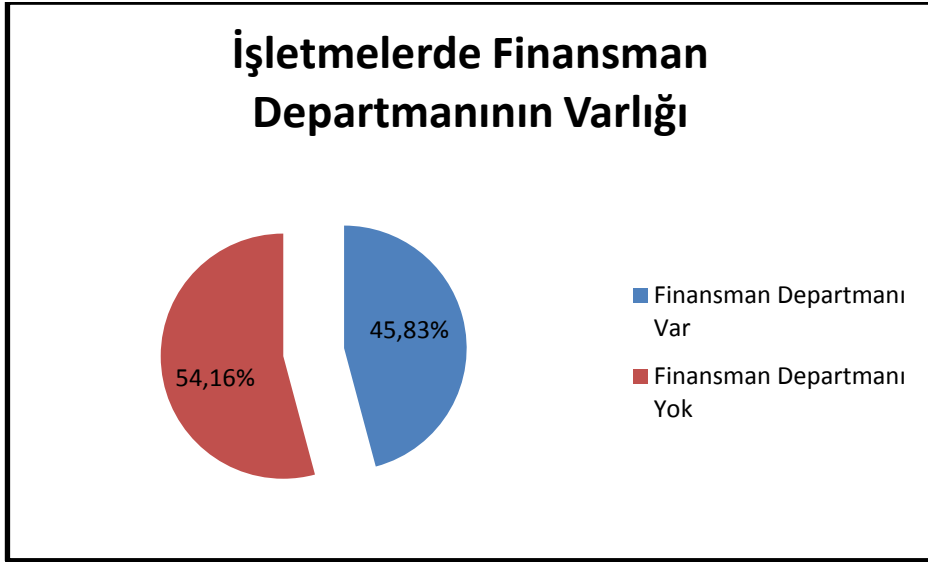
Tablo 3.7. İşletmelerin 2013 Yılı Ciroları

İşletmelerin 2013 Yılı Ciroları	Frekans	Yüzde
0-1 Milyon	28	38,88
1-3 Milyon	18	25
3-5 Milyon	11	15,27
5-10 Milyon	5	6,94
10-25 Milyon	2	2,77
25 Milyon ve Üzeri	8	11,11



Şekil 3.7. İşletmelerin 2013 Yılı Ciroları

İşletmelerin finansmana verdikleri değerin bir göstergesi finansman departmanının olup olmadığıdır. Bu departman işletmenin daha verimli çalışmasını sağlarken aynı zamanda fazladan işçi çalıştırmak ve bu birimde çalışan kişiye ödenecek ücret işletme açısından fazladan külfet olarak da görülebilir. Anketimize katılan işletmelerin %45,83'ünde finansman departmanı bulunurken %54,16'sında bulunmamaktadır.

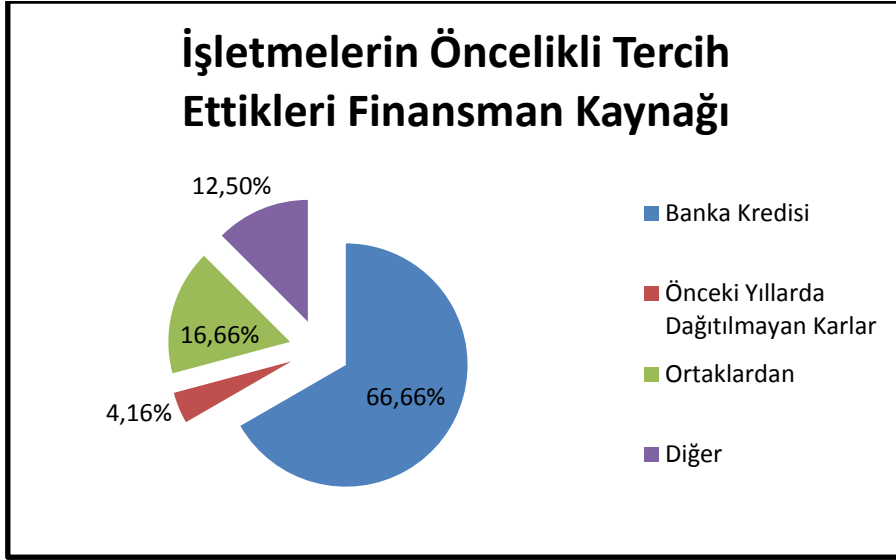


Şekil 3.8. İşletmelerde Finansman Departmanının Varlığı

Ankete katılan işletmelere kaynak ihtiyacı duyulduğunda ağırlıklı olarak tercih ettikleri yabancı kaynak türü sorusuna; % 66,66'sı banka kredileri, %4,16'sı önceki yıllarda dağıtılmayan karlar, %16,66'sı şirket ortakları ve %12,5 ise diğer seçeneğini işaretlemiştir. Buradan da görülmektedir ki KOBİ'lerin dış kaynak ihtiyacının önemli bölümünü banka kredileri oluşturmaktadır.

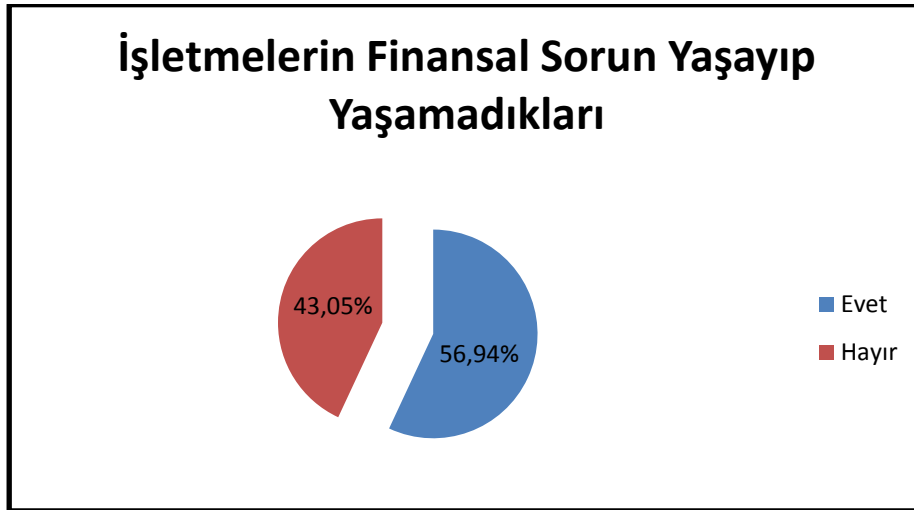
Tablo 3.8. İşletmelerin Öncelikli Tercih Ettikleri Finansman Kaynağı

İşletmelerin Öncelikli Tercih Ettikleri Finansman Kaynağı	Frekans	Yüzde
Banka Kredisi	48	66,66
Özkaynaklardan	3	4,16
Yabancı Ortaklardan	12	16,66
Diğer	9	12,5



Şekil 3.9. İşletmelerin Öncelikli Tercih Ettikleri Finansman Kaynağı

Ankete katılan tekstil firmalarına finansal sorun yaşıyıp yaşamadıkları sorulmuş ve %56,94'ü finansal sorun yaşadıklarını, %43,05'i ise finansal sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir.



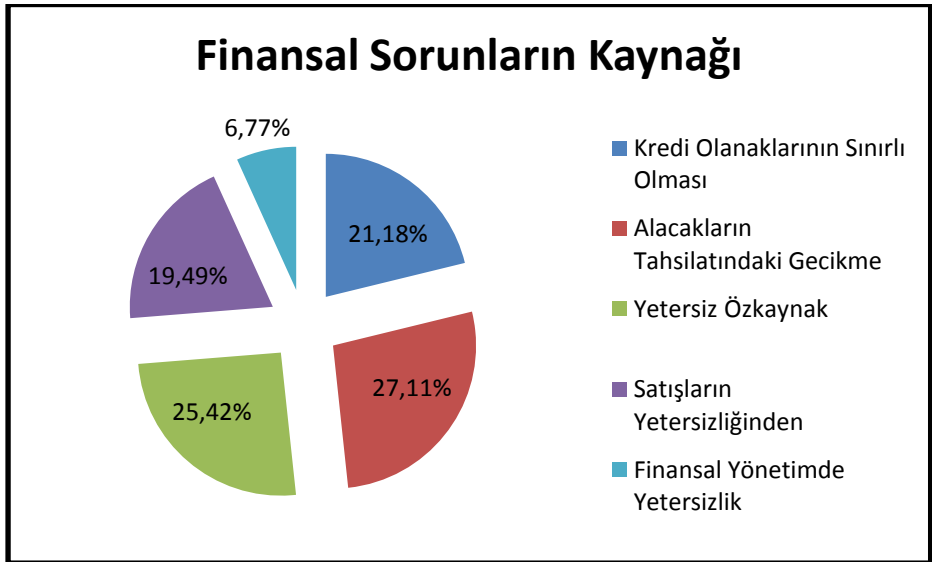
Şekil 3.10. İşletmelerin Finansal Sorun Yaşıyıp Yaşamadıkları

Tekstil firmalarına finansal faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar sorulduğunda katılımcıların % 27,11'i alacakların tahsilatında gecikme, %25,42'si yetersiz özkaynak, %21,18'i sınırlı kredi olanakları, %19,49'u satışların

yetersizliği ve %6,77 si finansal yönetimde yetersizlik seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların önemli kesimi kredi kullandıklarını fakat yüksek faiz oranları, teminat gösterememe vs. nedenlerinden muhtarip olduğunu belirtmiş bu durum ise alternatif finansman kaynaklarının önemini daha da çok arttırmıştır.

Tablo 3.9. Finansal Sorunların Kaynağı

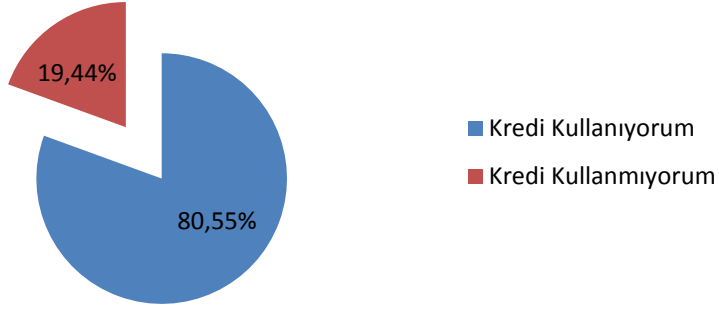
Finansal Sorunların Kaynağı	Frekans	Yüzde
Kredi Olanaklarının Sınırlı Olması	25	21,18
Alacakların Tahsilatındaki Gecikme	32	27,11
Yetersiz Özkaynak	30	25,42
Satışların Yetersizliğinden	23	19,49
Finansal Yönetimde Yetersizlik	8	6,77



Şekil 3.11. Finansal Sorunların Kaynağı

Ankete katılan tekstil firmalarına kredi kullanıp kullanmadıkları sorulmuş; %80,55'i kredi kullanıyorum, %19,44'ü ise kredi kullanmadığı belirtmiş. Bu da bize gösteriyor ki firmaların büyük çoğunluğu kredi yoluyla işletmelerine yön vermekteler.

İşletmelerin Kredi Kullanıp Kullanmadığı

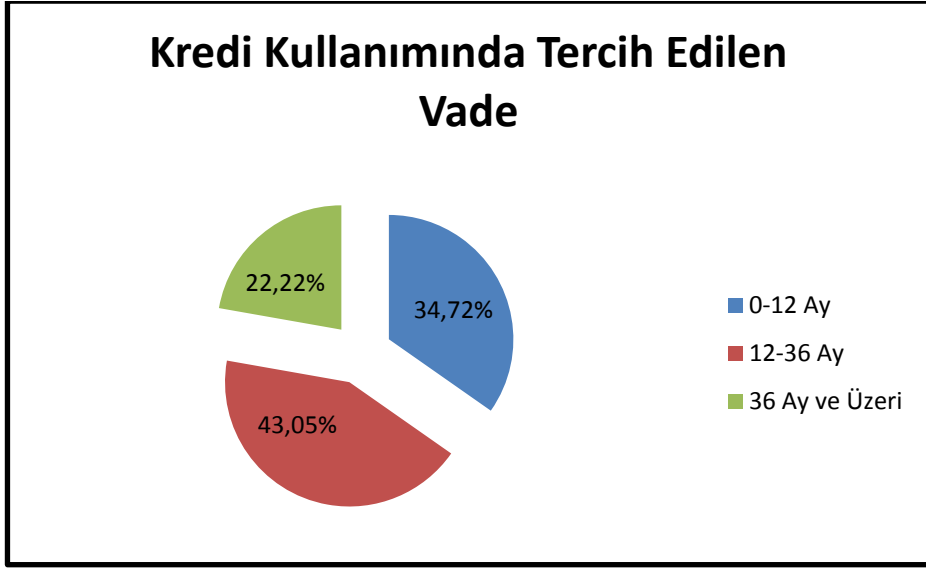


Şekil 3.12. İşletmelerin Kredi Kullanıp Kullanmadığı

Kredi kullanan tekstil firmalarının %34,72'si 0-12 ay, %43,05'i 12-36 ay ve %22,22'si 36 ay ve üzeri vade ile kredilerden faydalanmaktadır. Burada özellikle dikkati çeken KOBİ'lerin uzun vadeli kredilerden uzak durdukları ve daha çok orta ve kısa vadeli kredi kullanımının yaygın olduğudur.

Tablo 3.10. Kredi Kullanımında Tercih Edilen Vade

Kredi Kullanımında Tercih Edilen Vade	Frekans	Yüzde
0-12 Ay	25	34,72
12-36 Ay	31	43,05
36 Ay ve Üzeri	16	22,22
Toplam	72	100

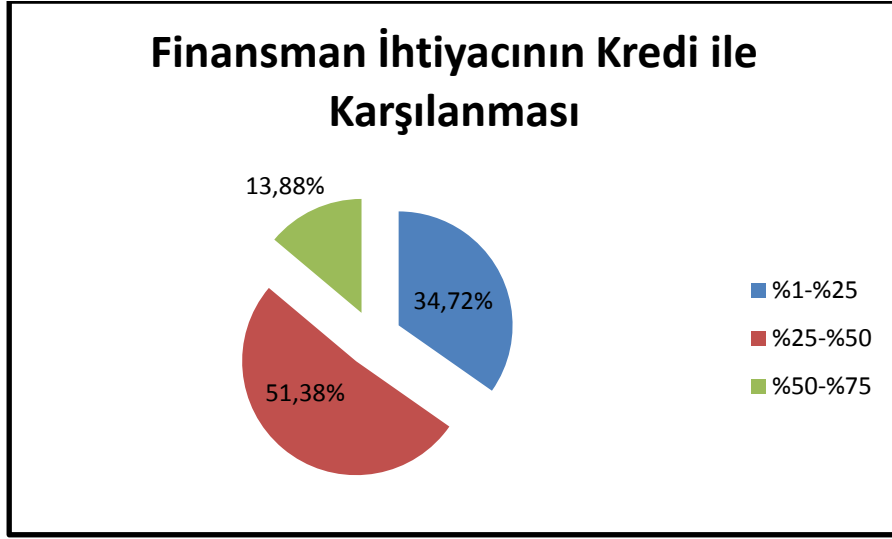


Şekil 3.13. Kredi Kullanımında Tercih Edilen Vade

Kredi kullandığını belirten tekstil işletmelerine finansman ihtiyacının ne kadarının kredi ile karşılandığı sorulduğunda, ankete katılımcıların % 34,72'si ihtiyaçlarının %1-%25 arasındaki kısmını kredi ile karşıladıklarını belirtirken , %51,38'i %25-%50'lik kesimini ve %13,88'i ise %50-%75'lik kesimini kredi ile karşıladıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların hiçbiri % 75 ve üzeri şikkını işaretlememiştir.

Tablo 3.11. Finansman ihtiyacının Kredi ile Karşılanması

Finansman İhtiyacının Kredi ile Karşılanması	Frekans	Yüzde
%1-%25	25	34,72
%25-%50	37	51,38
%50-%75	10	13,88
%75 ve Üzeri	0	-
Toplam	72	100

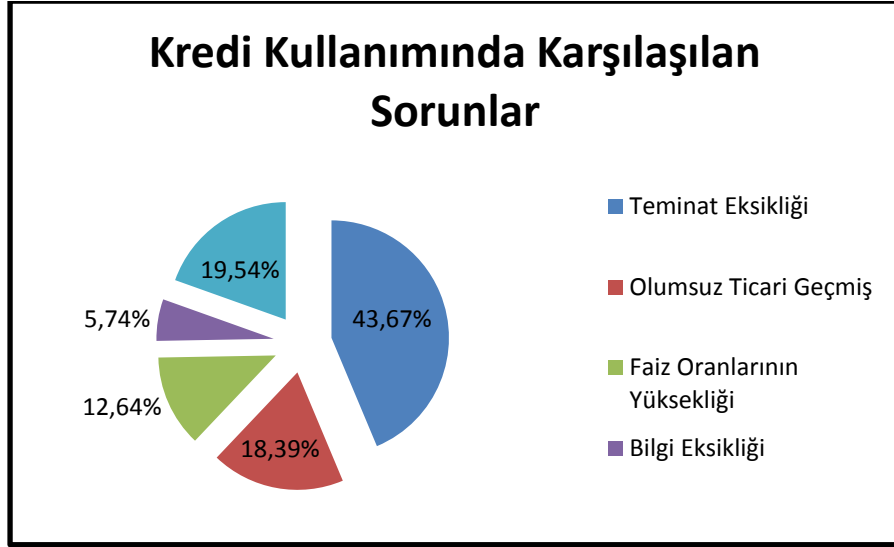


Şekil 3.14. Finansman ihtiyacının Kredi ile Karşılanması

Ankete katılan tekstil firmalarına kredi kullanırken karşılaştıkları sorunlar sorulduğunda en çok sorun yaşanan konu %43,67 ile faiz oranlarının yüksekliği olarak belirlenmiş. Kredi kullananların %19,67 si hiçbir zorlukla karşılaşmadıklarını, %18,39'u teminat eksikliğini,%12,64'ü bilgi eksikliğini ve %5,74'ü olumsuz ticari geçmiş seçeneğini işaretlemiştir. Günümüz şartlarında artık bilgi eksikliğinden dolayı kredi kullanmada yaşanan zorlukların yok denecek az olduğu görülmektedir.

Tablo 3.12. Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar

Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar	Frekans	Yüzde
Teminat Eksikliği	38	43,67
Olumsuz Ticari Geçmiş	16	18,39
Faiz Oranlarının Yüksekliği	11	12,64
Bilgi Eksikliği	5	5,74
Herhangi bir Zorlukla Karşılaşmıyorum	17	19,54

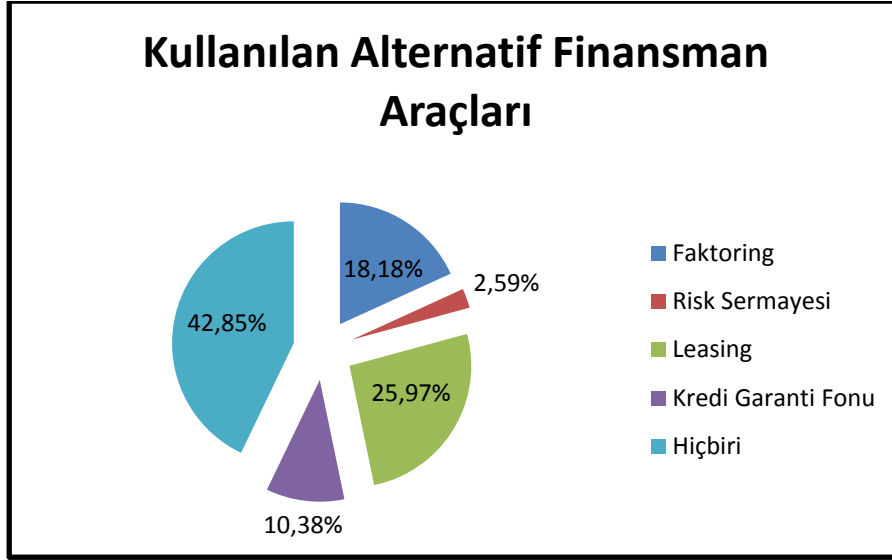


Şekil 3.15. Kredi Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar

Alternatif finansman araçlarından daha önce hangilerini kullandıklarına ilişkin soruda katılımcıların büyük çoğunluğu(%42,85'i) daha evvel hiçbir alternatif finansman aracını kullanmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %18,18'i tarafından, risk sermayesi %2,59'u tarafından, leasing %25,59'u tarafından ve kredi garanti fonu %10,38'i tarafından kullanılmıştır. Bunun yanında barter, forfaiting ve franchising ankete katılan tekstil firmaları tarafından işaretlenmemiştir. Bunun yanında ankete katılan firmalarda bilgi eksikliği olduğu gözlemlenmiştir. Örneğin firma dışarıdan üretim araçlarını kiralamış ve bununla üretim yapıyor ama yaptığı işin leasing olduğunu yada kiraladığı şirketin leasing şirketi olduğunun farkında değil. Bölgede kelimelere yabancılık söz konusu.

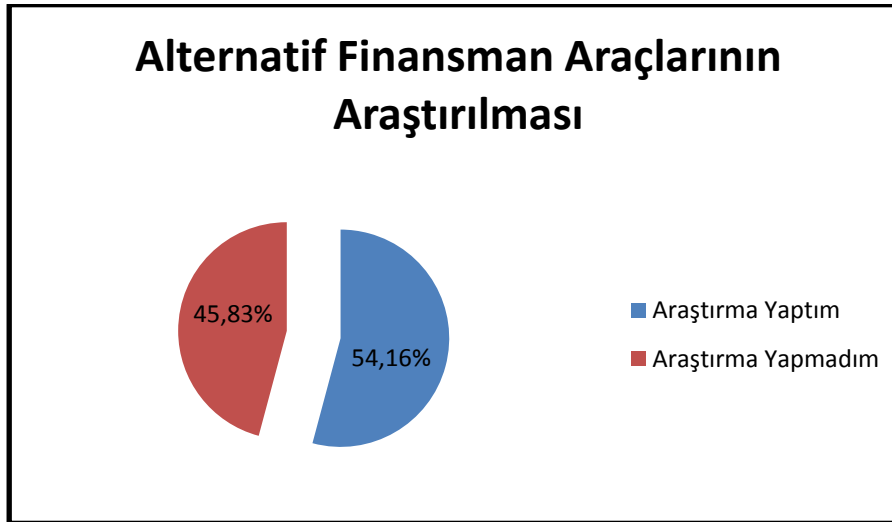
Tablo3.13. Kullanılan Alternatif Finansman Araçları

Kullanılan Alternatif Finansman Araçları	Frekans	Yüzde
Faktoring	14	18,18
Risk Sermayesi	2	2,59
Leasing	20	25,97
Kredi Garanti Fonu	8	10,38
Hiçbiri	33	42,85



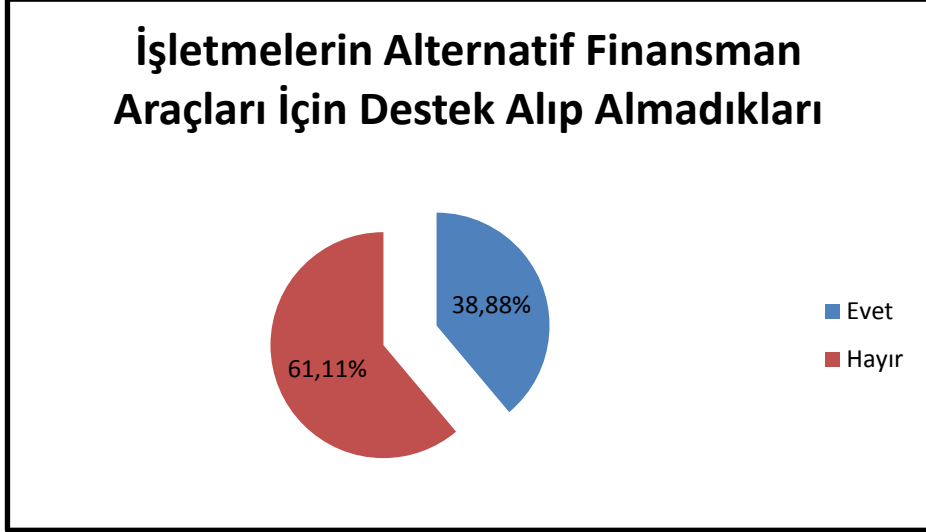
Şekil 3.16. Kullanılan Alternatif Finansman Araçları

Ankete katılan tekstil firmalarına daha önce alternatif finansman araçları hakkında araştırma yapıp yapmadıkları sorulmuş, %54,16'si araştırma yaptığını söylerken %45,83'lük kısmı herhangi bir araştırma yapmadıklarını belirtmiştir.



Şekil 3.17. Alternatif Finansman Araçlarının Araştırılması

Ankete katılan tekstil firmalarından daha önce %38,88'ine dışarıdan alternatif finansman araçları hakkında bilgi verilmişken %61,11'i herhangi bir bilgilendirme yada destek almadığını beyan etmiştir.

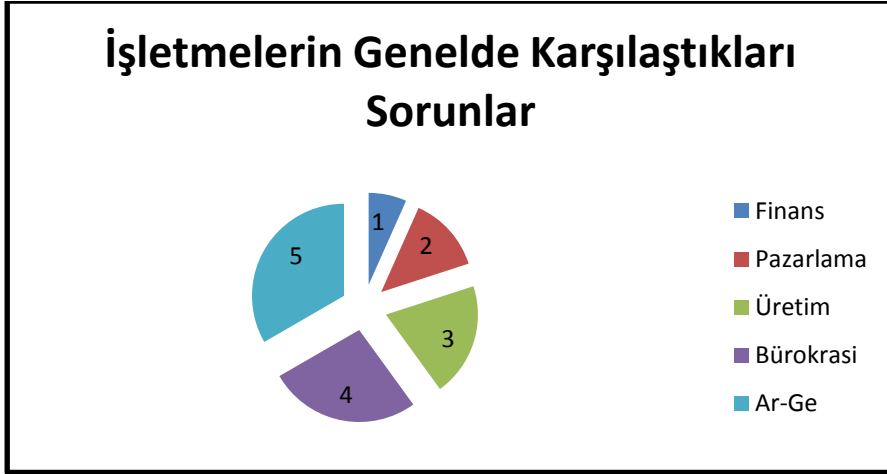


Şekil 3.18. İşletmelerin Alternatif Finansman Araçları İçin Destek Alıp Almadıkları

Ankete katılan tekstil firmalarından karşılaştıkları sorunların önem derecelerini belirtmeleri istendiğinde finans en önemli sorun olarak karşımıza çıkmakta, onu sırasıyla pazarlama, üretim, bürokrasi ve son olarak Ar-Ge izlemektedir.

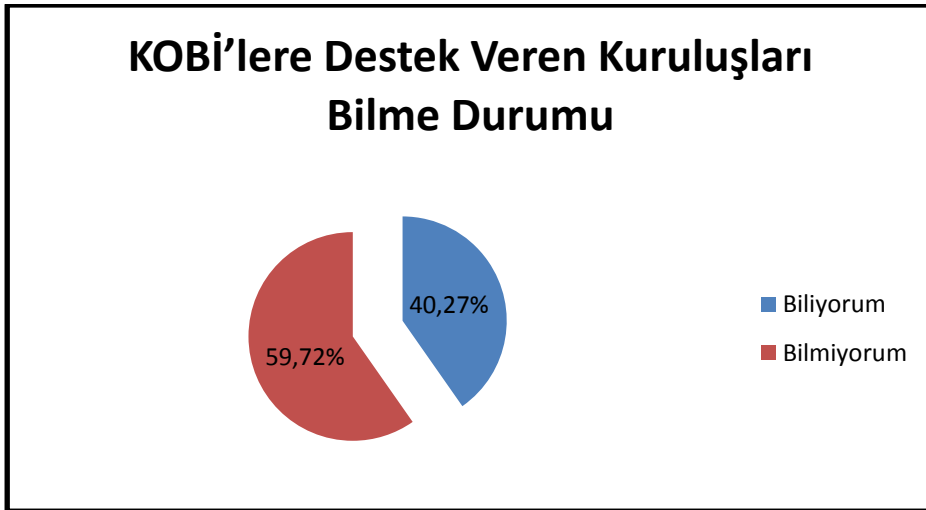
Tablo 3.14. İşletmelerin Genelde Karşılaştıkları Sorunlar

İşletmelerin Genelde Karşılaştıkları Sorunlar	Ortalama Frekans	Sıralama
Finans	3,79	1
Pazarlama	3,37	2
Üretim	3,29	3
Bürokrasi	2,31	4
Ar-Ge	1,97	5



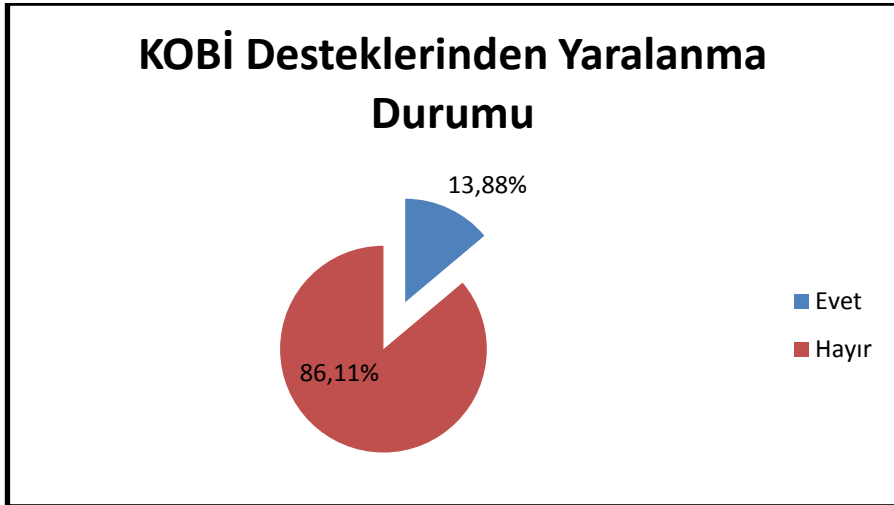
Şekil 3.19. İşletmelerin Genelde Karşılaştıkları Sorunlar

Ankete katılan firmalara KOBİ'lere destek veren kuruluşları tanıyıp tanımadıkları sorulduğunda %40,27'si KOBİ'lere destek veren kuruluşları bildiğini fakat önemli bir kısmı yani %59,72'i KOBİ'lere destek veren kuruluşları bilmediklerini belirtmişlerdir. Bu bize Gaziantep ilinde bulunan KOBİ düzeyindeki tekstil firmalarının önemli bir kesimine KOBİ'lere destek veren kuruluşlar anlatılamamış izlenimi vermektedir. Bunun yanında tanıdıkları kuruluşlar sorulduğunda KOSGEB, TEB, Eximbank, özel danışmanlık firmaları gibi cevaplar verilmiştir.



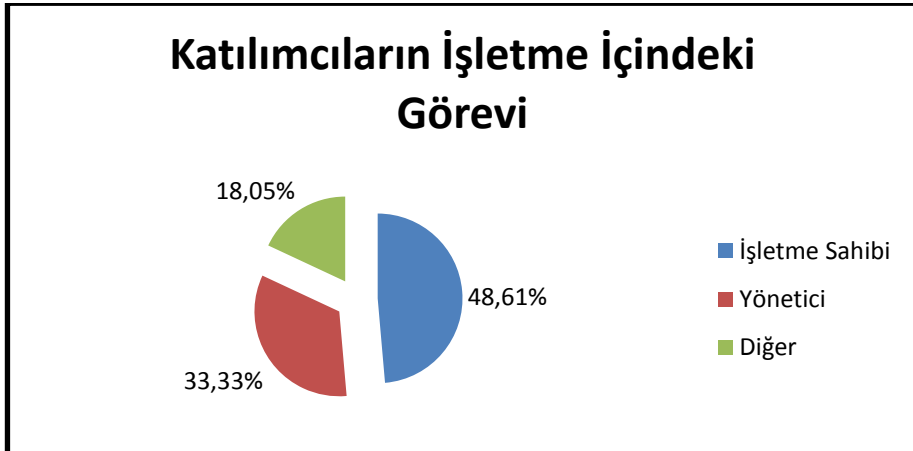
Şekil 3.20. KOBİ'lere Destek Veren Kuruluşları Bilme Durumu

Katılımcılara KOBİ desteklerinden yararlanıp yararlanmadıkları sorulduğunda % 13,88'i yararlandığını belirtirken % 86,11'i yararlanmadığını belirtmiştir.



Şekil 3.21. KOBİ Desteklerinden Yaralanma Durumu

Katılımcıların işletme içindeki görevlerinin dağılımı ise; % 48,61'i işletme sahibi, % 33,33'ü yönetici ve %18,05'i ise diğer sıklıkla işaretlemiştir.



Şekil 3.22. Katılımcıların İşletme İçindeki Görevi

Ülkemizde bulunan KOBİ'ler mevcut işletmelerin büyük çoğunluğunu oluşturmakta, Gerek istihdam kapasiteleri gerek ülke ekonomisine katkıları ile ekonominin vazgeçilmez lokomotifidir. Bu bakımdan her zaman desteklenmeleri ülke ekonomisine olan katkıları daha da çok artıracak gibi artan istihdam kapasiteleri sayesinde işsizliğin önüne de geçeceklerdir. Ankete katılan tekstil firmalarına son olarak görüş ve önerileri sorulduğunda bir çoğu zorlu ekonomik koşullar altında çalıştıklarını vergi hususunda sağlanacak kolaylıklar ve verilen desteklerin artırılması hususunda taleplerini bildirmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de bulunan KOBİ’ler yatırım, sağladıkları istihdam olanakları, ülke ekonomisine olan katkıları, hatta sosyal ve toplumsal yapı içerisinde de sağladıkları fazdalar ve üstlendikleri roller bakımından oldukça önemli bir yere haiz ekonomik birimlerdir. Tüm ülke geneline yayılmış durumda olan KOBİ’ler gerek bölgeler arası gelişmişlik seviyesinin eşitlenmesinde, gerek istihdam artışı sağlanmasında, gerek bireysel refah düzeyinin artırılmasında ve gerekse deneyimli işgücü oluşmasına büyük katkı sağlamaktadır. Basit bir organizasyon yapısına sahip olan KOBİ’ler daha çok işletme sahibi odaklı çalışmakta kararlar daha çok işletme sahibi ve ailesi tarafından alınmakta ve yapılacak olan yatırımlara yönlendirmeler bu fertler sayesinde sağlanmaktadır. KOBİ’lerin pazarlama, üretim veya hizmet konusunda esnek olabilmeleri, çalışanları ile daha çok aile gibi olabilmeleri başlıca özellikleridir. Ülkemizde ki ekonomik koşullar, sürekli artan global rekabetçi çevre ve yeni pazarlara ulaşma gerekliliği çerçevesinde KOBİ’lerin finansmana olan ihtiyacı giderek artmaktadır. Fakat ne yazık ki ülkemizde KOBİ’lere uygulanan teşviklerin hala yeterli seviyede olduğunu söyleyemeyiz. Bunun yanında KOBİ’lerin finansman desteği sağlama hususunda bilgi yetersizliği de finansal sorunların temel kaynaklarından. Özellikle ihracat yapan KOBİ niteliğindeki tekstil firmalarında alternatif finansman araçlarının kullanılması işletme açısından maddi faydanın yanında pazarlama bakımından da fayda sağlayacaktır.

Bu çalışmada tekstil firmalarına avantajlar sağlayabilecek alternatif finansman araçları üzerinde durulmuş, firmaların hukuki yapısı ve finansal sorunlarını araştırmak için 93 firmayla yüzyüze görüşülmüş ve bu firmalara anket uygulaması yapılmıştır.

Ankete katılan firmaların çalışan sayısı ve ciroları değerlendirildiğinde işletmelerin çoğunluğunu orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. İşletmelerin %97’si şirket statüsünde olup çoğunluğu 11 yıl ve üzerinde bir süredir hizmet vermektedir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde işletmelerin riskli olan ilk 5 seneyi atlattıkları ve artık köklü işletmeler olma yolunda ilerledikleri görülmektedir.

İşletmelerin çalışan sayılarına bakıldığında %94,5’inin KOBİ statüsünde olduğu, %5,55’lik kısmının büyük ölçekli işletme olduğu görülmektedir. Fakat gerek yöreselliğin etkisi gerekse imalat yaptıkları sektörün etkisiyle işletmeleri

daha çok aile bireyleri yönetmekte profesyonel yöneticiler ve profesyonel birimler kendilerine yer bulamamaktadırlar. Ankete katılan tekstil firmalarının % 47,22'si aile bireyleri tarafından, %15,27'si ise profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmektedir. Bu durum işletmelerin yeniliklere çok sıcak bakmamalarına ve değişen koşullara daha geç ayak uydurmalarına sebebiyet vermektedir. Bunun yanında anket uygulanan tekstil firmalarının yöneticilerinin sadece %61,11'i üniversite mezunu olup günümüz şartları değerlendirildiğinde çok da yeterli sayılabilir bir oran olmadığı değerlendirilmektedir. Ticaret odaları tarafından bu durum değerlendirilmeli ve gerek işletme sahipleri ve gerekse yöneticileri eğitimler düzenlenmek suretiyle verimlilik artırılmalı ve finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmaları sağlanmalıdır. Finansman sağlamada yaşanan sıkıntılar ve nakit girdiyi korumanın güçleşmesi KOBİ'lerin finansal planlama yapmalarını zorunlu kılmaktadır. KOBİ'lerin kalifiye eleman istihdam ederek bilinçli planlama yapmaları gerekmektedir.

Tekstil firmalarının 2013 yılı ortalama kapasite kullanma oranları %72,84 olup, Türkiye İstatistik kurumunun 2013 yılı verilerinden aşağıdadır (Türkiye İstatistik Kurumu 2013 yılı ortalama kapasite kullanım oranını % 79,3 olarak açıklamıştır.) İşletmelerin atıl kalan kapasite oranları azımsanmayacak durumda olup ülke ekonomisi açısından ciddi bir kayıptır.

Ankete katılan tekstil firmalarının kapasitelerinin tam olarak kullanılmamasının en önemli nedeni olarak finansal sorunları göstermişlerdir. Bununla birlikte, üretim ve pazarlama faaliyetleri gibi konularda ortaya çıkan sorunların da kaynağında finansman sorunu yatmaktadır. Bu bağlamda, KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal yaşamdaki işlevlerini yerine getirebilmeleri için devlet tarafından mali ve teknik yardımların ve uygun finansman kaynaklarının sağlanması gerekmektedir. Ayrıca işletmelerde finansman departmanının bulunup bulunmaması da finansmana verdikleri değerin bir göstergesidir. Ankete katılan işletmelerde büyük çoğunlukla (% 54,16'sında) finansman departmanı bulunmaması olumsuz bir durumdur.

Ankete katılan işletmelerin %56,94'ü finansal sorun yaşadıklarını belirtmiştir. Bu gibi durumlarda işletmelerin öncelikli tercih ettikleri finansman kaynağının ne olduğu sorulmuş ve büyük oranda (%66,66'sı) banka kredileri oluşturduğu tespit edilmiştir. Zora düşen bu işletmelerin kredi kullanıp kullanmadıkları sorulmuş ve büyük oranda (%80,55'i) kredi kullandıklarını

belirtmişlerdir. Bu durum söz konusu olduğunda KOBİ'lere has düşük faizli kredi teminiyle zor durumda olan KOBİ'lerin müşkülâtı giderilebilir. Ayrıca bürokratik engellerin azaltılması ve devlet teşviklerinin artırılması işletmeler açısından avantaj sağlayacaktır. Türkiye ekonomisinin en önemli dinamiklerinden olan KOBİ'lerin rekabet güçlerini azaltan en büyük sorunlardan biri olan finansman sorunları ülkenin sosyo-ekonomik geleceği için çözülmek zorundadır. Bu anlamda KOBİ'lerin sorunlarına gerek devlet gerekse özel kuruluşlar çözümler geliştirmek durumundadır. Bunun yanında işletmeler artan rekabet ortamında alacakların tahsilatındaki gecikmeler ve kredi olanaklarının sınırlı olması nedeniyle zor zamanlar yaşadıklarını belirtmektedirler.

Ankete katılan tekstil firmaları daha çok orta vadeli kredileri tercih etmekte ve kredi kullanan işletmelerin büyük çoğunluğu finansman ihtiyacının %25-50'sini bu kredilerle sağladıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda firmaların faiz yükleri artmaktadır. Firmalar ise bu durumu stabilize edebilmek adına işçi ücretlerini düşük tutmak veya daha az işçi çalıştırmak yoluna gitmektedirler. İstihdamı olumsuz yönde etkileyen bu durumu düzeltebilmek adına devlet KOBİ'lerin kullandıkları kredilerin faiz oranını düşük tutup vade sürelerini uzatabilir. Ayrıca önceki dönem borçların yapılandırılması firmalar adına yarar sağlayacaktır.

Kredi alımında teminat koşullarının ağırlığı nedeniyle kredi alamayan işletmelere Kredi Garanti Fonu ile kredi alabilmeleri sağlanmalıdır.

Finansmandaki sorunlara çözüm getirebilmek için alternatif finansal araçların kullanılması faydalı olacaktır. Literatür araştırmasında incelenen faktoring, leasing, forfaiting, risk sermayesi, barter, franchising ve kredi garanti fonu işletmeler için çözüm yolları olabilirler.

Yapılan anket çalışmasında forfaiting, franchising ve barter kullanan işletmeye rastlanmamıştır. İşletmeler alternatif finansman araçları konusunda yeteri kadar bilgiye sahip olamamakla birlikte araştırma amacı ile de herhangi bir faaliyette bulunmamaktadırlar. Alternatif finansman tekniklerinin kullanımı konusunda KOBİ'leri bilgilendirecek kuruluşların oluşturulması ve desteklenmesi, düşük maliyetli kurslar düzenlenmesi etkili olacaktır. Ayrıca işletme sahip ve yöneticilerinin bu konuda bilgilenmeye ve yeniliklere açık olmaları durumu kolaylaştıracaktır.

Gaziantep ilinin bölgenin tam ortasında bulunması, gelişmiş sanayi kültürünün bulunması ile ülkemizin önemli üretim merkezlerinden biri olmuştur. Fakat bölgedeki girişimciler ve yöneticiler güncel finansman yöntemleri ve pazarlama hususunda yeterli bilgi ve eğitime sahip değiller. Bu bölgede özellikle seyyar çalışabilecek, işletmelerin kendisine gelmesini beklemeden işletmelere gidebilecek, vereceği ücretsiz eğitimler ve seminerle yönetici ve işyeri sahiplerini bilinçlendirecek bir sistemin oluşturulması gerekmektedir. Bu sayede pazarlama, ihracat, finansman, destekler, krediler ve lojistik gibi önemli konularda firmalara destek sağlanabilecektir. Bütün bu konuların ortak noktasını oluşturan alternatif finansman araçları ve yöntemlerini kullanmak işletmeler açısından yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abdullaev, B. (2011). *Franchising Uygulamalarında Franchise Alanların Memnuniyetine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Acar, H. (2001). *Dericilik Sektörüne Risk Sermayesi Modelinin Uygulanabilirliği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Ada, N. (2009). *Franchising Sistemi, Ülkemizde ve Dünyada Uygulamaları Bir Model Önerisi*, Dayanışma Dergisi, 1(107). 7-22.
- Akgemci,T.(2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,KOSGEB kitapçığı.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*, (7.Baskı), İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Akkaya, G.ve İçerli, M. (2001). *KOBİ'lerin Finansal Problemlerinin Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 3, Sayı:3
- Alıcı, S. (2007). *Kahramanmaraş'ta Bulunan Küçük ve Orta Ölçekli Tekstil İşletmelerinde İstihdam ve İşgücü Talebi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Altıntaş, V. (2005). *Avrupa Birliği İşletmeler Politikası Perspektifinde KOBİ Kapsamına Giren Konaklama İşletmelerinin Finansman Yapıları Ve Türkiye Karşılaştırması*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi
- Aras, G.ve Müslümov, A. (2002). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde KOBİ'lerin Yeri: Finansman Ekonomik Sorunları ve Çözüm Önerileri*. 21. Yüzyılda KOBİ'ler Sempozyumu, Gazi Magusa, K.K.T.C, 2002
- Arslan, C. ve Aykutlu, F.(1999). *Barter Uygulaması*, Ankara: Sirküler Rapor Serisi, TÜRMOB Yayınları-97, Seri No: 27.
- Arzova, S. (2000). *Barter İşlemleri-İşleyişi, Hukuki Yönü ve Muhasebeleştirilmesi*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Aslanoğlu, S. (2007). *Bir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi; Firmalar Açısından Önemi, Mevzuat Boyutu ve Muhasebe Uygulaması*, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 9: Sayı 1,s.76
- Atıcı, G.(2006). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'lerin) Ekonomik Gelişime Etkileri, Finansman Kaynakları Ve KOBİ'lerin Büyümesini Sağlayan Faktörlere İlişkin Bir Karşılaştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler
- Atilla, O. (2006). *Girişimciliğin Finansmanında Risk Sermayesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Atrıçay, Y.ve Kılıç, M.(2012). *KOBİ'lerde Leasing, Faktoring Ve Forfaiting*. II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu.
- Avdan, H. (2010). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Finansmanında Kredi Garanti Sistemi Ve Bir Uygulama*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Bankacılık Anabilim Dalı.
- Azzem, Ö. (2002). *Barter İşlemleri ve Muhasebe Uygulamaları*, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 18, ss.67-68.
- Balantekin, B. (2006). *İhracatta KOBİ'lere Sağlanan Devlet Destekleri ve KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri'de Bir Anket Uygulaması*. Yayınlanmış, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Başkan, H.(2006). *Alternatif Bir Finansman Tekniği Olarak Leasing ve Muhasebeleştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,S İşletme Ana Bilim Dalı.
- Bayar, D.(1977). *İşletmelerde Finansal Yönetim*, (1.Baskı), Eskişehir, Kitle Yayınevi.
- Bayrav, M. (2009). *Alternatif Ticaret Ve Finansman Tekniği Olarak Barter Sistemi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret Ve Para Yönetimi Bilim Dalı.

- Bayulken, Y.ve Kütükoğlu, C. (2012). *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri*. TMMOB Makina Mühendisleri Odası Yayınları.
- Bedestenci, H.Ç. ve Canitez, M. (2010). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*. (7. Basım). Konya: Gazi Kitabevi.
- Berk, N. (2003), *Finansal Yönetim*, (7. Baskı), Bursa: Türkmen Kitabevi.
- Beşkardeşler, H. (2010). *Türkiye ve Dünyada Risk Sermayesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans Ve Bankacılık Anabilim Dalı.
- Beybur, M.(2009). *Girişimcilik-KOBİ Bağlamında Banka Kredilerinin Girişimcilik Sektörü Üzerine Etkileri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye ve Ekonomi Anabilim Dalı.
- Bingöl, B. (2007). *Finansal Kiralama Sözleşmesinde Kiralayanın (Finansal Kiralama Şirketinin) Borçları*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Anabilim Dalı
- Bodur, B.(2009). *Alternatif Finansman Modeli Olarak Risk Sermayesi: Seçilen Türk Şirketlerinde Uygulanmasına İlişkin Bir Analiz Çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi İşletme Anabilim Dalı.
- Burcu, C. (1996). *Bir Pazarlama Yöntemi Olarak Franchising*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Buzkıran, L. (2010). *Alternatif Bir Finansman Aracı Olarak Finansal Kiralama Ve Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi.
- Can, İ. (2007). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansında Risk Sermayesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canitez, B. (2006). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*, (4.Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.

- Canitez, M. (2004). *KOBİ'lerin İhracat Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Araştırma*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Cebeci, R. (2005). *Franchising Rehberi*, Ankara: KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi Yayınları.
- Çelik, İ. (2007). *Basel II Bağlamında KOBİ'lerin Finansman Sorunları: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Çelikkol, H. ve Koç, Y.D. (2008), *Ticaret Bankacılığında Yeni Bir Boyut: KOBİ Bankacılığı ve Türkiye Değerlendirmesi* Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, V:21, Ağustos, 253-272
- Çetin, A. ve Bıtrak, İ. A. (2009), *Antalya İli Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerinde Finansal Yönetim , İşletme Ser mayesi ve Yatırım Bütçelemesi Uygulamaları*. Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 1, Sayı 1 , s. 119-137.
- Ceylan, A. (1998). *Finansal Teknikler*, (3. Baskı), Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.
- Ceylan, A. (2000). *İşletmelerde Finansal Yönetim*, (6. Baskı), Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.
- Ceylan, A. (2001). *İşletmelerde Finansal Yönetim*, (7.Baskı), Bursa: Ekin Kitabevi
- Ceylan, A. (2008). *Finansal Teknikler*, (6.Baskı), Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Ceylan, A. ve Korkmaz, T. (2008). *İşletmelerde Finansal Yönetim* , (2.Baskı), Bursa: Ekin Yayınları.
- Civil, B. (2008). *KOBİ'lerin Finansal Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli ve Trabzon İlinde Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Programı
- Çakır İ. (2002). *Turizm İşletmelerinde Barter Sistemi*. 2. Barter Ekonomi Dergisi; Sayı: 52; s.46.

- Çalışır, G.ve Banger, G. (2012). *KOBİ'lerde Hakla İlişkilerin Önemi ve Geliştirilmesi*, 8. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi.
- Çalışkan, S. (2010). *Reel Sektörün Finansmanında Faktoring'in Rolü ve Türkiye'deki Faktoring Sektörü*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı.
- Çan, A. (2001). *Barter Sistemi Nedir?*, Barter Ekonomi Dergisi, Şubat .
- Çelik A. ve Akgemci T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, (1.Baskı), Ankara: Nobel Yayınevi
- Çonkar, M. (2007). *Risk Sermayesi Finansman Yönetimi*, (1.Baskı), İstanbul: Remzi Yayınevi
- Dalgıç, N. (2011). *Ulusal ve Uluslar Arası Finansman Aracı Olarak Barter ve Türkiye Örneği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Değirmenci, G. (2011). *Türkiye Ve Dünya'daki Kredi Garanti Sistemleri, Türkiye'deki Kredi Garanti Fonu A.Ş.'nin Kefalet Hacminin Ve İşlerliğinin Arttırılabilmesi İçin Yapılabilecekler*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Değirmenci, N.(2010). *2008 Küresel Krizinin Trabzon'daki Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Yapısı Üzerindeki Etkileri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Demiral, H. (2000). *Barter Şirketlerinde Tahsil Edilemeyen Alacakların Gider Yazılması*, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı. 228, s.26.
- Demirkaya, M. (2014). *Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde ("KOBİ") Finansal Planlama Ve Finansal Risk Yönetimi Yolu İle Sürdürülebilirliğin Sağlanması Ve Bir Uygulama Örneği*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe Finansman Bilim Dalı

- Dinçer, C. (2009). *Pazarlamada Halkla İlişkilerin Önemi ve Rolü: KOBİ'ler Üzerine Bir Araştırma*. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi 1.1 (2009).
- Doğan, A. (2007). *Türkiye’de Finansal Kiralama Uygulamaları Ve Finansal Kiralamanın Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümündeki Rolü*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Doğan, Ö. (2002). *KOBİ’lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama*, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Dış Ticaret Dergisi, No:2, s.16.
- Doğan, Z. (2001). *Yeni Bir Finansman Tekniği Olarak Barter ve Muhasebeleştirilmesi*. Muhasebe ve Denetime Bakış, Sayı.3,s.44.
- Dorcpalam, D. (2007). *Yeni Bir Finansman Aracı Olarak Barter (Takas) Sistemi ve Muhasebeleştirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Programı.
- Durukan, T., Kartal, C. ve Varlı, N. (2006). *Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri, Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması*.(1.Baskı), Ankara: Asil Yayınları
- Düzce, Ç.(2007). *Türkiye’de KOBİ’lerin Finansal Sorunları ve Alternatif Finansman İmkânları*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Teorisi Bilim Dalı.
- Ekinci, M. (2003). *Türkiye’de KOBİ’lerin Kurumsal Gelişimi ve Finansal Sorunları*, ASKON Araştırma Raporları:5, İstanbul 2003.
- Erdoğan, H(2010). *Global Mali Krizin KOBİ’lerin Finansal Yapıları Üzerine Etkileri: İzmir İli Tekstil Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

- Ertuğrul, N. (2011). *Dış Ticaretin Finansmanında Faktoring ve Türkiye Uygulamasının Analizi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Eryılmaz, C. (2004). *İşlenmiş Tarım Ürünleri Sektöründe Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Evsen, E. (2010). *Küçük Ve Orta Ölçekli Otel İşletmelerinin Finansman Sorunlarının Çözümünde Finansal Kiralama Alternatifinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
- Garzan, M. (2002). *Faktoring ve Türkiye'deki Uygulaması*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı.
- Gezici, Ç.(2013). *Krediler, Alternatif Finansman Teknikleri ve Devlet Yardımlarının, KOBİ'lerin Finansmanındaki Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
- Gökçe, M. U. (1997). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Factoringden Yararlanılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: G. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Gök, R. (2012). *Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'lerin) Finansman Sorunlarının Çözümünde Kredi Garanti Fonu Uygulaması: Diyarbakır İli Örneği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Görgülü, M. (2011). *Yiyecek İçecek Sektöründe Fast Food Uygulamaları Ve Franchising Sisteminin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

- Güçer, S.(2008). *Avrupa Topluluğu Ve Türk Hukukunda Franchising Sözleşmeleri Rekabet Hukuku İlişkisi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Avrupa Birliği ve Uluslararası Ekonomik İlişkiler (Hukuk) Anabilim Dalı
- Günay, B. (2013). *Türkiye’de Leasing Ve Leasing Şirketlerinin Etkinliklerinin Vza İle Ölçülmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Güneş, R. ve Uğur, A.(2007). *KOBİ’lerin İhracat Finansmanında Eximbank Kredileri: Malatya İlinde Bir Araştırma*. Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi,V. 12 (2), 21-40
- Güngör, N. (2011). *KOBİ’lerin Finansal Yapıları Ve Kullandıkları Alternatif Finansman Kaynakları: Erzurum Organize Sanayi Bölgesinde Bir Çalışma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Gürsoy, C. (2000). *Barter El Kitabı - Dünyada ve Türkiye’de Barter (Takas) Ticareti*, (3. Baskı), İstanbul: Kula Kitabevi.
- Hacıcaferoğlu, B. (2010). *Barter (Takas) Sistemi ve Sporda Kullanılabilirliği: Spor Kulüp Yöneticilerinin Görüşleri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı.
- İskender, B.(2009). *Türkiye’de KOBİ’lerin Finansman Sorunları Ve Alternatif Çözüm Önerileri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Teorisi Anabilim Dalı.
- İzmir İktisat Kongresi *Türk Mali Sektörü Raporu Mali Piyasalar Çalışma Grubu* 2004 s.18.
- Karacibioğlu, S. (2007). *KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri: Muğla Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Kardeş,D. (2010). *21. Yüzyılda KOBİ’ler ve KOBİ’lerine İşe Alım Süreçlerinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Kaya, A. (2007). *Alternatif Bir Finansman Yöntemi Olarak Finansal Kiralama Ve Malatya'daki KOBİ'ler Açısından Bir Değerlendirme*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Kazmacı, Ö. (2011). *Factoring Sözleşmesi*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı
- Kırca, Ç. (1996). *Franchise Sözleşmesi*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kocabıyık, T.ve Altunay, M. (2008) *KOBİ'lerine Temel Sorunları Ve Sağlanan Destekler*; Marmara Üniversitesi İİBF Fakültesi Dergisi, 25(2).
- Kocaman, A. (1994). *Franchising, Birlik Dergisi*, Yıl 4, Sayı 5.
- Kocaman, B. (1994). *Faktoring: Genel Alacak Devir ve Satım İşlemi*, Ankara: Türkiye Bankalar Birliği, s. 6.
- Koç, M. (2006). *Bir Girişimcilik Modeli Olarak Franchising*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
- Koçoğan, A. (2008). *Bir Finansman Tekniği Olarak Barter Sistemi Ve İslâm Hukukundaki Yeri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslâm Bilimleri Anabilim Dalı İslâm Hukuku Bilim Dalı.
- Kondak, N. (2004). *İşletmelerde Finansman Sorunu ve Çözüm Yolları Alternatif Finansman Teknikleri*, (1.Baskı), İstanbul: Der Yayınları.
- Konukman, A. (2010). *Barter Sistemi ve Küçük Ve Orta Boy İşletmelerde Uygulanabilirliği: Türkiye Örneği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı
- Korkmaz, Y. (2009). *Kahramanmaraş'ta Faaliyet Gösteren KOBİ Niteliğindeki İşletmelerin Finansman Sorunları*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- KOSGEB. (2003). *KOBİ Ekonomisi(Tarihi Gelişimi)*, KOSGEB Yayınları.

KOSGEB. (2014). *2014 Yılı İlk Altı Aylık Kurumsal Mali Durum Ve Beklentiler Raporu*, KOSGEB Yayınları.

Koyuncu, A.(2010). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Alternatif Finansman Kaynaklarının Oluşturulması ve Gaziantep İlinde Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi ,Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı

Koyuncuoğlu, H. (2013). *Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanunu'nun Taşınır Eşyaya İlişkin Teminat Hukuku ve İcra-İflas Hukuku Düzenlemeleri Karşısında İrdelenmesi*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kutlu, H.ve Demirci, N.(2007).*KOBİ'lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri. 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*, İstanbul Kültür Üniversitesi, 7-8 Aralık 2007.

Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük işletme Yönetimi*.(2.Baskı).Ankara: Seçkin Yayınevi

Küçükçolak R.A., (1998), *KOBİ'lerin Finansman Sorununun Sermaye Piyasası Yoluyla Çözümü*, İstanbul İMKB Yayını

Marşap, B. (1999). *Franchising İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi*, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi,Cilt:1,Sayı:3.

Moray, E. (2010). *Türkiye'deki KOBİ'lerin Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Sermaye ve Finansman Sorunu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2010, 165.

Mucuk, İ, (2004). *Pazarlama İlkeleri*,(3.Baskı),İstanbul, Türkmen Kitabevi.

Müftüoğlu, T. (1991). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler* (1.Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi

Müftüoğlu, T. (2002). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. (5.Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi

Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004)*Girişimcilik ve KOBİ'ler*.(1.Baskı).Ankara: Gazi Kitabevi

- Niyazi, B.(2002). *Finansal Yönetim*, (6.Baskı), İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Oktav, M. vd.(1990). *Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. (1.Baskı), Ankara, TOBB Yayınları.
- Özgen, D.(1998). *KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Dış Ticaret Dergisi, Yıl:3, Sayı:9.
- Önder, N. (2003). *Kredi Garanti Sistemi*, II. KOBİ Zirvesi 19-21 Aralık 2003 Bildiriler Kitabı, İstanbul: Ortam Reklam Danışmanlık Ltd. Şti.
- Öndeş, T. (2001). *Kredi Garanti Fonu, İşleyişi ve Erzurum'daki Kimi KOBİ'lerle Bu Konunun Bir Değerlendirmesi*, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı. 1-2, Cilt. 15, 179-188.
- Özbek, Z. (2008). *KOBİ'lerin Türk Ekonomisine Etkileri*. Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, Sayı 31: 49-57.
- Özgener, Ş. (2003). *Büyüme Sürecindeki KOBİ'lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayii Örneği*. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 20, 137-161.
- Parasız, İ. (2005) “*Para Banka ve Finansal Piyasalar*”, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Redhouse. (1994). *English-Turkish Dictionary*, (22. Baskı), İstanbul.
- Sabuncuoğlu, Z.ve T. TUNCER, (1991). *İşletme I-II*, (1.Baskı), Bursa: Rota Ofset Yayıncılık.
- Sakallı, B. (2011). *KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Halka Açılma, Halka Açılan KOBİ'lerin Finansal Göstergelerindeki Gelişmeler Üzerine İMKB'de Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para ve Finansal Kurumlar Anabilim Dalı İktisat Teorisi Bilim Dalı.
- Sarıllı, Ö. (2011). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları Ve Finansman Tercihlerini Etkileyen Etmenler: Afyonkarahisar İli Örneği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

- Savaşal, M. (2005). *Dış Ticaret Kredileri*, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği, Yayınlanmamış Ders Notu.
- Soydal, Haldun (2006). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 539-552.
- Söztutan, S. (2004). *Türkiye’de Barter İşletmeleri ve Muhasebesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sürmen, Y. ve Kaya, U. (2001). *Barter ve Muhasebe İşlemleri*. Vergi Dünyası, Sayı.239,s19.
- Şimşek, M. (2002) *Ekonominin Lokomotifi KOBİ’lerin Olmazsa Olmazları*. (1.Baskı). İstanbul:Alfa Yayınları
- Şimşek, M. (2004). *Parasız Ticaret Barter*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri, s.28.
- Şoğur, M. (1993). *İşletme Sistemi Olarak Franchising*, (1.Baskı), İstanbul:Der Yayınları.
- Tekşen, Ö. (2006). *Barter İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Vergilendirilmesinin Yeni Finansal Tekniklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi: Bir Araştırma*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme Bölümü
- Tıraş, O. (2011). *KOBİ’lerin Finansman Sorunları Ve Banka Kredilerinin KOBİ’lere Etkisinin İncelenmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Toroslul, V. (1999). *Leasing İşlemleri*. Vergi Sorunları Dergisi, Sayı: 128, s.116.
- Toroslul, V. (2010). *Barter İşlemleri ve Muhasebesi*, (1.Baskı), Ankara, Adalet Yayınevi.
- Tosun, D. (2007). *Bir İhracat Finansman Yöntemi Olarak Faktoring : Dünya ve Türkiye Uygulaması*. 1. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tuncel, K. (2000). *Risk Sermayesi ve Finansman Modeli*, (2.Baskı), Ankara: SPK Yayınları

- Türkan, Y. (2011). *KOBİ'lerin Finansman Sorunları, Bu Sorunların Çözümünde KOBİ Borsaları ve Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Türkmen, M. (2010). *Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde Üretim Stratejisi, Üretim Ve İşletme Performansı Üzerine Strateji Temelli Bir Analiz: Tekstil Ve Otomotiv Yan Sanayinde Karşılaştırmalı Bir Uygulama*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Türko, M. (2002). *Finansal Yönetim*. (2.Baskı), Erzurum: Alfa Yayınları
- Türköz, P. (2008). *KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Bankaların KOBİ'lere Yaklaşımı: Isparta Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ulaş, D. (1999). *Franchising Sistemi*, (1. Baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Uludağ, İ. ve Serin, V. (1995). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. (1.Baskı). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları
- Unusan, Ç. (1993). *Türkiye'de Franchising'in Gelişimi ve Ülkemiz Kalkınması İçin Önemi*, Pazarlama Dünyası Dergisi, Mart-Nisan ss. 3 -38.
- Uyan, Ö. (2013). *Alternatif Bir Ticaret Modeli Ve Finansman Aracı Olarak Barter Sistemi ve Türkiye'deki Barter Uygulamaları*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Uzun, F. (2010), *Barter Sistemi ve Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Uygulanabilirliği: Türkiye Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi S.B.E., Ankara
- Ülker, F. (2006). *Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de Küçük Ve Orta Boy İşletmeler*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı.
- Yalçın, İ. (2005). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yeniden Yapılanma Stratejileri*. (2.Baskı). İstanbul: Nobel Yayınevi

- Yalçın, Kürşat ve Diğerleri (2008). *Finansal Teknikler ve Türev Araçlar*, (1. Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi
- Yalçınkaya, H. (2006). *Sanayileşme Sürecinde Türkiye’de Küçük Ve Orta Boy İşletme KOBİ’lerin Yeri Ve Önemi*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı
- Yanıktaş, D.(2007). *Faktoring İstikrar İstiyor*. KOBİ Efor Ekonomi ve Sanayi Dergisi, Sayı: 92, 2007
- Yazıcı, M. (2010). *KOBİ Finansmanına Alternatif Destek: Hazine Garantili Kredi Garanti Fonu Kefaleti*. Maliye Finans Yazıları Dergisi, Sayı. 88, 79-96.
- Yılmaz, B. (2002). *Avrupa Birliği Sürecinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomideki Yeri ile Finansman Sorunları ve Denizli Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, C. (2006). *Alternatif Finansman Tekniği Olarak Leasing Ve Türkiye Uygulaması*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Yılmaz, Ö. (2010). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sisteminin Yeri ve Önemi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Yörük, N ve Ban, Ü.(2003). *KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama* .(1.Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi
- Yüce, G. (2007). *Türkiye’de İmalat Yapan KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri: Samsun İlinde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Zengin, B. (2010). *Küreselleşme Sürecinde KOBİ’lerin Durumu Ve KOBİ Destekleri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans Ve Bankacılık Ana Bilim Dalı.

www.barteractive.com.tr/pazarozellikleri.asp

www.baskent.edu.tr/~gurayk/finpazpazartesi9.doc

www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/sunum.pdf

www.fider.org.tr/pageStructure.aspx?intPageStructureNo=13&sintLanguageID=0
&bytCon

www.franchisedestek.com/konu-franchising-sisteminin-KOBİ'lere-katkisi-
6190.html

www.franchisedunyasi.com/index.php?option=comContent&task=view&id=25&Itemid=

www.garantileasing.com/egitimdokumanları,

www.garantileasing.com/tur/leasing.asp

www.halkbank.com.tr/channels/1.asp?id=234,

www.kgf.com.tr/2amac.htm

www.kosgeb.gov.tr/Ekler/dosyalar/bilgibankasi/27/leasing

www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/29/FORFAITING.doc

www.leasing.ru/en/benefit/leasinghistory

http://www.mesuttekin.com/2013/06/KOBİ'lerin-ekonomi-icindeki-yeri-ve.html

www.muhasibedersleri.com/dis-ticaret/factoring-2.html

www.muhasibedersleri.com/ekonomi/isletme-cesitleri.html

www.tcmb.gov.tr/sektor/2008/GECICIVERILERTABLolar%2020052007.pdf

www.tspakb.org.tr/docs/egitimnotlari/finansalyonetimleri.pdf

www.tspakb.org.tr/docs/egitimnotlari/finansalyonetimleri.pdf

www.turkcebilgi.com/forfaiting/ansiklopedi

www.ufrad.org.tr

www.usak.org.tr/analiz_det.php?id=17&cat=365365939

www.yunus.hacettepe.edu.tr/~mmk/baglantilar/franchasing.html#ozellik

EKLER

EK 1.

Sayın Yönetici,

Bu anket çalışması Gaziantep’ te faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki tekstil işletmelerinin finansman sorunlarının ve kaynaklarının tespit edilmesi amacıyla uygulanmaktadır. Elde edilecek sonuçlar konu ile ilgili bilimsel bir çalışmaya veri kaynağı oluşturacak, başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Araştırmanın gerçeği yansıtması bakımından soruları içtenlikle cevaplandırmanızı rica eder, değerli katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

1)İşletmenizin hukuki yapısı nedir?

- ☐ Şahıs şirketi ☐ Adi Şirket
☐ Anonim Şirket ☐ Komandit Şirket
☐ Limitet Şirket ☐ Diğer.....

2)İşletmenizin faaliyette bulunduğu süre ne kadardır?

- ☐ 1-3 yıl ☐ 11-25 yıl
☐ 4-10 yıl ☐ 26 yıl ve üstü

3)İşletmenizde çalışanların toplam sayısı kaçtır?

- ☐ 1-9 işçi ☐ 10-49 işçi ☐ 50-250 işçi ☐ 250 işçi
ve üzeri

4)Şirketinizin yöneticileri kimlerden oluşmaktadır?

- ☐ Aile bireyleri ☐ Profesyonel yöneticiler
☐ Ortaklar ☐ Diğer.....

5)İşletme sahibinin eğitim durumu nedir? (Birden fazla olması durumunda sayı olarak belirtiniz)

- ☐ İlkokul mezunu (.....) ☐ Lise mezunu (.....)
☐ Ortaokul mezunu (.....) ☐ Üniversite mezunu (.....)

6)Üretimde kapasite kullanım oranınız: %.....(2013yılı)

7)Kapasitenin tamamının kullanılamama sebeplerini önem derecesine göre sıralayınız?(5=çok önemli, 4=önemli, 3=ne önemli, ne önemsiz, 2=pek önemli değil 1=hiç önemli değil)

.....Talep yetersizliği Pazarlama problemleri

.....Hammadde yetersizliği Finansal sorunlar

.....İşgücü problemleri

8) İşletmenizin 2013 yılı cirosu (TL olarak) aşağıdaki gruplardan hangisi içinde bulunmaktadır.

() 0- 1 Milyon () 1 Milyon-3 Milyon () 3 Milyon-5 Milyon

() 5Milyon – 10 Milyon () 10 Milyon – 25 Milyon () 25 Milyon ve Üzeri

9) İşletmenizde Finansman departmanı bulunmakta mıdır ?

() Evet () Hayır

10) İşletmenizde kaynak ihtiyacı duyulduğunda, ağırlıklı olarak tercih edilen yabancı kaynak türü nedir ?

()Banka kredisi ()Özkaynaklardan

()Yabancı Ortaklardan () Diğer

11) İşletmeniz finansal sorun yaşıyor mu ?

() Evet () Hayır

12) İşletmeniz aşağıdaki finansal sorunlardan hangilerini yaşamaktadır?

() Sınırlı Kredi Olanakları ()Alacakların Tahsilâtında Gecikme

()Yetersiz Özkaynak ()Satışların Yetersizliğinden

() Finansal Yönetimde Yetersizlik

13) İşletmeniz kredi kullanıyor mu?

() Evet () Hayır

14) İşletmeniz kredi kullanıyorsa tercih edilen vade nedir?

☐ 0-12 ay ☐ 12-36 ay ☐ 36 ay ve Üzeri

15) İşletmenin finansman ihtiyacını ne kadarı kredi ile karşılanmaktadır ?

☐ %1-25 ☐ %25-50 ☐ %50-75 ☐ %75 ve üzeri

16) Kredi kullanmada yaşadığınız zorluklar nelerdir?

☐ Faiz oranları yüksekliği ☐ Teminat eksikliği
☐ Bilgi eksikliği ☐ Olumsuz ticari geçmiş
☐ Herhangi bir zorlukla karşılaşmıyorum

17) İşletmeniz daha önce aşağıdaki finansman Araçlarından hangisi yada hangilerini kullanmıştır?

☐ Faktoring ☐ Risk Sermayesi ☐ Barter ☐ Leasing
☐ Forfaiting ☐ Kredi Garanti Fonu ☐ Franchising ☐ Hiçbiri

18) İşletmenizde kullanılan finansman araçlarının dışındaki alternatif kaynaklar hakkında daha önce araştırma yaptınız mı ?

☐ Evet ☐ Hayır

19) Alternatif finansman araçları hakkında daha önce herhangi bir kuruluş yada kurum size bilgi ve destek sağladığı veya yardım teklifinde bulundu mu?

☐ Evet ☐ Hayır

20) İşletmenizin genelde karşılaştığı sorunları önem derecesine göre sıralayınız? (5=çok önemli, 4=önemli, 3=ne önemli, ne önemsiz, 2=pek önemli değil 1=hiç önemli değil)

☐ Üretim ☐ Bürokrasi ☐ Pazarlama ☐ Finansman sorunu
☐ Ar-Ge

21) KOBİ'leri destekleyen kuruluşları biliyorsunuz?

☐ Biliyorum (Lütfen Belirtiniz).....

☐ Bilmiyorum

22) KOBİ kredilerinden yararlandınız mı? Yararlandığınız kredileri belirtiniz

()Evet (lütfen belirtiniz).....

()Hayır

23) İşletmedeki pozisyonunuz:

()İşletme sahibi

()Yönetici

()Diğer.....

Lütfen ankette belirtilmeyen, özellikle önemli gördüğünüz sorunlar ve çözüm önerilerinizi belirtiniz.....

Değerli vaktinizi ayırarak anketimizi cevapladığınız için teşekkür eder iş yaőamınızda baőarılar dileriz.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Erdem GÖÇEN
Doğum Yeri ve Tarihi : Darende/Malatya/14.1.1984

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : Sakarya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü.

Yüksek Lisans Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Çalıştığı Kurum : Türk Silahlı Kuvvetleri/ Jandarma Genel Komutanlığı

İLETİŞİM

E-posta Adresi : erdemceko@yahoo.com

Telefon :553 610 35 45

Tarih : 17.02.2015