



T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**İHRACAT TEŞVİKLERİ VE
KOBİ'LERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR**

Hazırlayan
Mehmet BOZKURT

İktisat Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AKAR

KARAMAN – 2021



T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**İHRACAT TEŞVİKLERİ VE
KOBİ'LERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR**

Hazırlayan
Mehmet BOZKURT

İktisat Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AKAR

KARAMAN – 2021



ENSTİTÜ TEZ ONAY FORMU

Doküman No	FR-285
İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
Revizyon Tarihi	27.10.2020
Revizyon No	01
Sayfa No	1/1

İHRACAT TEŞVİKLERİ VE KOBİ'LERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 23.09.2021

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 10.09.2021 tarih ve 36/844 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.



Hazırlayan

Kalite Sistem Onayı

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitim sürecim boyunca yardımını ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, gerek akademik gerekse kişisel karşılaştığım her problem karşısında hızlı çözüm önerileri sunan, öğrencisi olmaktan gurur duyduğum danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AKAR'a; tezin hazırlanması sırasında sağlamış olduğu katkı ve desteklerden dolayı Dr. Öğr. Üyesi İlhami TUNCER ve Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN'a teşekkür ederim. Ayrıca lisans eğitimimden buyana görüşlerine her zaman önem verdiğim, üzerimdeki emekleri büyük değerli hocalarım Prof. Dr. Mehmet ALAGÖZ ve Doç. Dr. Sinem YAPAR SAÇIK'a saygılarımı sunarım.

Hayatımın her anında olduğu gibi akademik kariyer yolunda da beni destekleyen ve bugünlere gelmemde büyük emekler harcayan annem Ayşe BOZKURT'a ve babam Recep BOZKURT'a minnetlerimi sunarım. Son olarak yüksek lisans eğitimimin her anında birlikte olduğumuz değerli dostum Engin KOÇKA'ya teşekkürü bir borç bilirim.

ÖZET

İHRACAT TEŞVİKLERİ VE KOBİ'LERİN KARŞILAŞTIKLARI

SORUNLAR

Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ), esnek üretim yapıları sayesinde ekonomik dalgalanmalara karşı kolay adapte olabilmeleri, büyük işletmelere kıyasla daha düşük yatırım ile daha fazla istihdam olanağı yaratmaları, ürün çeşitliliği sağlamaları ve bölgesel kalkınmaya olan katkıları nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülke ekonomileri için oldukça önemli bir yere sahiptir. Yaşanan Petrol Krizi sonrası önemi her geçen gün artan ve ekonomilerin vazgeçilmez bir unsuru haline gelen KOBİ'lerin, gerek işletme fonksiyonlarından gerekse dış faktörlerden kaynaklı birtakım sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır.

Bu çalışma kapsamında uluslararası pazarlara açılabilme adına ihracat faaliyetinde bulunan KOBİ'lerin karşı karşıya kaldıkları sorunların belirlenmesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin sunulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri'ne üye 83 işletmeye yönelik anket uygulanmıştır. Uygulamada elde edilen verilere yönelik SmartPLS paket programı aracılığıyla Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) analizleri gerçekleştirilmiştir. Bulgulara göre uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile ulusal dış çevre faktörlerinden ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, KOBİ'lerin İhracat Sorunları, İhracat Teşvikleri

ABSTRACT

EXPORT INCENTIVES AND THE PROBLEMS FACED BY SMEs

Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) occupy a crucial place in all economies of developed and developing countries thanks to their contributes to regional development and the ability to provide product diversity, to create more employment opportunities with less investment compared to large enterprises, and to easily adapt to economic fluctuations with a flexible production structure. After the Oil Crisis, SMEs whose importance is increasing day by day and have become an indispensable element of the economies, are encountering some problems due to both their business functions and external factors.

The aim of this paper is to determine the problems faced by SMEs engaged in export activities in order to expand to international markets and to offer solutions for these problems. Accordingly, a survey was applied to 83 companies that are members of the Mediterranean and Aegean Exporters' Associations. Structural Equation Model (SEM) analyzes were carried out using the SmartPLS package program for the data obtained from the surveys. According to the findings, it has been determined that there is a positive relationship between export problems arising from national and international external environment factors and problems arising from business functions.

Keywords: Export, Export Problems of SMEs, Export Incentives

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER

1.1 KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETME (KOBİ) TANIMI	3
1.1.1 KOBİ'lerin Tanımında Kullanılan Kriterler	4
1.1.2 Türkiye'de KOBİ Tanımı	5
1.1.3 Diğer Ülkelerde ve Uluslararası Örgütlerde KOBİ Tanımı	7
1.1.3.1 Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı	8
1.1.3.2 Amerika Birleşik Devletleri'nde KOBİ Tanımı	10
1.1.3.3 Asya Ülkelerinde KOBİ Tanımı	10
1.2 KOBİ'LERİN TARİHSEL GELİŞİMİ	12
1.3 KOBİ'LERİN ORTAK ÖZELLİKLERİ	17
1.4 KOBİ'LERİN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ	18
1.4.1 KOBİ'lerin Güçlü Yönleri	19
1.4.2 KOBİ'lerin Zayıf Yönleri	21
1.5 KOBİ'LERİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ	24

1.5.1 KOBİ'lerin Dünya Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	25
1.5.2 KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	28
1.6 KOBİ'LERİN KARŞILAŞTIKLARI TEMEL SORUNLAR	37
1.6.1 Yönetim ve Örgütlenme Sorunu	38
1.6.2 Tedarik Sorunu.....	39
1.6.3 Üretim Yönetimi Sorunu.....	40
1.6.4 İnsan Kaynakları Yönetimi Sorunu.....	41
1.6.5 Pazarlama Sorunu.....	42
1.6.6 Finansman Sorunu.....	43
1.6.7 İhracat Sorunu	46

İKİNCİ BÖLÜM

İHRACAT KAVRAMI VE İHRACAT TEŞVİKLERİ

2.1 İHRACAT TANIMI VE ÖNEMİ.....	47
2.2 İHRACAT TÜRLERİ	48
2.2.1 İhracat Yönetmeliği'ne Göre İhracat Şekilleri	48
2.2.2 Dolaylı İhracat.....	53
2.2.3 Doğrudan İhracat.....	56
2.3 KOBİ'LERİ İHRACATA YÖNELME NEDENLERİ.....	58
2.4 KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI GENEL SORUNLAR	60
2.4.1 İşletme Düzeyinde Karşılaşılan Problemler.....	61
2.4.2 İşletme Dışı Faktörlerden Kaynaklanan Problemler	61
2.5 DEVLET İHRACAT TEŞVİKLERİ.....	62
2.5.1 Pazar Araştırması Desteği	63
2.5.2 Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) Desteği	64

2.5.3 Uluslararası Fuar ve Sergilere Katılım Desteği	66
2.5.4 Sektörel Nitelikteki Uluslararası Yurt İçi Fuarlarına Yönelik Destek	67
2.5.5 İstihdam Desteği.....	69
2.5.6 Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi	69
2.5.7 Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi.....	70
2.5.8 Tasarım Desteği	73
2.5.9 Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Desteği.....	74
2.5.10 Vergi, Resim, Harç Muafiyet İstisnası	74
2.5.11 KDV İstisnası	76
2.5.12 Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi.....	77
2.6 TÜRK EXİMBANK	82
2.6.1 Kısa Vadeli İhracat Kredileri	85
2.6.2 Özellikli Krediler	87
2.6.3 Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler	91
2.7 DAHİLDE İŞLEME REJİMİ (DİR).....	94
2.8 HARİÇTE İŞLEME REJİMİ (HİR)	96

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞMIŞ OLDUKLARI SORUNLARIN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	98
3.2 LİTERATÜR TARAMASI.....	99
3.3 ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	109
3.4 ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ.....	109

3.5 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI	111
3.6 ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ	112
3.7 VERİLERİN ANALİZ EDİLMESİ	113
3.8 ARAŞTIRMADA KULLANILAN DEĞİŞKENLER	115
3.9 ARAŞTIRMANIN BULGULARI	116
3.9.1 İşletmelerin Yapısal Özellikleri ve Frekans Dağılımları	116
3.9.2 Tanımlayıcı İstatistikler	118
3.9.3 Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi.....	123
3.9.4 Yapısal Eşitlik Modeli Yol Analizi.....	129
SONUÇ	135
KAYNAKÇA.....	140
EK 1: ANKET FORMU.....	161

KISALTMALAR LİSTESİ

AB:	Avrupa Birliği
BSMV:	Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi
CB-SEM:	Kovaryans Tabanlı Yapısal Eşitlik Modeli
DFİF:	Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu
DİR:	Dahilde İşleme Rejimi
DTM:	Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTSS:	Dış Ticaret Sermaye Şirketleri
FMKD:	Faktör Maliyeti ile Katma Değer
GATT:	Gümrük Tarifeleri ve Genel Anlaşması
GB:	Gümrük Birliği
GSYİH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
HİR:	Hariçte İşleme Rejimi
ICIEC:	İslam Yatırım Sigortası ve İhracat Kredisi Şirketi
ISL:	İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklı İhracat Sorunlarının
KDV:	Katma Değer Vergisi
KOSGEB:	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÜSGEM:	Küçük Sanayi Geliştirme Merkezi
KÜSGET:	Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı
MİGA:	Çok Taraflı Yatırım Garanti Ajansı

PLS-SEM:	Kısmi En Küçük Kareler Tabanlı Yapısal Eşitlik Modeli
SDTŞ:	Sektörel Dış Ticaret Şirketleri
SÖİK:	Sevk Öncesi İhracat Kredisi
TİM:	Türkiye İhracatçılar Meclisi
TOBB:	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TTGV:	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TTK:	Türkiye Ticaret Kanunu
TÜBİTAK:	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
ULS:	Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı İhracat Sorunları
ULSLR:	Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı İhracat Sorunları
UNIDO:	Birleşmiş Milletler Sınai Geliştirme Örgütü
VRHİB:	Vergi, Resim, Harç, İstisnası Belgesi
WTO:	Dünya Ticaret Örgütü
YEM:	Yapısal Eşitlik Modeli

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Avrupa Birliği'nde KOBİ Sınıflandırması.....	9
Tablo 2: Amerika Birleşik Devletleri'nde KOBİ Sınıflandırması.....	10
Tablo 3: Japonya'da KOBİ Sınıflandırması	11
Tablo 4: KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yeri (%)	26
Tablo 5: KOBİ'lerin Seçilmiş Ekonomilerde Olan Katkısı (%)	27
Tablo 6: Yıllara Göre Girişim Sayıları.....	29
Tablo 7: İşletmelerin Büyüklük Grubuna Göre Dış Ticaret Payları (%).....	33
Tablo 8: KOBİ'lerde Ar-Ge Faaliyetlerinin Yıllara Göre Değişimi (%)	35
Tablo 9: Turquality Destekleri	79
Tablo 10: Marka Destekleri.....	80
Tablo 11: Türk Eximbank Kredi Faaliyetleri	84
Tablo 12: PLS-SEM ve CB-SEM Modellerinin Farklarının Karşılaştırılması.....	114
Tablo 13: Katılımcıların ve İşletmelerin Yapısal Özelliklerine Ait Frekans Dağılımları .	116
Tablo 14: Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Dağılımları.....	118
Tablo 15: Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Dağılımları.....	120
Tablo 16: İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracat Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Dağılımları.....	121
Tablo 17: Düzeltilmiş Ölçüm Modeli Güvenilirlik ve Geçerlilik Analiz Sonuçları	126
Tablo 18: Fornell ve Larcker Kriteri Değerleri Tablosu	127
Tablo 19: Çapraz Yük Değerleri	128
Tablo 20: HTMT Değerleri	129
Tablo 21: İç Model Doğrusallık Değerleri Tablosu (VIF)	131

Tablo 22: Yol Katsayıları Tablosu	131
Tablo 23: Yeniden Örnekleme Yöntemi ve Yapısal Eşitlik Modeli Analiz Sonuçları	132
Tablo 24: Modelin Tahmin Doğruluğu Katsayıları (R^2)	133
Tablo 25: Etki Büyüklüğü (F^2)	133
Tablo 26: Tahmin Gücü Analizi (Q^2)	134



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: KOBİ'lerin Sektörel Dağılımı.....	30
Şekil 2: Türkiye'deki KOBİ'lerin Bazı Temel Göstergeler İçerisindeki Payı.....	31
Şekil 3: İhracatın Sektörel Dağılımı	34
Şekil 4: Kredi Türlerinin Yıllar İçerisindeki Değişimi.....	36
Şekil 5: Araştırma Modeli	112
Şekil 6: Yeni Ölçüm Modeli.....	125
Şekil 7: Yeniden Örnekleme ve Yol Analizi Sonuçları.....	130

GİRİŞ

20. yüzyılda küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte ülkeler kapalı ekonomi modelini terk ederek açık ekonomi politikalarına geçiş yapmaya başlamışlardır. Ülkelerin açık ekonomi modelini benimsemeleri ülkeler arası sınırların ortadan kalkmasını sağlayarak işletmelerin uluslararası pazar alanlarının da genişlemesine neden olmuştur. Firmaların pazar alanlarının genişlemesi sonucu uluslararası pazar hareketliliği giderek hız kazanmış ve uluslararası rekabetin artmasına yol açmıştır.

Küreselleşen dünyada yoğun rekabet ortamında var olabilmek, uluslararası pazardan pay alabilmek ve pazar avantajlarından yararlanabilmek için Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ) oldukça önemlidir. KOBİ'ler esnek üretim yapıları sayesinde müşteri tercih ve beğenilerine kolaylıkla uyum göstermesi, bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması ve daha düşük yatırım maliyeti ile istihdam yaratabilmesi açısından ön plana çıkmaktadır. Ülke ekonomileri için önemli katkılar sağlayan KOBİ'lerin ihracata da önem vermeleri gerekmektedir. İmalat sektörü içerisinde büyük bir paya sahip olan KOBİ'lerin, ihracatta beklenen etkiyi gösteremedikleri gözlemlenmektedir. KOBİ'lerin ihracata olan bu düşük etkisinin nedenin KOBİ'lerin ihracat sürecinde gerek firma içi gerekse firma dışı karşılaşmış oldukları birtakım sorunlara dayandırılmaktadır.

Dünya ekonomisinin ve sosyal hayatın önemli bir parçası haline gelen KOBİ'ler, 1970'li yıllarda yaşanan petrol krizi sonrası kitlesel üretimin yerini esnek üretim modeline devretmesi sonucu büyük ölçekli işletmelerin ve çok uluslu şirketlerin küçülmesiyle birlikte önem kazanmaya başlamıştır. Ülke makro ekonomi politikalarının temelini oluşturan KOBİ'ler, ihracatı teşvik etmek, ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunları gidermek ve ihracat değerini arttırmak amacıyla çeşitli teşvik politikalarıyla birlikte birçok ülke

tarafından desteklenmektedir. Bu çalışma kapsamında Türkiye’de ihracata yönelik uygulanan devlet desteklerine değinilerek KOBİ’lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda Akdeniz ve Ege İhracatçı Birliklerine kayıtlı olarak faaliyet gösteren KOBİ’lere yönelik anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Araştırma toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde KOBİ kavramının ayrıntılı olarak incelemesi yapılmıştır. Bu kapsamda Türkiye’de ve dünyada KOBİ’nin tanım farklılıklarına değinilmiş akabinde KOBİ’lerin ekonomideki yeri ve öneminden bahsedilerek güçlü ve zayıf yönleri anlatılmıştır. İkinci bölümde ihracat kavramı, ihracat çeşitleri, KOBİ’lerin ihracata yönelme nedenleri ve ihracatta karşı karşıya kaldıkları sorunlara değinilmiştir. Bununla birlikte Türkiye’de ihracatta uygulanan devlet desteklerine ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve kısıtlamalarından bahsedilerek konuyla ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalardan bahsedilmiştir. Son olarak KOBİ’lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların belirlenmesi amacıyla Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri’nde uygulanan anket çalışmalarına yönelik tanımlayıcı istatistik ve yapısal eşitlik modeli analiz sonuçlarının değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir. Sonuç kısmında ise araştırmanın sonuçları genel olarak özetlenirken ihracatta karşılaşılan sorunlara yönelik çözüm önerileri sunulmuş çalışmada tamamlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER

1.1 KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETME (KOBİ) TANIMI

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin kısaltması olarak kullanılan KOBİ kavramı genel çerçevede düşük sermaye ve emek yoğun şekilde faaliyet gösteren, hızlı karar alabilme yeteneği sayesinde düşük maliyetli yönetim giderleri ile ekonomik bir üretim sağlayan iktisadi teşebbüsler olarak nitelendirilmektedir (Uludağ ve Serin, 1991: 14).

Günümüzde gelişen dünya koşullarıyla birlikte KOBİ'ler ekonomik faaliyetlerin sürdürülebilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ülke ekonomileri açısından bir lokomotif görevi gören KOBİ'ler, aynı zamanda iktisadi sorunlar karşısında adeta çözüm reçetesi olarak görülmektedir (Büyük, 2012: 108). KOBİ'ler katma değer ve istihdam yaratma etkilerinin yanında kalkınmaya olan katkıları sayesinde gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülke ekonomisi için oldukça önemli bir konumdadır. Gelişmekte olan ülkelerde üretim, satış ve yaratılan katma değerlerin %90'dan fazlası KOBİ'ler tarafından sağlanmaktadır (Çakıcı ve Özer, 2007: 88).

Tüm dünyada yer almasına ve ekonomilerin önemli bir parçası olmasına rağmen KOBİ'ler için genel kabul gören bir tanım bulunmamaktadır. Çeşitli ülkelerde ve kurumlarda KOBİ'ler farklı şekilde ifade edilebilmektedir. KOBİ'ler için yapılan bu tanımlamalar ülkelerin ekonomik durum ve şartlarına göre değişiklik göstermektedir (Çağlak, 2009: 336). KOBİ'lerin tanımlanmasında hangi kriterlerin kullanıldığı oldukça

önemlidir. Bu kriterler ülkeler ve kurumlar arası farklılık gösterse de nitel ve nicel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

1.1.1 KOBİ'lerin Tanımında Kullanılan Kriterler

KOBİ'lerin tanımlanabilmesi için farklı ölçütler kullanılmaktadır. Her kurum ve kuruluş tarafından kendileri için önemli gördükleri kriterler çerçevesinde KOBİ tanımı yapılmaktadır. Tanımlamalarda etkili olan bu kriterler nitel ve nicel olarak iki alt grupta ayrılmaktadır.

Nicel Kriterler: KOBİ'leri ilgilendiren ve nicel olarak belirtilebilen sayısal değerleri temel almaktadır. Keskin net sınırlar ile belirlenebilmesi ve değerlendirilebilmesi nedeniyle KOBİ tanımlarında daha fazla ön planda tutulmaktadır. Devletin teşvik politikaları uygulamasında idari zorunluluk olarak ortaya çıkan nicel kriterler devlet politikaları uygulanırken tarafsız ve objektif bir biçimde uygulanabilmesi için oldukça önemlidir (Büyük, 2012: 110).

Literatürde birden fazla nicel kriter bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralayabilmek mümkündür (Küçük, 2017: 183–185):

- İşçi sayısı,
- Fiziki yatırım miktarı,
- İşletme kapasitesi,
- Sabit varlıkların ve makine parkının değeri,
- Satış hasılatı ve katma değer.

Nitel Kriterler: Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımı yapılırken sayısal ölçütlerin yanında nitel kriterlerden de yararlanılmaktadır. Bu kriterlerden bazıları şu şekildedir (Şimşek, 2002: 4–5):

- Girişimcilik nitelikleri (sorumluluk alma, risk, yaratıcılık, yöneticilik vb.)
- Girişimcinin işletmeyle özdeşleşmesi,
- Aile bireylerinin işletmede çalışması,
- İşletmenin satın alma ve satış işlemlerindeki pazarlık gücü,
- Çalışan ilişkilerinin kişisel ve dolaysız nitelik taşıması,
- Sınırlı sermaye ve finansal yetersizlik,
- İş bölümü ve uzmanlaşmanın düşük olması,
- Pazar payının düşük olması

1.1.2 Türkiye’de KOBİ Tanımı

KOBİ’lerin tanımı ve büyüklük kriterleri literatürde uzlaşmaya varılamamış bir konudur. KOBİ sınıflandırması yapılırken kullanılacak olan ölçütlerin belirlenmesinde ve bu ölçütlerin miktarları konusunda görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımı konusunda yaşanan bu karmaşıklık nedeniyle sağlıklı bir envanter çalışmasının yapılmasını da engellemektedir (İskender ve Ar, 2005).

KOBİ’lere yönelik uygulama ve stratejilerin daha sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi amacıyla ulusal çerçevede bir tanım kullanılması zorunlu hale gelmiştir.

Kurumlar arası tanımlamalardaki tutarsızlık, işletmelerin farklı kuruluşlardan yapacakları hizmet talepleri karşısında farklı uygulamalarla karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır. Yaşanan bu tanım karmaşıklığı uygulama ve politikaların etkinliğine engel oluşturmakta ve istatistiksel olarak farklı sonuçlar ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye'de yaşanan tanım karmaşasının giderilmesine yönelik Avrupa Birliği (AB) kriterlerinde uyum sağlamak ve tüm sektörlerin ortak olarak kullanabileceği bir tanım yapılabilmesi amacıyla, 1 Ocak 2005 tarihinde AB ülkelerinde yürürlüğe giren KOBİ tanımlamasına paralel olarak kanun taslağı hazırlanmaya başlanmıştır. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı öncülüğünde yürütülen çalışmalar için 16 Nisan 2005 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “5331 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanuna Bir Ek Madde Eklenmesine İlişkin Kanun” çerçevesinde tanımın yapılabilmesine yönelik hukuki zemin oluşturulmuştur. Bu kanuna dayanılarak yürütülen “KOBİ Tanımı” uyum çalışmaları ile çeşitli meslek odası ve kuruluşlarının da görüşleri alınarak 15 Kasım 2005 tarih 25997 sayılı Resmî Gazete yayımlanan 2005/9617 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı eki ile “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik” yayımlanmış ve 18 Mayıs 2006 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik çerçevesinde “yasal boyutu fark etmeksizin bir veya birden daha fazla sayıdaki gerçek/tüzel kişiye ait olan ve ekonomik faaliyette bulunan birimler” işletme olarak kabul edilmiştir. Aynı zamanda yayımlanan bu yönetmelikle birlikte mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler içinde ayrı ayrı tanımlar yapılarak her biri için yasal sınırlar belirlenmiştir.

Türkiye yaşanan ekonomik gelişmelerle birlikte son olarak 24 Haziran 2018 tarihinde 2018/11828 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Resmî Gazete’de yayımlanarak

yürürlüğe giren “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” ile KOBİ’nin tanımı güncellenerek günümüz koşullarına uygun hale getirilmiştir. Bu yönetmelik değişikliği sonucunda yıllık 250 kişiye kadar personele istihdam sağlayan ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 125 milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler KOBİ olarak tanımlanmıştır. Yönetmelikte yapılan değişikliğe paralel olarak KOBİ’lerin sınıflandırılması şu şekilde gerçekleşmiştir (Mecek, 2020: 48):

Mikro İşletmeler: Yıllık personel sayısı 10 kişiden az ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 3 milyon Türk Lirasını aşmayan ekonomik işletmeler.

Küçük İşletmeler: Yıllık personel sayısı 50 kişiden az ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 25 milyon Türk Lirasını aşmayan ekonomik işletmeler.

Orta Büyüklükteki İşletmeler: Yıllık 250 kişiden daha az personel istihdamı sağlayan ve yıllık net satış hasılatı veya mali tablosu 125 milyon Türk Lirasını aşmayan ekonomik işletmeler şeklindedir.

Yapılan bu hukuki düzenleme sayesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelere yönelik uygulanacak politikalarda tüm kurum ve kuruluşların ortak bir tanımı esas almaları sağlanmıştır. Ayrıca AB tanımlamalarına uyumlu şekilde gerçekleştirilen yönetmelik sonucu olarak tanımlamalar arasındaki fark büyük ölçüde giderilmiştir.

1.1.3 Diğer Ülkelerde ve Uluslararası Örgütlerde KOBİ Tanımı

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımları ülkeler ve bölgeler arası farklılık göstermektedir. Her ülke kendi ekonomik koşullarına uygun olacak şekilde KOBİ sınıflandırması yapmaktadır. Bu duruma benzer şekilde uluslararası örgütlerce kullanılan

çeşitli KOBİ tanımlamaları da bulunmaktadır. Bu nedenle aşağıda bazı ülke ve uluslararası örgütlerdeki KOBİ tanımlamaları ayrı başlıklar altında özet olarak incelenmiştir.

1.1.3.1 Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler Avrupa ekonomisinin temelini oluşturmaktadır. Avrupa Birliği'nde sosyal ve ekonomik etkileri nedeniyle KOBİ'ler oldukça büyük öneme sahiptir (Ersöz, 2010: 2). Avrupa Birliği ülkelerindeki işletmelerin %99,8'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'lerin Avrupa Birliği ülkeleri içerisinde gerek yaratmış olduğu istihdam gerekse ülke ekonomilerinin büyümesinde yapmış olduğu büyük etkiler nedeniyle ülkeler tarafından etkin bir şekilde desteklenmektedir. Bu yüzden Avrupa Birliği tarafından sağlanan destek uygulamalarının etkinliği için ortak bir tanımlama yapılması oldukça önemlidir (Doğan, 2010: 77-78).

Avrupa Birliği tarafından ilk kez 1996 yılında işletmeler arasındaki karışıklığı önlemek amacıyla tüm üye ülkelerde geçerli ortak bir KOBİ tanımlaması yapılmıştır (Yılmaz ve Alpkan, 2004: 119). Daha sonra bu tanım birlik içerisindeki ekonomik koşullardaki değişiklik ve deneyimler sonucunda 2003 yılında tekrardan düzenlenerek 01 Ocak 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir (Toptaş ve Muzaffar, 2019: 25). Avrupa Birliği tarafından yapılan KOBİ tanımı personel sayısı, yıllık ciro, envanter büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan kriterlerden oluşmaktadır.

Avrupa Birliği'ne göre 250 kişiden az çalışanı bulunan, yıllık en fazla 50 milyon Euro ciroya sahip ve yıllık mali bilançosu 43 milyon Euro'yu geçmeyen firmalar KOBİ olarak tanımlanmaktadır. KOBİ'lerin sınıflandırılmasında kullanılan ölçütlerden bir diğeri ise bağımsızlık düzeyidir. Bağımsızlık düzeyi, işletmelerin tam bağımsız veya hisse

senetlerinin %25'ten fazlasının başka bir büyük işletme tarafından yüklenilmemiş olması şartı aranmaktadır (Şahin, 2011: 186).

Avrupa Birliği tarafından alınan kararlar göre küçük ve orta büyüklükteki işletmeler şu şekilde sınıflandırılmıştır (European Commission, 2003: 39):

Mikro İşletme: Yıllık personel sayısı 10 kişiyi geçmeyen, yıllık satış kazancı veya mali bilançosu 2 milyon Euro'dan az olan işletmelerdir.

Küçük İşletme: Yıllık personel sayısı 50 kişiyi geçmeyen, yıllık satış kazancı veya mali bilançosu 10 milyon Euro'dan az olan işletmelerdir.

Orta Ölçekli İşletme: Yıllık personel sayısı 250 kişiyi geçmeyen, yıllık satış kazancı veya mali bilançosu 43 milyon Euro'dan az olan işletmelerdir.

Tablo 1: Avrupa Birliği'nde KOBİ Sınıflandırması

Tanım Kriteri	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme
Yıllık Çalışan Sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık Satış Hacmi	≤ 2 milyon Euro	≤ 10 milyon Euro	≤ 50 milyon Euro
Yıllık Mali Bilanço	≤ 2 milyon Euro	≤ 10 milyon Euro	≤ 43 milyon Euro

Kaynak: (European Commission, 2003: 39)

Avrupa Birliği tarafından oluşturulan bu sınıflandırmalara paralel olarak Türkiye'de de aynı kriterler dikkate alınarak yeni yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu düzenlemeler doğrultusunda Türkiye'deki işletmelerinin neredeyse tamamına yakını KOBİ kapsamına girmiş ve Avrupa Birliği tarafından sağlanan uygulamalardan yararlanabilme olanağı arttırılmıştır.

1.1.3.2 Amerika Birleşik Devletleri'nde KOBİ Tanımı

Amerika Birleşik Devletleri'nde küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için resmi bir tanımlama bulunmamaktadır. ABD'deki işletmelerin tanımlanması için nicel kriter olarak personel sayısı ve satış hacmi kullanılmaktadır. ABD'de işletmeler ile ilgili kriterler işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre değişkenlik göstermektedir.

Tablo 2: Amerika Birleşik Devletleri'nde KOBİ Sınıflandırması

Ölçek	Çalışan Kişi Sayısı
Küçük İşletme	1 ile 499 arası
Orta İşletme	500 ile 1499 arası
Büyük İşletme	1500 kişiden fazla

Kaynak: (Akgemci, 2001: 11)

Küçük işletmeler ile ilgili her türlü bilgi ve finansal destek konusunda ulusal bir örgüt olan SBA (Small Business Administration) Büyüklük Standartları Bürosu tarafından yapılan tanımlamalarda, küçük işletme ölçütü olarak; imalat sanayisinde istihdam edilen personel sayısı (500-1500 kişi arasında istihdam sağlayan işletmeler), toptan satış yapan işletmelerde istihdam edilen personel sayısı ve yıllık satış hacmi (500 kişiye kadar personel sayısı ve 25 milyon dolar yıllık satış geliri), perakende ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için yıllık satış hacmi (3 ile 13 milyon dolar arası satış geliri) dikkate alınmaktadır (Akgemci, 2001: 11).

1.1.3.3 Asya Ülkelerinde KOBİ Tanımı

Asya ülkelerinde faaliyet gösteren işletmelerin %90'nını KOBİ'ler oluşturmaktadır. Ülke ekonomisine olan katkıları azımsanmayacak derecede olan KOBİ'lerin toplam istihdama olan katkısı %32-%48 arasında gerçekleşirken, oluşan GSYİH'nin %60 ile 80'ni KOBİ'ler tarafından üretilmektedir. Asya Bölgesi'nde yer alan

“Asya Kaplanları” olarak nitelendirilen Tayvan, Singapur, Hong Kong ve Güney Kore gibi ülkelerin büyüme ve uluslararası rekabet edilebilirlik imkanını KOBİ’ler sayesinde elde ettiği bilinmektedir (Atik, 2003: 29–33).

Japonya: Japonya’da KOBİ tanımlaması yapılırken nicel kriter olarak personel sayısı ve sermaye büyüklüğü kullanılmıştır. Japonya’da KOBİ tanımlarında sektörlere göre bir ayırım söz konusudur. İmalat endüstrisinde faaliyette bulunan ve 5 kişiden az personele istihdam sağlayan işletmeler mikro, 5-19 arasında kişiye istihdam sağlayan işletmeler çok küçük, 20-299 arasında kişiye istihdam sağlayan işletmeler küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak kabul edilmektedir (Akgemci, 2001: 11). Japon KOBİ Ajansı’nın sektörlere göre KOBİ tanımına ilişkin işçi sayısı ve işletme sermayesi miktarına ilişkin bilgiler tablo 3’te ayrıca verilmiştir.

Tablo 3: Japonya’da KOBİ Sınıflandırması

Sektör	İşçi Sayısı	Yatırım Tutarı veya İşletme Sermayesi Miktarı
İmalat	300 kişiye kadar	300 milyon Yen’e kadar
Toptan Ticaret	100 kişiye kadar	100 milyon Yen’e kadar
Hizmet	100 kişiye kadar	50 milyon Yen’e kadar
Perakende Ticaret (market vb.)	50 kişiye kadar	50 milyon Yen’e kadar

Kaynak: (Japonya KOBİ Ajansı, 2021)

Malezya: Malezya’da KOBİ’lerin sınıflandırılmasında kullanılan kriter yıllık çalışan işçi sayısıdır. Yıllık 1 ile 49 kişi arasında personel istihdam eden işletmeler küçük, 50 ile 199 kişi arasında personel istihdam eden işletmeler orta, 200’den fazla personel istihdam eden işletmeler büyük işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Soydal, 2006: 541).

Hindistan: Hindistan tarafından yapılan KOBİ tanımlamasında işletmeler için sermaye miktarı ve işletme yapısına göre sınıflandırma yapılmaktadır. Arazi ve sabit

yatırımlara yapılan yatırım miktarı 300 bin doları aşmayan işletmeler KOBİ, 16 bin doları aşmayan işletmeler ise çok küçük işletmeler olarak nitelendirilmektedir (Akgemci, 2001: 12)

1.2 KOBİ'LERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Sanayi Devrimi öncesinde atölye tipi ve emek yoğun araçlarla gerçekleştirilen üretim, kısıtlı ve düşük miktardaki talep karşısında yeterli düzeydeydi. Bu dönemde basit araçlar yardımıyla sağlanan üretim sürecinde, yüksek teknoloji gereksinimi olmadığı gibi üretimin büyük bir kısmı KOBİ'ler tarafından sağlanmaktaydı.

Sanayi Devrimi'nin sonucunda yaygınlaşan makineleşme süreciyle birlikte küçük el sanatları atölyelerinde sağlanan üretim 1900'lü yılların başından itibaren Fordist-Taylorist üretim anlayışına dönüşmüş ve kitlesel üretim yaygınlaşmıştır. Aynı ürünün daha düşük maliyetle çok sayıda imal edildiği kitlesel üretim sürecinde üretim; yüzlerce çalışanın yer aldığı geniş üretim alanları ve fabrikalarda gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Urdaletova, Yılmaz ve Özdi, 2008: 170).

Sanayi Devrimi sonrasında canlanan talep zamanla üretimin ve çeşitliliğin artmasını sağlayarak aynı ihtiyacı giderecek birden fazla ürünün üretilmesini gerekli kılmıştır. Bu durum üretim sürecinde makine yoğun teknolojinin kullanılmasını teşvik ederek giderek yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır. İşletmeler artan taleple birlikte piyasa talebinin karşılanmasının yanında yığın üretim yapabilecek kapasiteye ulaşabilmek için maksimum büyümeyi sağlamaya çalışmışlardır. Yığın üretim yapabilen büyük ölçekteki işletmeler zamanla ölçek ekonomisi avantajı elde ederek daha düşük fiyatlardan satış gerçekleştirmeye başlamış ve küçük işletmeleri zor durumda bırakmışlardır (Arı, 2011: 3–4).

Gelişmiş ülkelerde devam eden üretim 1970 yılına kadar kitlesel üretime dayalı şekilde sürdürülmüş fakat 1970’ yılında yaşanan ekonomik krizden kurtulmak amaçlı yeni bir model arayışına girilmiştir. Post-fordizm olarak adlandırılan yeni üretim modeliyle birlikte kitlesel üretimden esnek üretim modeline dayalı uzmanlaşmaya doğru bir geçiş yaşanmıştır. Kitlesel üretime dayalı sanayiler ise bu dönemde önemini yitirerek yerini her türlü ekonomik ortama ayak uydurabilen küçük ve orta ölçekli işletmelere bırakmıştır. Bu yıllar da KOBİ’ler giderek önem kazanmış ve KOBİ’lere bağlı sanayileşme stratejileri ön plana çıkmaya başlamıştır (Kökocak, 2008: 328).

Kriz sonrasında dünyada yaygınlaşmaya başlayan “küçük güzeldir” anlayışıyla birlikte ülkelerin ekonomi politikalarında KOBİ’ler önemli bir yer edinmiştir. Kitlesel üretime dayalı faaliyet gösteren büyük firmalar bu dönemde piyasadaki değişime ayak uyduramamış ve başarısızlığa neden olmuştur. Kriz sonrasında değişen üretim yapısıyla merkezde yer alan “çekirdek” konumdaki büyük işletmeler ile etraflarında halkalar oluşturan “uydu” konumundaki tedarikçi firma ağları şeklindeki organizasyon biçimi yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu yeni organizasyon anlayışı tedarikçi konumunda bulunan küçük ve orta orta ölçekli işletmelerin üretim sürecinde önemli bir konuma gelmesini sağlamıştır (Ansal, 1996: 13)

Türkiye’de ise KOBİ’lerin geçmişi çok eskiye dayanmaktadır. Osmanlı döneminde küçük ve orta ölçekli işletmelerin kendilerine has bir yapısı bulunmakta ve bu yapı lonca sistemi içerisinde bir araya gelmişti. Osmanlıda toplumun orta yapısını oluşturan esnaf kesiminin temel kaidelerini Ahilik sistemi oluşturmaktaydı (Karayılmazlar, Aşkın ve Çabuk, 2007: 152).

Ahi Evran tarafından 13. yüzyılda kurulan Ahilik teşkilatı geleneksel kurallara dayalı insanların sanat ve mesleki dallarda ilerlemelerini, ahlaki açıdan gelişmelerini sağlayan esnaf ve sanatkarlar birliği olarak ifade edilmektedir (Erol, 2017: 30). Ekonomik ve sosyal hayata önemli katkı sağlayan Ahilik teşkilatı kendine özgü yapısı sayesinde mesleğe başlama, mesleki eğitim, yükselme, dükkân açma gibi kavramlarda yetkili kuruluş haline gelmiştir. Temelleri oldukça sağlam atılan ve zamanın gereksinimlerine uyum sağlama konusunda oldukça etkili olan Ahilik geleneği, günümüzde il ve ilçe belediye hizmetleri ile bu hizmetlerin denetimi konusunda örnek alınarak daha sonra oluşturulan iş ve hukuk düzenlemelerine kaynaklık etmiştir (Gündüz, Kaya ve Aydemir, 2012: 39). Anadolu'nun tamamına yaygınlaşan Ahilik geleneği zamanın gerekliliklerine göre farklı özellikler kazanarak yerini lonca isimli esnaf teşkilatına bırakmıştır (Akbaş, Bozkurt ve Yazıcı, 2018: 173).

Günümüz üretim kooperatiflerine benzer yapıya sahip olan loncalar, eski ahilik geleneğine ilave olarak birçok yenilikler içermektedir. Osmanlıda zanaat ve ticaret loncaları ekonomik yaşamın temelini oluşturmaktadır. Loncalardaki temel ilişki usta-çırak ilişkisiyken genç yaşta işe başlayan çıraklar ustalarının gözetimi ve katı disiplini altında zanaatın inceliklerini öğrenmektedir. Loncaların bu katı disiplin anlayışla birlikte piyasada verimli üretimin yapılması, fiyatların denetlenmesi ve spekülasyonların önlenmesi sağlamaktadır. Lonca yönetimi kendilerine bağlı esnaf işlerinin yanında devlet ve esnaf arasında arabuluculuk görevini de üstlenmektedir (Pamuk, 2008: 58–61).

Türkiye'de küçük sanayi işletmelerinin teşkilatlanması geçmişten gelen bilgi birikimi ve deneyimi sayesinde kendiliğinden oluşmuş ve bu teşkilatlar anayasa ve kanunlar çerçevesinde güvence altına alınmıştır. Osmanlı'da 1908 yılında Tanzimat'ın ilan

edilmesiyle birlikte sanayiye teşvik amaçlı kanunlar çıkarılmaya başlanmış ve sübvansiyon niteliğinde birçok tedbirler alınmıştır. Cumhuriyetin ilanına kadar olan süreçte bu konuda alınan en önemli karar büyük ve küçük sanayinin birbirinden ayrılması olmuştur. Tanzimat'ın ilanı sonrası büyük sanayi işletmelerini sanayi odalarının temsil etmesi, küçük sanayi işletmelerini ise esnaf cemiyetlerinin temsil etmesi kararlaştırılmıştır. Fakat yapılan tüm değişiklikler karşısında sanayi endüstrisi büyük bir ilerleme kaydedememiş ve cumhuriyet dönemine küçük işletmelerden oluşan, eskimiş yöntemlerle üretime devam eden bir sanayi oluşumuyla girilmiştir (Karayılmazlar ve diğ., 2007: 154).

Cumhuriyetin ilanıyla birlikte Atatürk'ün önderliğinde sanayileşmenin önemi vurgulanmış ve 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında İzmir'de yapılan İzmir İktisat Kongresi'nde sanayileşme için önemli adımlar atılmış, Türkiye ekonomisinin politika ve stratejileri belirlenmiştir (Vıdır, 2007: 18). Kongrede alınan kararlar doğrultusunda sanayileşmenin teşviki amacıyla 1924 yılında İş Bankası, 1925 yılında Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur. Aynı zamanda 1924 yılında yürürlüğe giren "Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunu" ile dağınık bir yapıda olan esnaf, sanatkâr ve küçük üreticilerin bir örgüt altında birleşmesi öngörülmüştür. Son olarak 1927 yılında çıkan ve 1942 yılına kadar yürürlükte kalan "Teşvik-i Sanayi Kanunu" ile özel işletmeler ve maden işletmelerine yönelik geniş avantajlar sağlanmış pahalı da olsa yerli üretimin teşvik edilmesi amaçlanmıştır (Avcıoğlu, 1996: 381-383).

1950 yılından sonra izlenen hızlı sanayileşme sürecine bağlı olarak 1957 yılında Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6948 sayılı "Sanayi Sicil Kanunu" hangi iş faaliyetlerinin sanayi işi olarak kabul edileceği belirlenmiştir. Bu kanun daha çok büyük

işletmeleri kapsarken nitelikteyken küçük işletmeler içinde bir tanımlama yapılmasının gerekliliği üzerinde durmuştur (Vıdır, 2007: 19).

1960'lı yıllarda başlayan planlı kalkınma döneminde KOBİ'lere yönelik çeşitlik politika ve tedbirler kararlaştırılmıştır. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1968-1972) KOBİ'ler "Küçük Sanayi ve El Sanatları" adı altında ele alınmıştır. Planda yer alan tedbirler ve politikalar kapsamında 1973 yılında Bileşmiş Milletler Sınai Gelişme Örgütü (UNIDO) ile işbirliği yapılarak Gaziantep ilinde yerel bir örgüt olarak Küçük Sanayi ve Geliştirme Merkezi (KÜSGEM) kurulmuştur (Yücel, 2015: 77). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1979-1983) küçük sanayi esnafı ile sanatkâr ayrımı yapılarak her biri için ayrı tanımlamalar yapılmıştır. 1983 yılında KÜSGEM yerine Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı (KÜSGET) faaliyete geçirilmiş KOBİ'ler için Küçük Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Merkezleri aracılığıyla danışmanlık hizmeti sağlanarak bilgi birikim aktarımı ve temel altyapının kuvvetlendirilmesi gibi bir çok farklı hizmet Türkiye genelinde uygulamaya çalışılmıştır (Yıldız, 2019: 39).

KÜSGEM ve SEGEM proje anlaşmaları çerçevesinde gerçekleştirmeye çalıştığı hizmetlerin süreli olması ve gerek duyulan ihtiyacı yeterince karşılayamaması gibi nedenlerle iki kuruluşun ülke genelinde kapsamlı ve sürekli hizmet verebilecek bir yapıya dönüştürülmesi açısından yasal bir düzenlemeye gidilmesi ihtiyacı oluşmuştur (Karakoç, 2010: 78). Bu ihtiyacın karşılanması amacıyla 3624 sayılı "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığının Kurulması Hakkında Kanun Tasarısı" hazırlanmış ve 20 Nisan 1990 tarihinde 20498 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kuruluşundan günümüze kadar olan süreçte yalnızca imalat sanayi KOBİ'lerine hizmet ve destek sağlayan KOSGEB, Türkiye'de faaliyet gösteren imalat sanayi sektörü dışındaki sektörlerin ekonomik katma değer üretme ve istihdam yaratma potansiyelinin artmasıyla birlikte diğer sektörlerdeki KOBİ'lerden gelen talepler nedeniyle hedef kitlesinin tüm KOBİ'leri kapsayacak şekilde genişletmesi gerektiği hususunu gündeme getirmiştir (KOSGEB, 2015: 4). Bu doğrultuda 5 Mayıs 2009 tarih 27219 sayılı Resmî Gazete'de "3624 sayılı KOSGEB Kuruluş Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair 5891 sayılı Kanun" çerçevesinde diğer sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ'lerde KOSGEB'in hedef kitlesine dahil edilmiştir. Bu sayede KOSGEB Türkiye'de KOBİ'lerden sorumlu ulusal kuruluş haline gelmiştir.

1.3 KOBİ'LERİN ORTAK ÖZELLİKLERİ

Emek ve sermaye gibi farklı üretim faktörlerinin yoğun olarak kullanıldığı değişik sektörlerde faaliyette bulunan işletmelerin ortak değerlendirilmesinin gerektiği durumlarda işletmelerdeki farklılıkların yanında birtakım ortak özellikleri de bulunmaktadır. KOBİ'lerin sahip olduğu bazı ortak özellikleri aşağıdaki şekilde sıralayabilmek mümkündür (Diken, 2020: 51–52; Küçük, 2017: 179–180):

Bağımsız Olma: KOBİ'lerin en önemli ortak özelliklerinden bir tanesi karar alma özgürlüğüdür. Büyük ölçekli firmalarda, yöneticilerin hesap verme zorunluluklarının olduğu yönetim kurulu, firma sahibi ve hissedarlar bulunmaktadır. Fakat KOBİ'lerde istisnai durumlar hariç böyle bir durum söz konusu değildir. KOBİ'lerin genel anlamda sahipleri tarafından yönetildikleri için yeni kararlar alındığında uygulamaya konulması için herhangi bir engel bulunmamaktadır. Böylelikle girişimciler yeni buluşlar ortaya koyarak, hayallerini gerçekleştirebilir ve yeteneklerini kanıtlayabilmektedirler.

Girişim Yeteneği: Girişimci, genel anlamda mal ve hizmet üretmek amacıyla üretim faktörlerini bir araya getiren ve riski üstlenen kişidir. Piyasa da faaliyet gösteren her KOBİ'nin arkasında bir girişimcilik ruhu bulunmaktadır. İşletme sahibi olmak, sadece yeterli sermayeyi temin ederek elde edilecek bir özellik değildir. Gereken sermayeye sahip fakat bir işletme sahibi olamayan ve farklı girişimlerde başkalarının yanında personel olarak çalışan pek çok insan bulunmaktadır. Girişim kabiliyeti kişiye özgü bir değer iken risk alabilme ve geleceği öngörebilme gibi nitelikler içermektedir.

Kişisel İlişkiler: Küçük ve orta ölçekli işletmelerde genellikle idarecilik faaliyetleri girişimci tarafından yürütülmektedir. Bu sayede yöneticiler sayısı az olan personelini daha yakından tanıma fırsatına sahiptirler. Yöneticiler personelin işyerindeki performansı ve veriminin dışında medeni durumu, sağlık ve aile problemleri gibi konularda da bilgi sahibi olmaktadır. Böylelikle işveren ve işçi arasındaki ilişkinin informel bir yapıya dönüşmesi sonucu işçiler, işletme sahibini yalnızca işveren olarak değerlendirmezler. KOBİ'lerde satış faaliyetleri genellikle karşılıklı olarak ve işletmeciler tarafından sağlandığından dolayı müşteri ilişkileri zaman içerisinde ahabap, dost ilişkisine dönüşmektedir. Gelişen bu ilişki sonucunda müşterilerin işletmeye yapılan ziyaretleri sadece alış-veriş amaçlı olmaktan çıkmaktadır. İşletme sahipleri müşterilerin isteklerini daha iyi anlayıp analiz edebilirken, müşteriler de işletme sahibinin sorunlarına hâkim olmaktadır. Bu yakınlaşma sonucu müşterilerin düşük kalite veya diğer olası sorunlar karşısında rakip firmaları göz ardı ederek söz konusu işletmeyi tercih etmesini sağlamaktadır.

1.4 KOBİ'LERİN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Ülke ekonomileri için önemli bir yapı taşı haline gelen KOBİ'ler, büyük şirketler ile kıyaslandığında kendine özgün güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Dünya genelinde

büyük ölçekli şirketlerin geçmişine bakıldığında hemen hemen hepsinin geçmişte bir KOBİ oldukları ve iyi bir yönetim, strateji ve pazarlama sonucunda büyük şirketlere dönüştükleri görülmektedir.

1.4.1 KOBİ'lerin Güçlü Yönleri

KOBİ'lerin güçlü yönleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Büyük, 2012: 117–120; İraz, 2005: 241–245; Kaya, 2014: 140–141; Küçük, 2017: 340–344; Uludağ ve Serin, 1991: 19–22):

Yeniliklere Karşı Hızlı Uyum ve Teknik Yeniliklerde Verimlilik: Esnek ve yenilikçi yapıları sayesinde büyük ölçekteki firmalar tarafından üretimi sağlanamayan mal ve hizmetler için temel tedarikçi durumundadırlar. Küçük ölçekteki KOBİ'ler, büyük işletmeler gibi uzun süreli üretim yapma zorunlulukları olmaması nedeniyle daha çok piyasa ve talep uyumu içerisinde üretim gerçekleştirme imkanına sahiptirler.

Büyük İşletmelere Sağladığı Destek: KOBİ'ler ekonomik ve teknolojik değişikliklere çok çabuk adapte olabilmektedirler. Pazarda oluşan eksikliği esnek yapıları sayesinde hızlı bir şekilde kapatabildikleri gibi rekabet koşullarına ve talep değişikliklerine karşı hızlı bir şekilde uyum sağlayabilmektedirler.

Küçük işletmeler açısından yan sanayi üretimi yapmalarının en büyük avantajı büyük işletmeler tarafından ihtiyaç duyulan ürün sağlayıcılığı görevini üstlenmeleridir. Bu sayede üretimlerinin belirli bir kısmını garanti altına aldıkları gibi müşterisi olan büyük işletmelerden Ar-Ge, finansman, yönetim teknikleri vb. konularda destek almaktadırlar.

Değişen Pazar Şartlarına Hızlı Uyum Sağlayabilme: KOBİ'ler pazarı yakından takip ettiklerinden dolayı rakip firmaların ürünlerinin fiyatını hakkında da bilgi

sahibidirler. Bu sayede KOBİ'ler pazarın hangi fiyattan oluşacağını tahmin edebilmektedirler. Böylece özellikle tüketim malı satan küçük işletmeler yakın enformasyon bağlantısı ile alıcının gücünü çok iyi bildikleri için tüketici rantını kendileri belirleyebilmektedirler.

Personel ile Yakın İlişki ve Daha Az Bürokrasi: KOBİ'ler küçük ölçeklerinin avantajı olarak daha az yönetim basamaklarıyla faaliyet yürütmektedirler. Bu sayede üst kademe ile alt kademe yönetim arasında etkin bir iletişim sağlanmaktadır. Alınan kararlar doğrudan ve hızlı bir şekilde uygulamaya koyulmakta olduğu için büyük işletmelere kıyasla bir avantaj sağlamaktadır.

İstihdama Sağladıkları Katkı: KOBİ'lerin istihdam arasındaki ilişki sadece işletmelerin daha az sermayeyle çok sayıda kişiye istihdam olanağı sunması ve iş gücüne çalışabilme fırsatı yaratması değildir. Aynı zamanda girişimci ruhu olan çok sayıda kişinin kendi işletmelerini kurmaları sonucu iş gücüne girişimci olarak katılım sağlayarak ülkedeki istihdam seviyesini arttırması şeklinde gerçekleşmektedir. Bir işletmede ücretli personel olarak çalışmak yerine kendi işletmesini kurmayı tercih eden girişimciler, sahip oldukları girişimcilik ruhu nedeniyle ekonomi için daha büyük bir önem arz etmektedir.

Bölgesel Kalkınmaya ve Büyümeye Sağladıkları Katkı: Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde KOBİ'lerin bölgesel dağılımlarına bakıldığında büyük işletmelerden farklı olduğu görülmektedir. Büyük işletmeler genellikle büyük şehirler etrafında konumlanırken küçük ve orta ölçekli işletmeler ülke içerisindeki ayırım gözetmek sizin bütün şehirlerde konumlanabilmektedir. Bu özellikleri sayesinde KOBİ'ler ekonomik faaliyetlerin bölgeler ve şehirler arası dengeli dağılmasını sağladığı gibi hem de o bölgede istihdam yaratarak işsizliğe karşı bir çözüm sağlamaktadır.

Tasarrufun Teşvik Edilmesi: Büyük işletmelere kıyasla küçük ölçekli işletmeler kaynak arayışını dışarıdan sağlamak yerine kendi öz sermayelerini yatırıma dönüştürmektedirler. Bu sayede ülke içerisinde tasarruf ve yatırım oranlarının yükselmesine, üretim ve istihdam artışına katkı sağlamaktadırlar.

Rekabetin Teşvik Edilmesi: Küreselleşme ile giderek artan ve bilgiye dayalı bir kavram haline gelen rekabet, girişimcilik ve girişimcilerin önemini arttırmaktadır. Rekabet üstünlüğüne dayalı günümüz ticaretinde girişimcilerin rekabet güçlerini arttırmaları gerekmektedir. Bir ülkenin atıl durumda olan kaynaklarını risk almaktan kaçınmayıp değerlendiren ve üretime dahil eden girişimciler ülkeyi uluslararası arenada güçlü kılan en önemli faktörlerdendir.

1.4.2 KOBİ'lerin Zayıf Yönleri

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin güçlü özelliklerinin yanında, firma içi kendilerine has nedenlerden dolayı veya firma dışı piyasadan kaynaklanan bir takım zayıf yönleri de bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012: 36–41; Diken, 2020: 56–57; Taş, 2010: 59–64; Uludağ ve Serin, 1991: 22–23):

Yönetimdeki Eksiklikler: İşletmeler genellikle girişimciler tarafından yönetilmekte ve bir profesyonelden yararlanılmamaktadır. İşletme sahibinin yönetimde tek söz sahibi olması kısa vadede kârlı bir çözüm olarak görülürken işletmenin büyümesi ve talep artışlarıyla birlikte bu durum işletmeye zarar vermektedir. Sadece bir kişinin tüm piyasadaki yenilik ve değişiklikleri takip etmesinin yanında işletmedeki konulardan haberdar olması mümkün olmamaktadır. Ayrıca aile şirketi halinde olan küçük işletmelerde aile sorunları firmayı olumsuz etkilemektedir. Organizasyon eksikliği olan firmalarda görev ve sorumluluklar tanımlanmamakta veya net bir şekilde ayrılmamaktadır. Bu durumun

sonucunda yetki karmaşası oluşmakta ve yapılacak işlere ilişkin kararlar uygulamaya konulma aşamasında sorunlarla karşılaşmaktadır.

Nitelikli İşgücü Problemleri: Geleneksel yöntemler ile üretimlerine devam eden KOBİ'lerde nitelikli eleman eksikliği kaliteli ürün yapılmasına engel teşkil etmektedir. Çalışanların teknik bilgi yetersizliği tezgâh kullanımı, parça ve aparat değişikliğinde hatalar yapılmasına sebebiyet vermekte ve ürünün kalitesinin düşmesine neden olmaktadır. Personel eğitimi konusunda yeterli yatırım sağlayamayan KOBİ'ler ihtiyaç duydukları nitelikli elemanı karşılayamadıkları gibi mevcut yetişmiş elemanları da büyük işletmelere kaptırmaktadırlar.

Pazar ve Sektör Bilgi Yetersizliği: KOBİ'ler genellikle imal ettikleri ürüne ait iç pazar talebi, yıllara göre talep değişimleri, piyasadaki rakipleri ve rakiplerinin pazar payları hakkında bilgi sahibi olmadan üretim gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda üretilen ürünün ithalatı, ihracatı ve uluslararası pazardaki konumu hakkında da yeterli bilgiye sahip olmayan KOBİ'lerde üretim; geleneksel yöntemlerle sürdürülmeye devam etmektedir. Bu durum KOBİ'ler için üretimde kalite sorunlarının yaşanmasına neden olmakta ve uluslararası pazarda rakip işletmeler ile rekabet şanslarını azaltmaktadır.

Küçük Olmanın Dezavantajı: İşletmenin küçük olması üretimin, hammaddenin ve cironun da sınırlı olmasına neden olmaktadır. Bunun sonucunda küçük ölçekteki işletmeler hammaddeyi pahalıya aldıkları gibi üretimi de pahalıya mal etmekte ve satışlarda fiyat rekabeti dezavantajı yaşamaktadır.

Finansman Temininde Karşılaşılan Engeller: KOBİ'lerin en zayıf yönlerinden birisi de sermayedir. KOBİ'ler yatırım ve işletme için finansman kaynağı bulmakta zorlanmaktadır. Küçük ve orta ölçekteki işletmeler için kredi veren kuruluş

sayısı hem az hem de yeterli krediyi verebilecek performansta değildir. KOBİ'ler kredi alabilmek için pek çok şartı yerine getirmek zorunda kaldığı gibi bürokratik engelleri aşarak beklemek zorunda kalmaktadırlar. Sınırlı sermaye ile başlatılan girişimler ilerleyen zaman diliminde nakit akışı ve finansman sorunları gibi nedenlerden dolayı sıkıntılar yaşamakta, zaman zaman üretime ara vererek iflasa sürüklenebilmektedirler. Sınırlı miktardaki tasarrufların bankalar tarafından yüksek faizlerle kullanımına sunulması KOBİ'lerin kredi maliyetlerinin artmasına neden olmakta ve bu nedenle başka kanallar aracılığıyla (şahsi varlıklar, yakın çevre, ipotek vs.) sermaye ihtiyacını gidermeye çalışan KOBİ'ler ileri teknoloji yatırımı gerçekleştirmekte zorlanmaktadır.

Satışlarda Yaşanan Dalgalanmalar: Ürün çeşitliliği açısından çok fazla zenginlik gösteremeyen KOBİ'lerde satışlar, aylara ve mevsimlere göre önemli derecede farklılık göstermektedir. Satışlardaki bu istikrarsızlık nakit akışı başta olmak üzere işletmeye ait dengelerinin bozulmasına neden olmakta ve işletmelerin tam kapasitede çalışmasını engellemektedir.

Yüksek Vergi Yükü ve Primler: Küçük ölçekteki girişimcinin karşı karşıya kaldığı problemlerden bir tanesi de yüksek vergi oranları ve primlerdir. Emek yoğun üretim gerçekleştiren küçük işletmelerde personel ücretlerinden alınan vergiler, sigorta primleri ve diğer vergiler işletmenin büyük bir maliyetle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Emek tasarrufu sağlayıp teknoloji ağırlıklı üretim gerçekleştiren büyük ölçekli işletmelerle rekabet içerisinde olan KOBİ'ler için adil bir vergi sistemin kurulması oldukça arz etmektedir.

1.5 KOBİ'LERİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Genellikle düşük sermaye ile emek yoğun üretim gerçekleştiren, hızlı karar alabilme becerisine sahip, asgari yönetim giderleri sayesinde ekonomik üretim sağlayan iktisadi teşebbüsler olarak nitelendirilen küçük ve orta ölçekli işletmeler birçok noktada büyük firmalardan avantajlı konumdadır (Uludağ ve Serin, 1991: 18). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik olarak önemini Müftüoğlu (2002) şu şekilde belirtmektedir: Artık günümüzde küçük işletmeler başarısızlıkları nedeniyle büyüyememiş, küçük ölçekte kalmaya mahkûm, ekonomik gelişmenin önünde engel teşkil eden ve sürekli yardıma muhtaç işletmeler olarak nitelendirilmemelidir. Tam aksine bugünün küçük işletmeleri esnek yapıları sayesinde değişen şartlara hızlı uyum sağlayabilen, bürokrasiden uzak yapıları ile kreatif, yenilikçi ve talep eksikliklerini hızlı bir şekilde fark edip fırsatları değerlendirebilen işletmeler olarak algılanmalıdır.

Sanayi Devrimi'nden 1970'li yıllara kadar büyük işletmeler, ekonomik olarak önemli bir konumdayken çevresel ve ekonomik şartlar küçük işletmelerin önemini ortaya çıkarmıştır. Bu yıllarda yaşanan petrol krizi enerji fiyatlarında dalgalanmalara, maliyet artışına ve talep daralmasına sebep olmuştur. Kitlesele ve seri üretim gerçekleştiren büyük ölçekteki firmalar ise bu krizden derinlemesine etkilenmiştir. Fakat yapılan çalışmalarda küçük ölçekteki firmaların esnek yapıları sayesinde krize karşı kolaylıkla uyum sağladıkları ve büyük işletmelere kıyasla daha az etkilendikleri görülmüştür (Taş ve Özcan, 2015: 45).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin, büyük işletmeler karşısındaki avantajlarının fark edilmesiyle birlikte büyük işletmeler önemini kaybetmeye başlamış ve 1970 krizinden sonra ekonomik kaynak kullanımı, istihdam arttırıcı etkisi ve gelir dağılımına olan

katkılarından dolayı KOBİ'ler ülkelerin makro ekonomi politikalarının temelini oluşturmaya başlamıştır (Yıldırım, 2010: 11).

Özel sektörde faaliyet gösteren KOBİ'ler ülke ekonomileri açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler başta üretim ve istihdam olmak üzere pek çok yönden ekonomiye ve sosyal hayata büyük katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke KOBİ'ler için çeşitli yardım ve teşvikler sunma gayreti içerisinde. Yürütülen yardım ve teşvik programları sayesinde KOBİ'lerin yurt içinde veya uluslararası pazarda rakipleriyle rekabet edebilme imkânı sağlamak, kapasite arttırmak ve varlıklarını sürdürebilmeleri amaçlanmaktadır (Yatbaz, 2013: 22).

Günümüzde küreselleşmenin sonucu olarak hızla değişen piyasa koşulları, teknoloji, artan rekabet ve gelişen tüketici bilinciyle birlikte; farklı nitelikte, çeşitte ve kalitede mal ve hizmet talebinde artış yaşanmaktadır. Tüm bu değişimlere hızlı bir şekilde uyum sağlamakta güçlük çeken büyük işletmelere karşı ise KOBİ'ler önemli bir alternatif olmaktadır (Sucu, 2010: 27).

1.5.1 KOBİ'lerin Dünya Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Esnek üretim yapısı sayesinde değişen piyasa koşullarına uyum sağlayabilen, yalın ve yeniliklere açık yönetim anlayışı ile istihdam ve katma değer yaratan KOBİ'ler tüm dünyada ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli bir faktörü konumundadır (KOSGEB, 2011: 32). Ekonomik kalkınma düzeyi ne olursa olsun tüm ülke ekonomilerinde stratejik bir öneme sahip olan KOBİ'ler, 1970'lerde yaşanan petrol krizi sonrası önem kazanmaya başladığı gibi 21. yüzyılda ülkelerin ekonomik ve sosyal refah yarışında önde gidebilmelerinin anahtarı olarak görülmektedir (Taş, 2010: 82).

Küreselleşmenin yaygınlaşmasının sonucu olarak korumacılığın azaldığı ve tüketim alışkanlığının olağanüstü boyutlara ulaştığı günümüzde üretim, pazarlama ve satış ağı içerisinde oldukça önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler nihai mal satışının yanında büyük işletmeler için ara mal tedarikçisi konumunda bulunmaktadır.

KOBİ'lerin AB ve bazı ülke ekonomileri içerisindeki payına ait bilgiler tablo 4'te verilmiştir. Tabloya göre dünyadaki işletmelerin neredeyse tamamına yakınının KOBİ statüsünde olduğu görülmektedir. Gelişmiş veya gelişmekte olan ülke fark etmeksizin işletmelerin %90'dan fazlasını küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Bu oran KOBİ'lerin ülke ekonomileri açısından ne derece vazgeçilmez olduklarının bir göstergesidir.

Tablo 4: KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yeri (%)

Ülke	Tüm İşletmeler İçerisindeki Payı	Toplam İstihdam İçindeki Payı	Katma Değer İçindeki Payı
ABD	98,9	57,9	50
Hindistan	97,3	66,9	(*)
Japonya	98,2	66	49,3
Güney Kore	99,9	87,7	49,2
Brezilya	99,9	67	(*)
Malezya	99,9	65,2	31,2
AB 27	99,8	67,4	57,7
İngiltere	99,6	54,1	51
Almanya	99,5	60,4	53,6
İtalya	99,9	81,1	73,3

Kaynak: (KOSGEB, 2011: 33)

İşletmelerin büyük bir çoğunluğunu oluşturan KOBİ'ler aynı zamanda toplam işgücünün büyük kısmına istihdam sağlamaktadır. Tablo 4'e göre KOBİ'ler tarafından sağlanan istihdamın en yüksek olduğu ülke %87,7 ile Güney Kore olduğu görülürken hemen arkasından %81,1 ile İtalya gelmektedir. Avrupa Birliği'ne üye 27 ülkede KOBİ'lerin istihdama sağladığı katkı ortalama %67,4 düzeyinde seyretmektedir. KOBİ'lerin buldukları ülke ekonomilerine sağladığı katma değer miktarı ise ülkeden ülkeye farklılık

göstermektedir. KOBİ'lerin en çok katma değer yarattığı ülkeler %73,3 ile İtalya, %53,6 ile Almanya ve %51 ile İngiltere olarak sıralanırken AB ülkelerinin ortalaması %57,7 şeklindedir. KOBİ'lerin en az katma değer yarattığı ülke ise %31,2 ile Malezya'da gerçekleşmektedir.

Bazı ülke ekonomilerinde toplam yatırım, üretim, ihracat ve krediler içerisindeki KOBİ'lerin paylarına ilişkin bilgiler tablo 5'te verilmiştir. Tabloya göre toplam yatırımlar içerisinde KOBİ'lerin payının en yüksek olduğu ülke olarak %45 ile Fransa öne çıkmaktadır. Fransa'yı %44 ile Almanya, %40 ile Japonya takip etmektedir.

Tablo 5: KOBİ'lerin Seçilmiş Ekonomilerde Olan Katkısı (%)

Ülke	KOBİ'lerin Yatırım Payı	KOBİ'leri Üretim Payı	KOBİ'lerin İhracattaki Payı	KOBİ'leri Kredilerdeki Payı
ABD	38	36,2	32	42,7
Almanya	44	49	31,1	35
Hindistan	27,8	50	40	15,3
Japonya	40	52	38	50
İngiltere	29,5	25,1	22,2	27,2
Güney Kore	35,7	34,5	20,2	46,8
Fransa	45	54	23	48
İtalya	36,9	53	*	*

Kaynak: (Cansız, 2008: 5)

Toplam üretim miktarı içerisinde KOBİ'lerin payının en yüksek olduğu ülkeler sıralaması yatırım oranlarıyla benzer olarak ilk sırada %54 ile Fransa, ikinci sırada %53 ile İtalya ve üçüncü sırada %52 ile Japonya gelmektedir. Tablo 5 genel olarak incelendiğinde toplam üretimin neredeyse yarısının KOBİ'ler tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Ülke ekonomileri için en önemli döviz kazandırıcı faaliyetlerden biri olan ihracatta, KOBİ'lerin payı da son derece önemlidir. Tablo 5'e göre toplam ihracat içerisinde KOBİ'lerin payı incelendiğinde %40'lık bir oranla Hindistan birinci sırada yer alırken onu

%38 ile Japonya ve %32 ile ABD takip etmektedir. Gelişmiş veya gelişmekte olan ülke fark etmeksizin KOBİ'lerin ihracattaki payı dikkat çekmektedir.

Ekonomilerin vazgeçilmez bir parçası haline gelen KOBİ'lerin yatırımlarını gerçekleştirirken ihtiyaç duydukları finansal desteğin sağlanabilmesi de bir diğer önemli konudur. Tablo 5'te toplam krediler içerisinde KOBİ'lerin payı incelediğinde en yüksek orana sahip ülkeler sıralamasında birinci sırada %50 ile Japonya, ikinci sırada %48 ile Fransa ve üçüncü sırada %46,8 Güney Kore yer almaktadır. Toplam krediler içerisinde KOBİ'lerin en az paya sahip olduğu ülke ise %15,3 ile Hindistan'dır. Toplam ihracat içerisinde KOBİ'lerin en yüksek paya sahip olduğu Hindistan'da, KOBİ'lerin kredilerden yeterli derecede faydalanamadığı görülmektedir. Bu verilerden hareketle sayıları her geçen gün giderek artan KOBİ'lerin ülke ekonomilerine sağladığı fayda da paralel olarak artış göstermektedir. Zamanla ekonomi içerisinde önemli paya sahip olan KOBİ'ler yaratmış olduğu istihdam, büyüme ve refah artışı sayesinde sosyal ve ekonomik pek çok farklı alanda yarar sağlamaktadır.

1.5.2 KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Küçük ve orta ölçekli işletmeler tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de dinamik ve sürükleyici bir unsur olup ekonomik ve sosyal gelişmenin temellerini oluşturmaktadır. Türkiye için de diğer ülkelerle benzer geçmişe sahip olan KOBİ'ler, 1980'li yıllara kadar genellikle sadece tüketici siparişlerine yetebilecek düzeyde faaliyet gösterirken 1980 sonrası tüm dünyada yaşanan konjonktürel değişimler ve alınan kararların KOBİ'lerin öneminin artmasını sağlamıştır (Küçük, 2017: 323).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler tek başlarına oldukça küçük ve etkileri önemsiz ekonomik birimler olarak görülebilmektedir. Fakat toplu şekilde değerlendirildiklerinde ise

sahip oldukları sayısal büyüklükle birlikte ekonomi ve toplum açısından KOBİ'lerin ne kadar önemli ve vazgeçilmez bir unsur olduklarını ortaya koymaktadır (Özdemir, Ersöz ve Sarıoğlu, 2007: 178).

Tablo 6: Yıllara Göre Girişim Sayıları

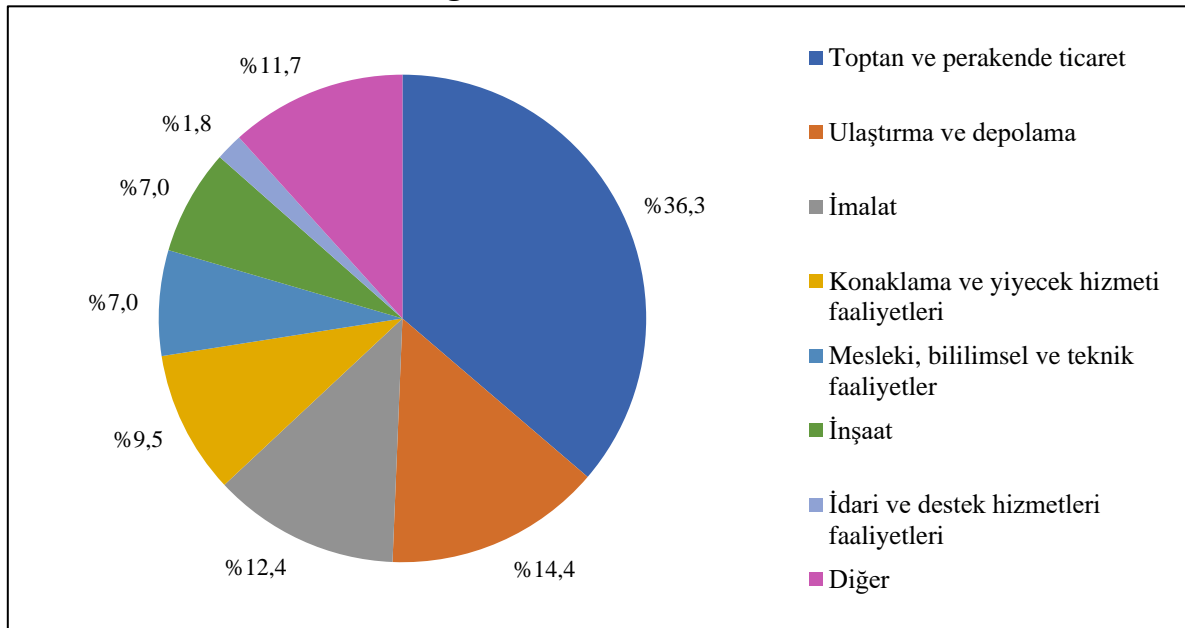
Yıllar	Mikro	Küçük	Orta	KOBİ	Büyük Ölçekli	Toplam
2009	2.467.529 (%93,78)	131.987 (%5,02)	25.939 (%0,99)	2.625.455 (%99,79)	5.630 (%0,21)	2.631.085 (%100)
2010	2.495.772 (%93,17)	145.795 (%5,44)	30.472 (%1,14)	2.672.039 (%99,75)	6.748 (%0,25)	2.678.787 (%100)
2011	2.524.232 (%92,22)	168.002 (%6,14)	36.622 (%1,34)	2.728.856 (%99,69)	8.422 (%0,31)	2.737.278 (%100)
2012	2.559.813 (%91,42)	188.432 (%6,73)	42.169 (%1,51)	2.790.414 (%99,66)	9.646 (%0,34)	2.800.060 (%100)
2013	2.586.592 (%90,83)	215.953 (%7,58)	37.153 (%1,30)	2.839.698 (%99,72)	8.027 (%0,28)	2.847.725 (%100)
2014	2.602.475 (%90,11)	234.879 (%8,13)	41.781 (%1,45)	2.879.135 (%99,69)	9.045 (%0,31)	2.888.180 (%100)
2015	2.628.851 (%89,38)	256.155 (%8,71)	46.034 (%1,57)	2.931.040 (%99,65)	10.193 (%0,35)	2.941.233 (%100)
2016	2.654.664 (%89,04)	266.489 (%8,94)	49.042 (%1,64)	2.970.195 (%99,62)	11.186 (%0,38)	2.981.381 (%100)
2017	2.737.053 (%88,28)	294.126 (%9,49)	55.973 (%1,81)	3.087.152 (%99,57)	13.260 (%0,43)	3.100.412 (%100)
2018	2.904.649 (%91,91)	213.426 (%6,75)	35.224 (%1,11)	3.153.299 (%99,78)	7.072 (%0,22)	3.160.371 (%100)
2019	2.979.417 (%92,29)	207.634 (%6,43)	34.182 (%1,06)	3.221.233 (%99,78)	7.188 (%0,22)	3.228.421 (%100)

Kaynak: TÜİK Ekonomik Faaliyet ve Büyüklük Grubuna Göre Girişim Sayıları

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) “Ekonomik Faaliyet ve Büyüklük Grubuna Göre Girişim Sayıları” istatistiklerinden elde edilen verilere göre yıllar itibariyle Türkiye’de faaliyet gösteren işletme sayılarına ait bilgiler tablo 6’da verilmiştir. Tabloya göre Türkiye’de 2019 yılında 3.228.421 işletme faaliyette bulunmaktadır. Bu işletmelerin 2.979.417’si mikro (%92,29), 207.634’ü küçük (%6,43) ve 34.182’si orta (%1,06) ölçekli olmak üzere toplamda 3.221.233’ü KOBİ (%99,78) statüsünde yer almaktadır. Tabloya göre

2009-2019 yılları arasında toplam girişim sayısı sürekli olarak artarken 2018 yılında KOBİ büyüklük gruplarını belirleyen yönetmelikteki değişiklik sonucunda büyük ölçekli işletme sayısında kırılma meydana gelmiştir. Küçük ve orta ölçekli girişim sayısı 2009 yılında 2.625.455 iken, 2019 yılında 3.221.233'e yükselmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren işletmeler içerisindeki KOBİ'lerin payının yıllar itibariyle değişimi incelendiğinde, işletmelerin neredeyse tamamına yakını KOBİ'lerin oluşturduğu görülmektedir.

Şekil 1: KOBİ'lerin Sektörel Dağılımı



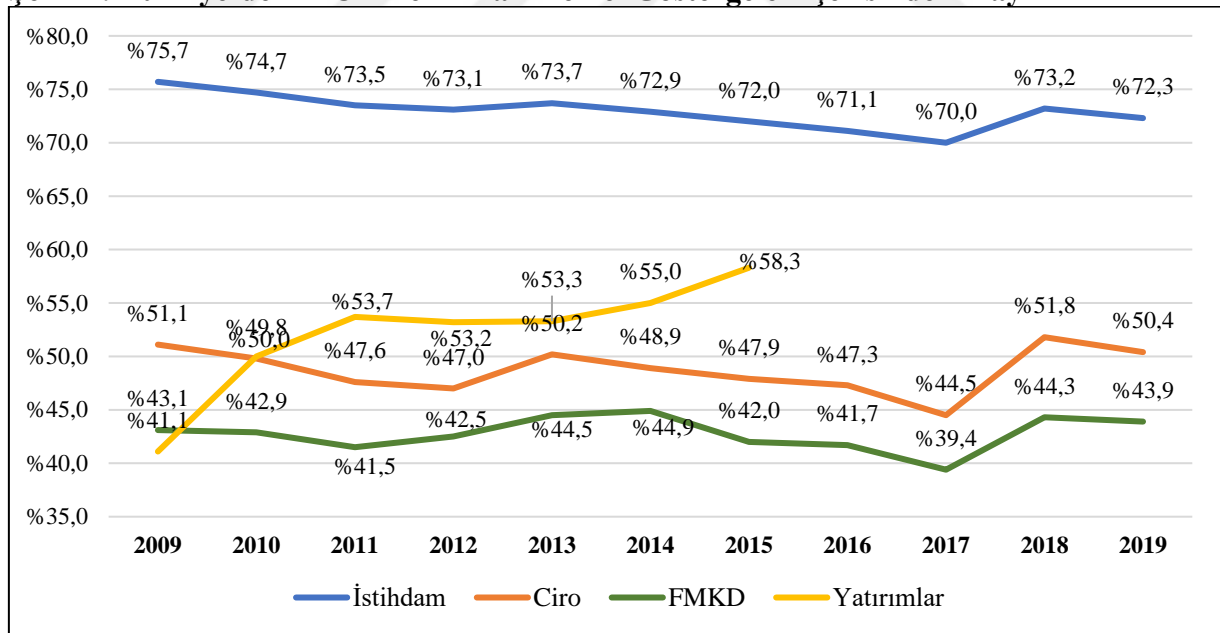
Kaynak: (TÜİK, 2020: 5)

Ekonomik faaliyetlerin istatistiksel olarak sınıflandırılmasına (NACE Rev.2) göre 2019 yılında Türkiye'deki KOBİ'lerin; %36,3'sü toptan ve perakende ticaret, %14,4'ü ulaştırma ve depolama, %12,4'ü imalat sanayi sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu verilerden hareketle Türkiye'deki KOBİ'lerin genellikle ticaret ve onarım sektörü üzerine yoğunlaştığını belirtmek mümkündür (TÜİK, 2020: 5).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin en önemli ekonomik ve sosyal fonksiyonlarından birisi de istihdam yaratmasıdır. KOBİ'ler küçük sermaye sahiplerinin

piyasaya girmesine olanak sağlanmasının yanı sıra işletme sahipleri ve personel için istihdam olanağı oluşturmaktadır. Bugün birçok ülkede iş gücünün önemli bir bölümü KOBİ'ler tarafından istihdam edilmektedir (f, 2013: 7). KOBİ'lerin yeni iş alanları yaratma ve istihdam sağlama konusundaki önemi günümüzde ülkelerce fark edilmiş ve gelişmiş ülkeler başta olmak üzere pek çok ülke tarafından teşvik politikaları aracılığıyla desteklenmeye çalışılmaktadır. Dünya Bankası tarafından yayınlanan rapora göre KOBİ'lerde bir kişilik istihdam yaratabilmek için gereken harcama miktarının, büyük işletmelerin yapacağı harcama miktarından 1/3 daha az olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla sermayenin kıt ve işsizliğin yaygın olduğu gelişmekte olan ülkeler için KOBİ'lerin sahip olduğu istihdam avantajı bu işletmelerin öneminin daha fazla artmasını sağlamaktadır (Öztürk, 2007: 29).

Şekil 2: Türkiye'deki KOBİ'lerin Bazı Temel Göstergeler İçerisindeki Payı



Kaynak: (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 24) ve TÜİK verilerinden derlenerek tarafımızca oluşturulmuştur.

Türkiye’de KOBİ’lerin bazı ekonomik göstergeler içerisindeki payının yıllara göre değişimine ait bilgiler şekil 2’de verilmiştir. Grafiğe göre KOBİ’lerin istihdam içerisindeki payının son yıllarda azalma eğiliminde olduğu dikkat çekmektedir. 2009 yılında toplam işgücünün %75,7’sine istihdam sağlayan KOBİ’ler için bu oran devam eden yıllarda düzenli olarak azalma göstermiş ve 2017 yılına gelindiğinde %70’e kadar gerilemiştir. 2018 yılında KOBİ büyüklük gruplarını tanımlayan yönetmelik değişikliğinin etkisiyle birlikte KOBİ’lerin istihdam içerisindeki payında bir artış yaşanmış olsa da 2019 yılında %72,3’e düştüğü görülmektedir.

İşletmelerin büyük çoğunluğunu oluşturan ve birçok farklı ekonomik alanda önemli katkılar sağlayan KOBİ’lerin yaratmış olduğu katma değer miktarı da oldukça önem arz etmektedir. Türkiye’deki KOBİ’lerin Faktör Maliyeti ile Katma Değer (FMKD) içerisindeki payı da istihdam ile benzer şekilde azalma eğilimi göstermektedir. KOBİ’lerin FMKD içerisindeki payı 2009 yılında %43,1 düzeyindeyken 2017 yılında %39,4’e kadar gerilemiştir. Toplam mal ve hizmet satışları içerisinde 2009 yılında %51,1’lik bir paya sahip olan KOBİ’ler, 2019 yılına gelindiğinde %50,4 ile hâlâ önemli bir paya sahiptir.

KOBİ’lerin yatırımlar içerisindeki payında diğer göstergelerin aksine gözle görülür bir artış yaşanmaktadır. Toplam yatırımlar içerisindeki KOBİ’lerin payı 2009 yılında %41,1 düzeyindeyken 2015 yılı sonunda %58,3’e kadar yükselmiştir. Şekil 2’de görüldüğü üzere genel olarak son yıllarda istihdam yaratma, katma değer ve toplam ciro gibi konularda yaşanan azalışa rağmen Türkiye için KOBİ’lerin hâlâ ekonomik açıdan oldukça önemli bir konumda olduğunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Ülke ekonomileri için önemli bir döviz kaynağı olan ihracat, ekonomik büyüme ve kalkınma aracıdır. Ekonomik sorunların aşılabilmesi, refahın arttırılabilmesi ve dünya

ticaretinde önemli bir konuma ulaşılabilmesi adına ihracat önemli bir olgudur (Atayeter ve Erol, 2011: 2). Günümüzde gelişmiş veya gelişmekte olan her ülke ihracatın geliştirilmesi adına çeşitli teşvik ve programlar uygulamaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye için de KOBİ'ler ihracatın önemli bir parçası haline gelmiştir.

Tablo 7: İşletmelerin Büyüklük Grubuna Göre Dış Ticaret Payları (%)

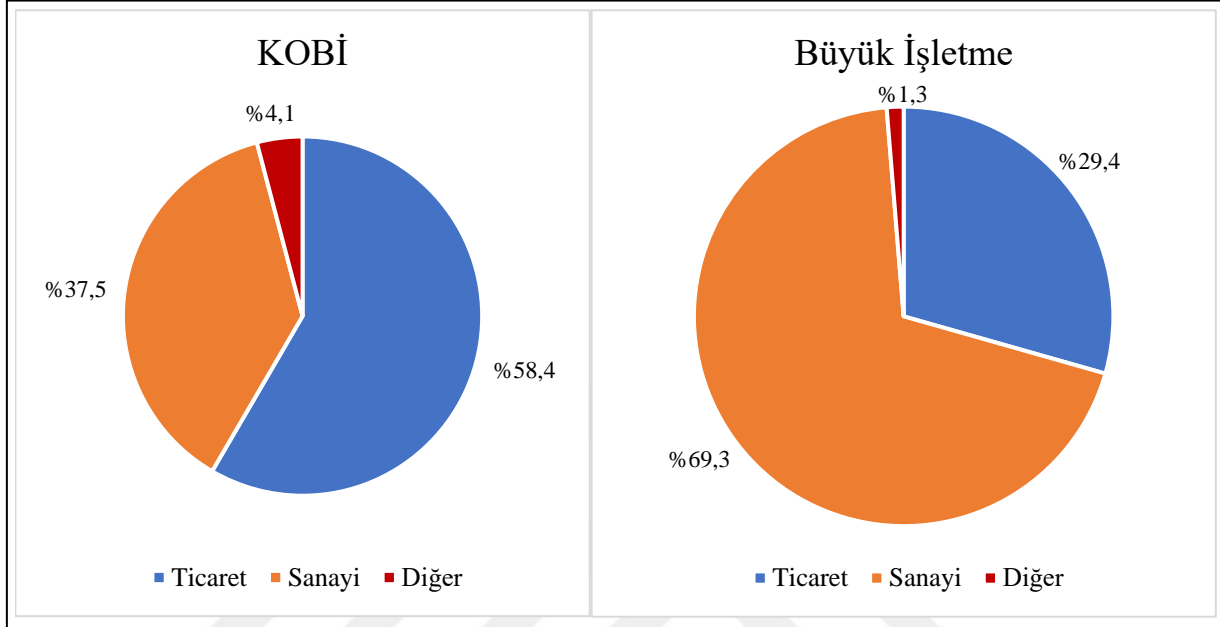
Yıllar	İhracat		İthalat	
	KOBİ	Büyük Ölçekli	KOBİ	Büyük Ölçekli
2013	36,2	63,7	20,3	79,6
2014	35,9	64,0	18,6	81,3
2015	34,0	65,9	17,7	82,2
2016	32,3	67,6	18,1	81,8
2017	30,6	69,3	14,8	85,1
2018	37,6	62,4	22,0	77,9
2019	36,6	63,3	21,5	78,5

Kaynak: TÜİK Büyüklük Grubuna Göre Dış Ticaret

Tablo 7’de işletmelerin 2013-2019 yılları arasındaki toplam ithalat ve ihracat paylarına yönelik bilgilere yer verilmiştir. Tabloya göre KOBİ’lerin ihracat içerisindeki payının 2013 yılı sonrasında azaldığı görülmektedir. KOBİ’lerin 2013 yılında toplam ihracat içerisindeki payı %36,2 iken, 2017 yılında %30,6’ya kadar gerilemiştir. Benzer olarak toplam ithalat içerisindeki payı 2013 yılında %20,3 iken 2017 yılı sonunda %14,8 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında yayımlanan 2018/11828 sayılı “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” kapsamında KOBİ tanımlamalarında yapılan değişikliğin etkisi diğer göstergelerde olduğu gibi dış ticaret paylarında da kendini göstermektedir. Değişiklik sonrası 2018 yılında KOBİ’lerin toplam ihracat içerisindeki payı %36,6’ya yükselirken, büyük ölçekli işletmelerin payı %62,4’e düşmüştür. 2019 yılı itibarıyla

KOBİ'lerin toplam ihracat içerisindeki payı %36,6 olarak gerçekleşirken toplam ithalat içerisindeki payı %21,5 düzeyinde seyretmektedir.

Şekil 3: İhracatın Sektörel Dağılımı



Kaynak: (TÜİK, 2020: 32)

TÜİK tarafından yayımlanan rapora göre 2019 yılında KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilen 65 milyar dolar tutarındaki ihracatın 7 milyar doları (%3,8) mikro, 25 milyar doları (%14,1) küçük ve 33 milyar doları (%18,7) orta ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmiştir. Aynı yıl ihracatın sektörlere göre dağılımı Şekil 3'te verilmiştir. Şekil 3'e göre KOBİ'ler tarafından yapılan ihracatın %58,4'lük bölümünü ticaret sektörü, %37,5'ini sanayi sektörü ve %4,1'ini diğer sektörler oluşturmaktadır. Büyük ölçekli işletmelerin ihracatında ise en büyük payı %69,3 ile sanayi sektörü alırken onu %29,4 ile ticaret ve %1,3 ile diğer sektörler takip etmektedir (TÜİK, 2020: 31–32).

KOBİ'ler üretim sürecini devam ettirirken diğer yandan Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde bulunmaları da ekonomik açıdan önem arz etmektedir. Tüm işletmelerde olduğu gibi KOBİ'ler için de yenilik, rekabet koşullarında mücadele edebilmenin önemli

koşuludur. Başka bir ifadeyle iş dünyasında hayatta kalabilmek ile yenilik yapabilmek birbiriyle ayrılmaz bir bütün halindedir. Büyük işletmelere göre yoğun kaynak sıkıntısı içerisinde olan, ticari faaliyetine devam edebilmek adına sürekli yenilik arayan ve bulduğu yeniliği ise ticarileştirebilme konusunda sorunlar yaşayan KOBİ'ler için yenilik yapabilmek oldukça zor bir uygulamadır (Aksoy ve Demirel, 2008: 395). İnovasyon ve Ar-Ge arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Araştırmacılar tarafından Ar-Ge faaliyetleri yeniliğin kaynağı olarak görülmektedir. Bu yüzden birçok firma inovasyon için Ar-Ge yatırımlarına oldukça önem vermektedir (Erdil, İmamoğlu ve Keskin, 2003: 23).

Tablo 8: KOBİ'lerde Ar-Ge Faaliyetlerinin Yıllara Göre Değişimi (%)

Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kamu Kesimin Tüm Ar-Ge Harcamalarındaki Payı	11,4	11,3	11,0	10,4	9,7	10,3	9,5
Yükseköğretim Kesimin Tüm Ar-Ge Harcamalarındaki Payı	46,0	45,5	43,9	42,1	40,5	39,7	36,3
Ticari Kesimin Tüm Ar-Ge Harcamalarındaki Payı	42,5	43,2	45,1	47,5	49,8	50,0	54,2
KOBİ'lerin Ticari Kesim Ar-Ge Harcamalarındaki Payı	34,9	37,7	36,8	35,7	34,9	35,3	33,7
KOBİ'lerin Tüm Ar-Ge Harcamalarındaki Payı	14,9	16,3	16,6	16,9	17,4	17,7	18,3
KOBİ'lerin Ticari Kesim Ar-Ge İnsan Gücündeki Payı (TZE)		55,0	54,7	53,2	52,4	53,2	48,8

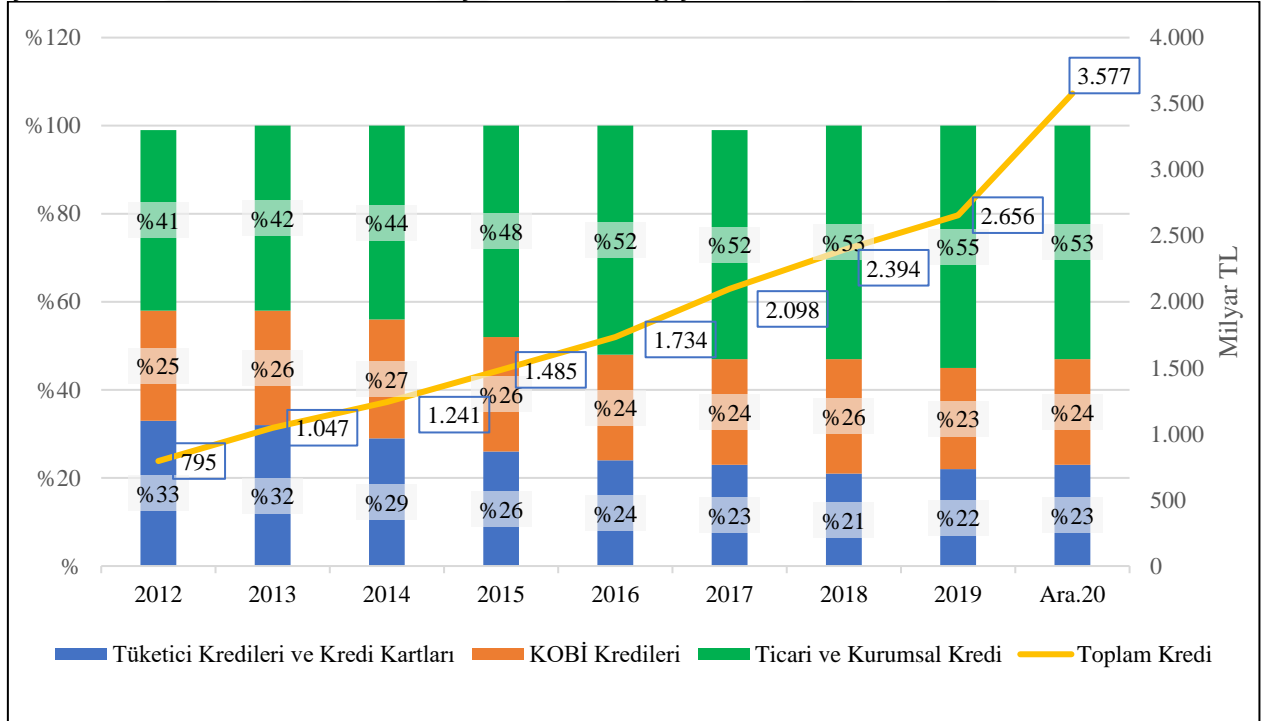
Kaynak: (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 29)

Türkiye'de yıllar itibariyle Ar-Ge harcamalarına ilişkin bilgiler tablo 8'de verilmiştir. Tabloya göre yıllar itibariyle Ar-Ge harcamaları içerisinde özel kesim ve KOBİ'lerin payının arttığı görülmektedir. 2010 yılında Ar-Ge harcamaları içerisinde özel sektörün payı %42,5 ve KOBİ'lerin payı %14,9 iken 2016 yılına gelindiğinde özel sektörün payı %54,2'ye KOBİ'lerin payı %18,3'e yükselmiştir. Ayrıca Kalkınma Bakanlığı

tarafından yayımlanan rapora göre 2016 yılında gayri safi yurtiçi Ar-Ge harcamaları bir önceki yıla göre %19,5 artış göstermiş ve 24 milyar 641 milyon TL olarak gerçekleşmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 29).

Ülke ekonomilerinin ayrılmaz bir parçası haline gelen KOBİ'ler için önemli konulardan bir diğeri de kredi ve finansman konusunda yaşanan sorunlardır. Genellikle yetersiz öz sermaye birikimi ile kurulan küçük ve orta ölçekli işletmeler, ticari faaliyetlerini yürütürken sık sık kredi ve finansman sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için kredi imkanları kısıtlı, elde etmesi zor ve faiz oranları bu işletmeler için oldukça yüksek oranlardadır. Aynı zamanda genellikle büyük işletmeler tarafından yoğun şekilde kullanılan sermaye piyasalarından fon sağlayabilme imkânı da KOBİ'ler için sınırlı boyutta kalmaktadır (İraz, 2005: 253).

Şekil 4: Kredi Türlerinin Yıllar İçerisindeki Değişimi



Kaynak: (BBDK, 2020: 11)

Şekil 4’te Türkiye’de kullanılan kredilerin dağılımına ilişkin bilgiler verilmiştir. Şekil 4 incelendiğinde Türkiye’deki bankalar tarafından kullanılan kredi miktarının yıllar itibariyle arttığı göze çarpmaktadır. 2012 yılında 795 milyar TL olan toplam kredi miktarı, 2020 Aralık ayı itibariyle 3.577 milyar TL’ye yükselmiştir. Fakat toplam kredi miktarda genel olarak her yıl artış gösterirken KOBİ’lerin toplam krediler içerisindeki payında önemli bir değişiklik yaşanmadığı gözlemlenmektedir. KOBİ’lerin krediler içerisinde payı 2012 yılında %25 iken 2020 Aralık ayı itibariyle %24 olarak gerçekleşmiştir. Ekonomik açıdan oldukça önemli katkılar sağlayan ve son dönemde sayıları giderek artan KOBİ’ler için bu oranlar oldukça düşüktür. Kısıtlı imkanlar dahilinde kendi öz kaynakları yardımıyla üretim, istihdam, dış ticaret gibi pek alanda sosyo-ekonomik fayda sağlayan KOBİ’ler için ihtiyaç duydukları finansmanın temininde yaşanan zorluklar onları kısıtlayan en önemli faktörlerin başında gelmektedir.

Küreselleşmenin etkisinin giderek daha fazla artırdığı günümüzde Türkiye’nin başarılı olabilmesinin yolu diğer gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerine entegre olabilmesinden geçmektedir. Küreselleşme sonucu artan bu rekabet ortamında Türkiye’nin ekonomik gelişmesi ve sürdürülebilirliği açısından KOBİ’ler önemli bir görev üstlenmektedir. Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye’de üretime ve istihdama olan katkıları, esnek üretim yapıları, yenilikçi ve değişime hızlı cevap verebilme özellikleri nedeniyle KOBİ’ler oldukça önemli bir yere sahiptir (Mıhoğlu, 2019: 15)

1.6 KOBİ’LERİN KARŞILAŞTIKLARI TEMEL SORUNLAR

KOBİ’ler ülke ekonomilerine sağladığı katkıların yanında gerek kendi yapılarından gerekse ekonomik ortamdan kaynaklanan birtakım sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunlar işletmelerin her alanında ortaya çıkabilmektedir (Yılmaz, 2007:

163). Küreselleşmenin de etkisiyle artan rekabet ortamı KOBİ'lerin bu sorunlardan daha fazla etkilenmesine neden olmaktadır.

1.6.1 Yönetim ve Örgütlenme Sorunu

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin karşılaştıkları sorunların temelinde genellikle yönetim beceri eksikliğinden kaynaklanan problemler bulunmaktadır. Küçük ve orta ölçekli aile şirketlerinde işletmeyi kuran girişimcinin yönetimi tek başına sağlama isteği ve çabası birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Girişimcinin adeta kendi çocuğu gibi gördüğü işletmeyi en iyi kendisinin yönetebileceği düşünce ve arzusu ile tüm işleri kendi üzerine almaktadır. Fakat belirli bir büyüklüğe ulaşıncaya kadar olumlu sonuçlar veren bu durum, işletmenin büyümesiyle birlikte girişimcinin bilgi ve beceri gerektiren birçok faaliyeti yürütmesinin yetersiz kalması ile sonuçlanmaktadır (Haşit, 2012: 133).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler, büyük işletmelere kıyasla daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olması nedeniyle iş bölümü ve yönetimi daha kolay sağlanabilmektedir. İşletmede çalışan hemen hemen tüm personelin birbirini tanması iş bölümünde kolaylık sağlamaktadır. Ancak KOBİ'lerin informel yapıya yeterince önem vermemesi ve kimin nerede çalışacağı ve ne iş yapacağı kararının yönetici tarafından bizzat belirlenmesi nedeniyle yöneticinin olmadığı zamanlarda işlerin aksaması söz konusu olmaktadır (Dilsiz ve Kölük, 2008: 68).

Tüm işletmeler için planlama yapmak çok önemli bir konudur. KOBİ'lerde belirledikleri bir amaç doğrultusunda faaliyetlerini yürütürken bu amaçlara en etkin ve verimli bir şekilde ulaşabilmek adına plan yapma gereksinimi duyarlar. Fakat genellikle uzun vadeli plan yapmaktan ve planlama uzmanı istihdam etmekten kaçınan KOBİ'lerde planlama süreci işletme sahibi ve ortakları tarafından gerçekleştirilmektedir. Son derece

önemli bir konu olan planlama çalışmalarının yeterli eğitim almamış, işletme yönetimi tarafından tahmin ve sezgi yoluyla gerçekleştirilmesi hata yapma olasılığını son derece arttırmaktadır. Bu nedenle KOBİ'ler planlama yaparken dikkatli olmaları ve gelişen şartlara göre planların gözden geçirerek düzenleme yapması gerekmektedir (Akgemci, Çelik ve Şimşek, 2013: 137). KOBİ'ler büyük işletmelere nazaran planlama konusunda daha dikkatli davranmak zorundadır. Finansal açıdan yetersiz düzeyde olmasından dolayı KOBİ'ler planlama sonucu ortaya çıkabilecek hataları kaldırabilecek güce sahip değildir. Hatalı planlama sonucunda kaynaklarını verimsiz şekilde kullanan işletmeler iflasa kadar sürüklenebilmektedir. Kuruluş aşamasından itibaren eksik ve yanlış bilgi ile işe başlayan KOBİ'ler, yapılan araştırmaların yeterli bilgiye dayanmaması nedeniyle telafisi zor ve geriye dönüşü imkansız hatalar yapmakta ve bu hatalarla sürekli olarak yüzleşmek zorunda kalmaktadırlar (Emecen ve Çiçek, 2016: 146).

Küreselleşme, bilgi ekonomisi, hızla değişen iletişim teknolojileri, yeni pazar fırsatları ve ekonomik krizlerin yaşandığı günümüzde işletme faaliyetleri her geçen gün karmaşık bir hale gelmektedir. Karmaşık işletme faaliyetlerine rağmen işletme yönetiminin bilgi ve beceri eksikliği değişime uyum sağlamayı güçleştirmektedir. İşletmenin ihtiyaç duyduğu anda yönetim ve organizasyonda yaşanan bu tür olumsuzluklar fırsatların kaçmasına ve uygun şekilde değerlendirilememesine neden olmaktadır (Gümüştakin, 2005: 75).

1.6.2 Tedarik Sorunu

KOBİ'ler için önemli sorunlardan bir diğeri de tedarik sorunudur. Küçük ve orta ölçekli firmalar her şeyden önce üretim yapabilmek için ihtiyaç duyduğu hammaddenin tedariki konusunda birtakım problemler yaşamaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin

tedarik aşamasında karşılaşmış oldukları sorunlar şu şekilde sıralanabilir (Müftüoğlu, 2002: 66):

- Büyük ölçekli işletmelere kıyasla KOBİ'ler hammadde konusunda sipariş hacmi ve miktarı daha düşük düzeyde kalmaktadır. Bu nedenle KOBİ'ler büyük işletmeler gibi büyük fiyat indirimlerinden yararlanamamaktadır. Hammadde fiyatı konusunda çok fazla esneklik sağlanamıyor olması ise küçük ölçekli işletmeler için birim maliyetinin artmasına neden olmaktadır.

- Genellikle sipariş üzerine üretim gerçekleştiren KOBİ'ler, uzun vadeli malzeme temin etme ve stok yapma imkanına sahip değildir. Her zaman aynı malzemeyi kullanmamaları nedeniyle uzun vadeli malzeme tedariki gerçekleştirmektedirler. Ayrıca mali durumları da büyük çaplı malzeme siparişi için de uygun değildir. Bu sebeple istenilen malın istenilen miktarda ve istenilen zamanda temin edilmesinde büyük engeller ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu problemleri aşmak için ise genellikle söz konusu hammaddeye yüksek fiyat ödemek ve malzeme kalitesinden ödün vermek zorunda kalmaktadırlar.

1.6.3 Üretim Yönetimi Sorunu

Üretim yönetimi konusunda en önemli sorun hammadde tedarikinden kaynaklanmaktadır. Sermayenin yetersiz olması nedeniyle hammadde düşük miktarlarda tedarik edilmekte, istenilen zamanda temin edilememekte ve hatta bazen tedarik sağlanamamaktadır. Tedarik edilen hammadde ise genellikle düşük kalitede ürünlerden oluşmaktadır. Siparişin karşılanabilmesi adına uygun olmayan hammadde kullanımı ürün standardının bozulmasına ve ürün kalitesinin düşmesine yol açmakta, marka imajının olumsuz etlenmesine neden olmaktadır. Hammadde temininde yaşanan bu sıkıntılar

nedeniyle KOBİ'ler, düşük kapasitede üretim gerçekleştirmektedir (Şahin ve Özudoğru, 2019: 322).

Üretim yönetimi konusunda karşılaşılan bir diğer sorun teknolojik yetersizliktir. Genellikle eski teknoloji kullanımının yaygın olduğu KOBİ'lerin dış pazardaki rekabet gücünde zayıflamaktadır. KOBİ'lerde bilgi işlem teknolojisi aracılığıyla yönetim, imalat ve satış alanlarındaki faaliyetlerinin artması, işletme özelinde örgütsel yapının yenilenmesi ve değişen tüketici talebine karşılık üretim sistemlerinin daha esnek bir yapıya dönüştürülmesi en önemli etkidir. KOBİ'lerin pazardaki rakiplerinden farklılaşması, yeni pazarlara girebilmesi ve pazarda tutunabilmesi için üretim de teknolojik yeniliklere gitmesi gerekmektedir (Büyükbese ve Erşahan, 2019: 330).

1.6.4 İnsan Kaynakları Yönetimi Sorunu

KOBİ'ler genellikle emek yoğun iş gücüne dayalı üretim gerçekleştirmektedir. Ancak bu durumun aksine az kişi ile çok iş yapabilme anlayışı hakimdir. Aynı kişinin birden fazla görevi yerine getirme zorunluluğu bulunmaktadır. Bu durumun hem avantajları hem de dezavantajları bulunmaktadır. Büyük işletmelere kıyasla az sayıda çalışan personel yapılan işe daha hâkim olurken aynı nedenden dolayı düzenli işleyişler aksamakta ve genellikle günü kurtaran bir çalışma şekli görülmektedir (Şahin ve Özudoğru, 2019: 325).

İşletme sahipleri çoğu zaman yöneticilik vasfına sahip değillerdir. İş gören personeli yönlendirmek yerine işleri daha çok kendileri yapmaya çalışmaktadır. Fakat işletmenin işler halde kalmasını sağlayacak olan personeldir. İşletmenin sahibi olmak, yönetici olabilmek için tek kriter olarak algılanmamalıdır. Özellikle KOBİ'lerde yaygın bir halde olan “parayı verir, çalıştırırım” anlayışı sonucunda KOBİ'lerde insan kaynakları yönetimi olgusunu değersizleştirmektedir (Özgener, 2003: 146–147).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler için insan kaynakları konusunda bir diğer önemli sorun da kalifiye eleman bulmada yaşanan problemlerdir. Bu sorunun temelinde ücret yer almaktadır. İşletmede insan kaynakları yönetimine önem verilmemesi nedeniyle personelin motivasyonunun arttırmaya yönelik faaliyetlerde bulunulmamaktadır. En büyük motivasyon kaynağı olan ücret ise büyük işletmelere kıyasla çok düşük düzeyde kalması nedeniyle KOBİ'lerde çalışan kalifiye eleman tüm bilgi ve birikimi ile büyük işletmelere geçiş yapmaktadır. Genellikle kendi elemanını yetiştirip nitelikli hale getiren KOBİ'ler belirli bir noktadan sonra kendi yetiştirmiş oldukları personelini muhafaza etmekte zorlanmaktadır (Türkel, 1998: 21–23).

1.6.5 Pazarlama Sorunu

Üretilen mal ve hizmet satılabildiği sürece işletmeler faaliyetlerini sürdürebilirler. İşletmelerin başlıca kuruluş amacı olan kâr etme arzusu ancak bu şekilde karşılanabilmektedir. Yeterli satış miktarı ise yalnızca iyi bir pazarlama politikası ile mümkündür (Küçük, 2017: 363). Modern pazarlama kavramına göre her şey pazarda başlamaktadır. Bu nedenle KOBİ'lerin başarı sağlayabilmeleri için pazar konusuna önem vermeleri gerekmektedir.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler için pazar araştırması yapmak maliyetli bir konudur. Pazarlama konusuna gerekli önem verilmemekte ve pazarlama konusunda uzman istihdamından kaçınılmaktadır. Genellikle pazar araştırması yapmadan kişisel gözlemler ile hareket eden KOBİ'ler hedef pazar tanımlama ve pazar belirleme konularında yetersiz kalmaktadır. Bu durum ise KOBİ'lerin iç ve dış pazarda tutunmalarını zorlaştırmaktadır (Bozkurt ve Dal, 2017: 5).

1.6.6 Finansman Sorunu

Finansal sorunlar KOBİ'ler için birçok sorunun temelinde yer almaktadır. Diğer sorunlar daha çok finansal sorunların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Finansman sorunu KOBİ'nin kuruluş aşamasında başlamakta ve işletme sürecinde devam etmektedir. İşletmeler ticaret faaliyetleri hız kazandıkça yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek, yeni teknoloji satın almak, tesis yenilemek gibi nedenlerden dolayı ek sermayeye ihtiyaç duymaktadır (Küçük, 2017: 352). Mevcut imkanlar dahilinde kendi öz kaynakları yetersiz kalan işletmeler dış kaynaklara yönelmektedir.

Kâr marjı düşük olarak KOBİ'ler için gerek yatırım gerekse işletme sermayesi oluşturmada uzmanlaşmış banka sayısı yetersiz kalmaktadır. Finansal kaynak ihtiyacını karşılamak isteyen işletme genel bankacılık sistemi ve kredilerine başvurduğunda birtakım bürokratik engeller, ödeyemeyeceği yükseklikte faiz ve ödeme koşullarıyla karşılaşmaktadır (Erez, 1994: 6).

Finansman sorununun temelinde KOBİ'lerin öz sermaye sorunu bulunmaktadır. Bağımsız derecelendirme kuruluşları ile bankalar tarafından incelemeye alınacak olan KOBİ'lerin değerlendirilecek olan özelliklerinin en başında işletme sermayesi gelmektedir. Güçlü sermaye yapısına sahip KOBİ'lere uygulanan kredi faiz oranları ile zayıf sermaye yapısına sahip KOBİ'ler için uygulanan kredi faiz oranları karşılaştırıldığında aynı olmadığı görülmektedir. Güçlü sermaye yapısına sahip işletmeler kredi finansmanından, diğer işletmelere kıyasla daha düşük maliyetlerle yararlanabilmektedir (BBDK, 2004: 22–23).

Öz Kaynak Yetersizliği Sorunu: Kuruluş aşamasında olan küçük ve orta ölçekli işletmeler, sermaye ihtiyacını genellikle öz kaynaktan karşılamaktadır. Yeterli öz kaynağa sahip olmayan işletmeler yeni yatırım yapıp büyüebilmek için finansman temin

etme sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. KOBİ'lerin kendi içsel bir sorunu olan öz kaynak yaratamama durumu özellikle kuruluş aşamasındaki girişimcilerin önünde bir engel teşkil etmektedir.

KOBİ'lerin kuruluş aşamasından sonraki yıllar işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri oldukça önemlidir. Yapılan araştırmalar sonucunda öz kaynak yetersizliği sorunu yaşayan işletmelerin genellikle ilk beş yıl içerisinde faaliyetlerini sonlandırmak zorunda kaldıkları gözlemlenmiştir. Öz kaynak finansmanı doğrudan işletme ortakları aracılığıyla sağlanabileceği gibi sermaye piyasası aracılığıyla da karşılanabilmektedir (Müslümov, 2002: 21).

Sermaye Piyasasından Finansman Temininde Yaşanan Problemler: Öz kaynak yetersizliği ve kredi temininde yaşanan sorunların aksine KOBİ'ler için sermaye piyasalarından fon sağlamak önemli bir finansman seçeneği olarak karşımıza çıkmaktadır. KOBİ'ler hisse senedi, tahvil, kâr ve zarar ortaklığı belgesi, finansman bonusu vb. araçlar sayesinde piyasadan fon sağlayabilmektedirler. Sermaye piyasası KOBİ'ler için önemli bir finansman kaynağı olmasının aksine bu olanaktan çok fazla yararlanamadıkları görülmektedir (Alptekin, 2007: 4–5). Bu durumun başlıca nedenleri şu şekilde sıralanabilir (Kutlu ve Demirci, 2007: 192):

- İşletmelerin genel olarak şahıs ve aile şirketi olması ve yönetim kabiliyetini kaybetme kaygısı

- Halka arz sürecinin maliyetli olması,

- Firmaların çok küçük ölçeklerde olması,

- KOBİ'lerin örgüt yapısı ve muhasebe sistemleri,

- KOBİ'lerin kayıt dışı kalmak istemesi

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin genel olarak aile şirketi olmalarından kaynaklı yönetimi kaybetme endişesi, mali piyasalara olan güvensizlik, halka arz konusundaki bilgi eksikliği, bağımsız denetim ücretleri, hisse senedi basım maliyetleri, satış komisyonu, vergi politikası gibi bir birçok farklı neden işletmelerin sermaye piyasasına girişinin önündeki önemli birer engel olarak görülmektedir (Saraç ve Bozkurt, 2011: 93).

İşletme Sermayesi Yetersizliği Sorunu: İşletme sermayesi, işletmenin kısa vadede nakde dönüştürülebilir ekonomik değere sahip varlıklara yapmış oldukları yatırım olarak tanımlanmaktadır. İşletmenin faaliyete geçebilmesi ve faaliyetlerini devam ettirebilmesi için hammadde ve yardımcı madde satın alması, yeterli ölçüde stok bulundurması, kredili satış yapılabilmesi, yönetim, pazarlama vb. giderlerin karşılanabilmesi için para veya likiditesi yüksek varlık bulundurmaya zorundadır (Kaya, 2014: 197). Ancak işletmeler için mali bilanço ve tablolar sadece devlete gösterilmek zorunda olunan belgeler olarak görülmektedir. Bu anlayış nedeniyle birçok KOBİ, bankaların kredi kriterlerini karşılayamadığı için finansman desteği imkanından yararlanamamaktadır (Büyükbeşe ve Erşahan, 2019: 325–326).

Kredi Temininde Yaşanılan Güçlükler: Küçük ve orta ölçekli işletmelerin kredi yoluyla para desteği sağlama konusunda yaşadığı en temel sorun teminat gösterememekten kaynaklanmaktadır. Kısa vadeli ihtiyaçların karşılanması amacıyla başvuruda buldukları kredi kuruluşu teminat olarak ipotek ve kefalet talebinde bulunmaktadır. Bankaların sıfır risk ile çalışma prensipleri gereği bazı durumlarda kredi miktarının üzerinde bir teminat talep edilebilmektedir. Büyük işletmeler bu talebi şirketin varlığını güvence bedeli olarak gösterip karşılayabilirken, KOBİ'ler kişisel mal ve

varlıklarını teminat göstermek zorunda kalmaktadır. Küçük işletme sahipleri işlerin kötü gitmesi sonucunda tüm sermaye ve birikimini kaybetme riski ile karşı karşıya kalmaktan korktukları için kredi ile finansman konusunda çekimser davranmaktadır. Bu durum KOBİ'ler için kredi kurumlarına karşı mesafeli davranmalarına neden olmakta ve banka kredilerinden yeterli derecede yararlanamayan KOBİ'leri gayri resmi kanallardan borçlanmaya yönlendirmektedir. Bu durum ise yeterli öz sermayeye sahip olmayan KOBİ'lerin borçlanmadan kaçınmasına neden olduğu gibi işletme faaliyetlerinin geliştirilmesini ve büyümesini engellemektedir (Yörük, 2001: 190).

1.6.7 İhracat Sorunu

İhracat gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, dünya ticaretindeki gelişmelerle paralel olarak her geçen gün daha fazla önem verilen ve çeşitli programlar aracılığıyla teşvik sağlanan bir faaliyettir. Ülke ekonomisi ve kuruluşlar açısından oldukça önemli bir yere sahip olan ihracat, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında oldukça büyük bir paya sahiptir. Aynı zamanda ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi hem ihracatın gerçekleşmesinde hem de beklenen faydanın sağlanmasında kilit faktör olarak yer almaktadır (Kılıç ve Kendirli, 2003: 41).

Ülke ekonomileri açısından oldukça önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler, dış ticarete açılırken birtakım sorunlar ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu sorunlar gerek işletmenin kendi öz yapısından gerekse ulusal ve uluslararası faktörlerden kaynaklanabilmektedir. KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve ihracata yönelik devlet yardımlarının detaylı incelemesi ikinci bölümde yapılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

İHRACAT KAVRAMI VE İHRACAT TEŞVİKLERİ

2.1 İHRACAT TANIMI VE ÖNEMİ

İnsanlığın var oluşundan günümüze kadar geçen zamanda tüketim her zaman önemli bir kavram olmuştur. Tarihsel süreçte temel ihtiyaçları karşılamak amacıyla avcılık ile başlayan bu olgu göçebe yaşamdan yerleşik düzene geçene kadar süregelmiştir. Yerleşik hayata geçişle birlikte insanlık, tükettiğinden daha fazlasını üretebilme yeteneği kazanmıştır. Yaşanan bu arz artışıyla birlikte insanlar çevresindeki diğer bireyler ile mal değiş tokuşu şeklinde gerçekleşen trampa ekonomisini oluşturmuşlardır. Zaman içerisinde ülke sınırlarına ulaşan bu sistem daha sonra ülkeler arası ticarete dönüşerek günümüz dış ticaretinin temellerini oluşturmuştur (Özçalık, 2014: 3).

Dış ticaret kalemlerinden birisi olan ihracat için literatürde çok fazla tanımlama bulunmaktadır. Basit anlamıyla bir ülkenin sınırları içerisinde serbest dolaşımda bulunan (ülkede imal edilen, geliştirilen veya farklı bir ülkeden ithal edilen) mal ve hizmetin başka ülkelere satılması veya gönderilmesi (Şahin, 2007: 43) olarak tanımlanmaktadır. Ülke ekonomilerinin büyümesi, gelişmesi ve kalkınması için ihtiyaç duyulan döviz kaynağını sağlamak amacıyla oldukça önemli bir araçtır.

Türkiye’de 6 Haziran 2006 tarihinde 26190 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan ve halen yürürlükte olan İhracat Yönetmeliği’ne göre ihracat “Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veya Bakanlık tarafından ihracat olarak kabul edilecek diğer çıkış ve işlemleri” olarak tanımlanmaktadır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler ihracat artışı sağlayabilmek için büyük gayret göstermektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından sınırlı döviz gelirlerinin arttırılabilmesine yönelik daha fazla miktarda ihracat gerçekleştirilme çabası ülkelerin ekonomi stratejilerinin temelini oluşturmaktadır (Takım ve Ersungur, 2010: 289–290). İhracat faaliyetleri ülke ekonomisinin kalkınması, döviz ihtiyacı ve ithalatın karşılanması gibi pek çok alanda fayda sağladığı gibi işletmeler için de ayrı bir öneme sahiptir. Bir işletmenin uluslararası pazara girebilmesinin en kolay yolu olan ihracat dışarıya açılmanın ilk adımı olarak görülmektedir. Ayrıca işletmeler için ihracat sermayenin verimli kullanılmasını, atıl kapasitenin azaltılmasını ve mevcut fiziki ve beşerî sermayenin etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte ihracat iç piyasada artan rekabet ve azalan kârlılık durumuyla karşı karşıya kalan firmalar için alternatif pazar olanağı sunmaktadır (Özbek, 2009: 20).

2.2 İHRACAT TÜRLERİ

İhracat türlerini birçok kritere bağlı olarak sınıflandırmak mümkündür. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde genel olarak aracı şirket kullanımına bağlı olarak doğrudan ve dolaylı ihracat olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Ancak Türkiye’deki yönetmelikte ihracatın farklı kriterlere göre sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu nedenle ihracat türleri; ihracat yönetmeliğine göre ihracat türleri, doğrudan ihracat ve dolaylı ihracat olmak üzere üç başlık altında ayrı ayrı incelenecektir.

2.2.1 İhracat Yönetmeliği’ne Göre İhracat Şekilleri

Türkiye’de 6 Haziran 2006 tarih ve 26190 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan İhracat Yönetmeliğinin ikinci bölümünü ihracat şekilleri ve esasları oluşturmaktadır. Yönetmelik kapsamındaki ihracat türleri şu şekilde sıralanmaktadır:

Ön İzne Bağlı İhracat: İhracı uluslararası anlaşma, kanun, kararname ve yürürlükteki mevzuat uyarınca belli bir kurumun ön iznine bağlı olarak gerçekleştirilmesi gereken ihracat biçimidir. Bu tür mal ve hizmetlerin ihracatında gerekli olan ön izinler ilgili kurum ve kuruluşlardan alındıktan sonra ihracat mevzuatı uygulanarak işlem gerçekleştirilebilmektedir (Gökgöz ve Şeker, 2014: 27). 19 Eylül 1996 tarih 22762 sayılı yayımlanan Resmî Gazete’de ihracatı ön izne bağlı olan malların listesi ve izin alınması gereken kuruluşlar maddeler halinde belirtilmiştir.

Kayda Bağlı İhracat: İhracatın serbest olması temel kural niteliğinde olsa da bazı ürünlerin ihracatının birtakım nedenlerden dolayı takip edilmesi gerekmektedir. Bu durum bazen ürünün ülke içerisindeki öneminden bazen de uluslararası anlaşmalardan kaynaklanmaktadır. İhracatın kayıt altına alınması dış ticarete yönelik bir kısıtlama değil daha çok ihracatın madde politikası açısından izlenebilmesi ve gerektiğinde tedbir alınabilmesine yönelik bir yaklaşım politikasıdır (Onursal, 2017: 80).

İhracatı kayda bağlı mal ve hizmetler, Müsteşarlık tarafından yayımlanacak olan tebliğ ile belirlenmektedir. Listede yer alan mal ve hizmetin ihraç işleminden önce gümrük beyannamesinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından kayıt altına alınması gerekmektedir (Polat, Doğruyol ve Balıkçioğlu, 2020: 25).

Konsinye İhracat: Kesin satış işlemi daha sonra gerçekleştirilecek ve bedeli satıldığında tahsil edilmek üzere yurt dışındaki alıcılara, komisyonculara veya ihracatçının yurt dışında bulunan şube ve temsilciliklerine emaneten mal gönderilmesi şeklinde gerçekleşen ihracat işlemidir (Yarbaşı ve Gürtan, 2012: 51). Konsinye ihracat fiili satış değil daha çok satış arama şeklidir. Zira ihraç edilen malın alıcısı ve fiyatı henüz belli değildir.

Konsinye satış genellikle satışı zor gerçekleştirilen veya alıcı tarafından görülüp beğenmesini gerektiren mallar için kullanılmaktadır (Onursal, 2017: 81)

Konsinye ihracat için müracaatlar İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne yapılması gerekmektedir. Ürün stratejisi veya ülke politikası bakımından Bakanlık tarafından getirilebilecek düzenlemeler kapsamındaki mal ve hizmetler ile ilgili konsinye ihraç talepleri; Müsteşarlık görüşü doğrultusunda, diğer mal ve hizmetlere ilişkin talepler ise doğrudan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından sonuçlandırılmaktadır (Kutlu, 2010: 11).

Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım ve İhracat: İşletmelerin uluslararası pazarda tanınması için katılım sağlanabilecek fuar ve sergiler Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. Uluslararası ticari fuar ve sergilerde Türkiye'yi temsil etmek amacıyla ulusal veya bireysel olarak katılacak firma ve kuruluşlar, fuar için yurtdışına çıkaracakları bedelli ve bedelsiz mal veya hizmete ilişkin başvurular doğrudan sorumlu gümrük idarelerine yapılmaktadır. Gümrük idareleri söz konusu mal ve hizmetlerin yurtdışına çıkışı için yapılan başvuruları ilgili mevzuat kapsamında inceleyerek sonuçlandırmaktadır (Avcı, 2015: 8).

İthal Edilmiş Ürünün İhracı: Gümrük mevzuatı kapsamında daha önce serbest dolaşıma girmiş yeni veya kullanılmış mal ve hizmetin, başka bir ülkeye satışının genel esaslar çerçevesinde yapılmasıyla gerçekleşen ihracat yöntemidir. Aslında gümrük işlemleri açısından ithal edilmiş malın ihraç edilmesi özellik arz etmemektedir. Fakat İhracat Yönetmeliği'ne göre özellik arz eden ihracat türleri arasında yer almasının nedeni ihracatın desteklenmesine yönelik mevzuat, yatırım mevzuatı ve gümrük mevzuatının çıkış yerine iade hükümlerinden kaynaklanmaktadır (Canitez, 2017: 47).

Serbest Bölgelere Yapılacak Olan İhracat: Serbest bölgeler bir ülkenin siyasi sınırları içerisinde yer alan fakat gümrük ve vergi hattı dışında tutulan, mevzuat ve kısıtlamaların kısmen veya tamamen geçersiz sayıldığı, ticari ve ekonomik faaliyetlerin kolaylaştırılması adına devlet müdahalesinin en aza indirildiği üçüncü ülke statüsündeki bölgeler olarak tamamlanmaktadır (Bakan ve Gökmen, 2014: 35; Hava, 1999: 113). Türkiye’den serbest bölgelere yapılacak olan ihracat işlemi için ihracat mevzuatı hükümleri uygulanmaktadır (TİM, 2021). Günümüzde işletmeler genellikle üretim faaliyetlerini bu alanlarda yürüterek gümrük vergisi muafiyetinden yararlandığı gibi maliyet avantajı sağlamaktadır.

Ticari Kiralama Yolu ile Yapılan İhracat: Bir malın geçici bir süre kullanılmak üzere, belirli bir ücret karşılığında yurt dışına gönderilerek kiralanması şeklinde gerçekleşen ihracat yöntemidir. Ticari kiralama yolu ile gerçekleştirilecek olan ihracat için gümrük mevzuatı hükümleri uygulanmaktadır. Ticari kiralama yolu ile yapılacak ihracat talepleri, kiracı firma veya kuruluşla yapılan sözleşme ve başvuru formuyla birlikte üyesi oldukları veya bölgedeki ihracatçı birliğine yapılması gerekmektedir (Özcan, 2012: 22).

Bağlı Muamele ve Takas Yolu ile Yapılan İhracat: Karşılıklı ticaret olarak adlandırılan bu sistemde ihraç edilen mal ve hizmetin karşılığı olarak ödemenin tamamının veya bir kısmının para yerine mal ve hizmet şeklinde gerçekleştirildiği ticaret yöntemidir. Bu ihracat biçimi daha çok finansman sorunu yaşayan ülkeler için geliştirilmiş bir yöntemdir. Ticarete konu olan taraf ülke sayısı iki ise “takas” daha fazla ülke olması durumunda ise “bağlı muamele” olarak adlandırılmaktadır (Şahin, 2007: 36).

Takas ve bağlı muamele işlemleri yürürlükteki ihracat ve ithalat rejimleri çerçevesinde yürütülmektedir. Başvurular taraflar arasında imzalanan sözleşme ve başvuru

formu ile İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne yapılması gerekmektedir (Yıldırım ve Özsağır, 2013: 163).

Transit Ticaret: Gümrük bölgesi sınırları dışında kalan yerleşik bir firma veya antrepodan satın alınan bir malın, Türkiye üzerinden transit veya doğrudan doğruya yurt dışında yerleşik olan gerçek/tüzel kişilere satılması şeklinde gerçekleşen ihracat biçimidir. Alış ve satış fiyatları arasında lehte fark olması esastır. Türkiye'de bulunan dış ticaret şirketleri tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Uluslararası anlaşmalar ile ticareti yasaklanmış olan mallar ve Ticaret Bakanlığı tarafından transit ticaretinin yapılması uygun görülmeyen mallar transit ticarete konu olamaz. Ayrıca ithalat ve ihracat yapılması yasaklanmış olan ülkelerden transit ticaret yapılamaz (Aydemir, 2017).

Bedelsiz İhracat: Karşılığında herhangi bir ödeme almaksızın, yurt dışına mal ve hizmet çıkarılması “bedelsiz ihracat” olarak tanımlanmaktadır. Kanun ve uluslararası anlaşmalarca ihracatı yasaklanmış olan ürünlerin bedelsiz ihracatına izin verilmemektedir. İhracatı mevzuat gereğince izne tabi olan malların bedelsiz olarak ihraç edilebilmesi için ilgili merciden ön izin alınması gerekmektedir. Bedelsiz ihracat başvuruları “Bedelsiz İhracat Başvuru Formu” doldurularak doğrudan gümrük idaresine veya İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği'ne yapılması gerekmektedir (Kaya ve Ayluçtarhan, 2009: 183–184).

26190 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan İhracat 2006/5 numaralı “Bedelsiz İhracata İlişkin Tebliğ” kapsamında bedelsiz ihraç edilebilecek mallar şu şekilde belirtilmiştir:

- Gerçek ve tüzel kişiler tarafından yanlarında götürülen veya gönderilen hediyeler, miktarı ticari şartlara uygun numuneler, reklam ve tanıtım eşyaları

- Daha önce usulüne uygun şekilde ihraç edilmiş malların bedelsiz gönderilmesi gereken parçaları, fireleri veya garanti kapsamındaki ürünlerin yedek parçaları
- Yabancı turistler, Türkiye’de çalışan yabancılar, yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşları, geçici veya kalıcı olarak yurt dışına giden kamu görevlilerinin beraberinde götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek eşyalar
- Kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler ve üniversitelerce, görevleri gereği veya anlaşmaları nedeniyle yurt dışına gönderdikleri mal ve taşıtlar
- Savaş, deprem, sel, salgın hastalık ve benzeri afet durumlarında, kamu yararına çalışan dernek ve vakıflar tarafından gönderilecek insani yardım malzemeleri şeklindedir.

İşletmelerin üretmiş oldukları mal ve hizmetleri uluslararası pazarlara ulaştırabilmeleri için iki alternatifleri bulunmaktadır. İşletmelerin yurt dışına satış işlemi sırasında aracı bir kuruluş kullanıp kullanmamalarına bağlı olarak sınıflandırılan ihracat türleri; doğrudan ihracat ve dolaylı ihracat olmak iki şekilde gerçekleşmektedir.

2.2.2 Dolaylı İhracat

Dolaylı ihracat, işletmelerin üretmiş oldukları mal ve hizmetlerin aracı bir şirket vasıtası ile yurt dışına satışının gerçekleştirildiği ihracat yöntemidir. Dolaylı ihracat gerçekleştirmek isteyen firma üretmiş olduğu mal ve hizmeti kendisinden bağımsız aracı bir şirkete satışını gerçekleştirmektedir. Bu yöntem genellikle ihracata yeni başlamış, yurt dışı piyasalar konusunda yeterli personel ve kaynağa sahip olmayan işletmeler tarafından tercih edilmektedir (Turan ve Özel, 2020: 89–93).

Dolaylı ihracat yönteminde üretici ve tüketicinin doğrudan bir ilişkisi bulunmamaktadır. Dolayısıyla üretici firma ülke dışında satışı yapılan mala yönelik zevk ve tepkileri gözlemleyememektedir. Bu durum firmanın pazarlama eylemlerinde kontrolü kaybetmesi riskini barındırır da dolaylı ihracatta arada bulunan aracı firmaların çokluğu nedeniyle bu risk faktörünü aracılardan üstlenmesini sağlamaktadır (Karafakıoğlu, 1990: 208–210). Ayrıca pazarlama faaliyetlerindeki riske karşılık işletmeler için hiçbir bilgi ve donanıma sahip olmadan ihracat gerçekleştirebilmeleri bu ihracat yöntemin en büyük avantajını oluşturmaktadır.

Dolaylı ihracat kavramını doğrudan ihracat ile kıyaslandığında işletmeler için daha kolay ve risksiz bir uluslararası pazar giriş yöntemi olarak görülmektedir. İlk kez ihracat yapacak olan firmalar bu yöntem sayesinde dışa açılma imkânı bulabildiği gibi uzmanlığa ve sabit sermaye birikimine gerek kalmadan kolay bir şekilde ihracat gerçekleştirebilmektedirler (İmamoğlu, 2018: 54). Bunun yanında özellikle KOBİ'ler için ihracatın çeşitli bürokratik, teknik ve hukuki işlemleri ile enerjilerini harcamak yerine üretime odaklanabilme fırsatı sağlamaktadır (Ulaş, 2004: 184).

Dolaylı ihracatın avantajlarının yanında bazı olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Tercih edilen aracı firmanın yeterli satış desteğinin bulunmaması, hatalı fiyatlandırma kararları alınması ve zayıf dağıtım kanallarının tercih edilmesi nedeniyle toplam satış miktarını da olumsuz şekilde etkilenmektedir. Ayrıca kötü yönetilen pazarlama faaliyetleri üretici firmanın kurumsal marka ve imajının zedelenmesine yol açabilmektedir (Yıldız, 2007: 60). İhracat konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmadan dış pazara açılmak isteyen işletmelerin, bağımsız olarak tercih edebilecekleri çok sayıda aracı bulunmaktadır. Dolaylı ihracatta aracılık edebilecek kuruluşları şu şekilde özetlemek mümkündür (Canitez,

2016: 4–6; Karafakıoğlu, 1990: 211–215; Turan ve Özel, 2020: 89–93; Ulaş, 2009: 94; Yılmaz, 2018: 156–158):

Komisyoncular ve Yerli Tüccarlar: Komisyoncular, belirli bir komisyon karşılığında yabancı müşteri adına temsilcilik faaliyeti yürüten işletmelerdir. Uluslararası alıcı ve satıcıları bir araya getirmektedirler. Gerektiğinde tarafları hiç karşılaştırmadan temsil ettiği firma adına tüm işlemleri üstlenebilmektedirler. Yerli tüccarlar ise ihracat yapan ülkenin vatandaşı olup bağımsız bir şekilde kendi hesabına çalışan kişi veya kuruluşlardır. Üretici firma için yerli tüccarlar ile yurt içi satış arasında fark bulunmamaktadır. Yurt dışı pazardaki ihtiyaçları tespit edip talebi değerlendiren aracı kuruluş, üretici firmadan ürünleri tedarik ederek yurt dışına satışını gerçekleştirmektedir.

İhracatçı Birlikleri: İhracatçı birlikleri, ihracat yapan işletmelerin gönüllü olarak üye oldukları kuruluşlardır. Bu kurumlar üye firmaların tek başına gerçekleştirmekte zorlanacakları işlemleri topluluk adına gerçekleştirerek uluslararası pazarda yardımcı olmaktadır. İhracatçı birlikleri üye firmaların mallarını işletmeden alıp yurt dışında satışını gerçekleştirebildikleri gibi komisyoncu olarak yabancı müşteri adına aracılık görevi de üstlenebilmektedirler.

Yabancı Tüccarlar ve Temsilciler: İhracatçı firmanın bulunduğu ülkede ikamet eden ve yabancı işletme adına belirli bir ücret karşılığında aracılık faaliyetinde bulunup büyük miktarlarda alım yapan tüccar ve temsilcilerdir. Üretici firma satışı yurt içerisinde gerçekleştirirken malın yurt dışına sevki aracı kuruluşun kontrolindedir.

Dış Ticaret Şirketleri: İhracatçı işletmelerin mallarını yurt dışına pazarlayan bağımsız kuruluşlardır. İhracat şirketleri olarak da bilinmektedir. Geniş bir ürün portföyüne

sahip bu şirketler; yükleme, depolama, sigorta, finans, danışmanlık gibi konularda uzman kuruluşlardır.

İhracat Yönetim Şirketleri: İhracatçı firmanın bulunduğu ülkede faaliyet gösteren, birbirine rakip olmayan belirli sayıdaki işletmenin ürünlerini pazarlayan ve gerektiğinde bir komisyoncu gibi işletme adına görüşmeler yaparak sipariş alan aracı kuruluşlardır. Üretici firmaların ihracat bölümü gibi çalışmasına rağmen bağımsız olarak kendi hesaplarına faaliyet yürüten şirketlerdir. Çok sayıda işletme ile çalıştıkları için maliyetleri düşüktür. Özellikle dış ticaret konusunda deneyimsiz KOBİ'ler için işletme bünyesinde ihracat bölümü kurmadan ihracat yapabilmelerine imkân sağlamaktadır.

2.2.3 Doğrudan İhracat

İşletmeler dolaylı ihracat ile başladıkları süreçte yeterince tecrübe ve birikim edindikten sonra kârlılıklarını arttırmak amacıyla çeşitli riskleri üstlenerek aradaki aracılığı çıkartmak istemeleri mümkündür (Engin, 2005: 51). İşletmelerin hiçbir aracı şirket kullanmadan üretmiş oldukları mal ve hizmetleri uluslararası pazarlara ulaştırma sürecinin doğrudan işletme tarafından gerçekleştirildiği ihracat türü doğrudan ihracat olarak adlandırılmaktadır. Bu yöntem belirli bir yatırım ve çalışma gerektirdiği için genellikle büyük ölçekli işletmeler tarafından tercih edilmektedir (Yılmaz, 2018: 158).

Doğrudan ihracat sürecinde arada aracı bir kuruluş olmamasından dolayı işletmeler için kârlılık artışı sağlamanın yanında kontrol ve denetim sürecinde daha fazla etkin olmalarını sağlamaktadır (Görgün, 2020a: 19–20). Bu yöntemin dolaylı ihracata kıyasla daha fazla bilgi ve deneyim gerektirdiği için işletmelerin kendi bünyelerinde bir ihracat bölümü kurmaları ve işletme içerisindeki diğer birimler ile koordinasyonun sağlanması büyük önem arz etmektedir (Mercan, 2019: 13).

Dolaysız ihracat yapma stratejisi benimseyen işletmelerin şu yöntemleri kullandıkları görülmektedir (Canitez, 2016: 7–8; Karafakıoğlu, 1990: 215–222; Ulaş, 2004: 96–98);

İşletme İçi İhracat Bölümü: İşletmenin kendi bünyesine kurduğu ihracata yönelik faaliyetleri yürüten bölümdür. İşletmenin uluslararası pazarlama ile ilgili tüm faaliyetleri bu bölüm tarafından gerçekleştirilmektedir.

Yurt Dışı İhracat Büroları: Üretici firmaya ait yurt dışı ihracat büroları, işletmenin alıcılar ile olan ilişkisini ve pazarlama faaliyetlerini yürüterek ihracati firmaya kolaylık sağlamaktadır. Yurt dışında bulunan ihracat büroları depolama ve uluslararası pazarda tutundurma işleminin yanı sıra satış ve dağıtım faaliyetlerinde de etkilidir. Ayrıca yurt dışı ihracat büroları içinde buldukları ülkenin pazar yapısını çok iyi bildikleri için müşterilere ait çeşitli bilgileri üretici işletmeye hızlı bir Şekilde aktararak firmaya yarar sağlamaktadır.

Yabancı Dağıtımcılar ve Acentalar: İşletmeler üretmiş oldukları malların uluslararası pazarda satılabilmesi amacıyla yurtdışında dağıtımcı Şirket veya acentalar ile anlaşabilmektedir. Bu dağıtımcı Şirketler ve acentalar, yurtdışı ihracat büroları gibi işletme ile herhangi bir bağı bulunmazken firmalar tarafından sıkça tercih edilmektedir.

Gezici Satış Temsilcileri: Gezici satış temsilcisi, ihracati firmanın mallarının yurtdışında satışını gerçekleştirmek, sipariş almak ve yabancı ülkedeki gereksinimleri tespit etmek amacıyla görevlendirilmiş sık sık yurtdışı seyahatler gerçekleştiren işletme personeline verilen isimdir. Aktif bir pazarlama stratejisi olan gezici satış temsilciliklerinin temelde üç görevi bulunmaktadır. Bu görevler; satılan ürün hakkında müşterileri bilgilendirerek sipariş almak, satışa konu olan ürünün uluslararası pazarda tanıtılmasını

ve marka imajının oluşturulmasını sağlamak, uluslararası pazar ile ilgili bilgilerin toplanarak işletmeye aktarılmasını sağlamak şeklindedir.

Yabancı Ülkedeki Toptancılar ve İthalatçılar: İhracatçı firmalar arada aracı bir kuruluş olmadan satış işlemini doğrudan yabancı ülkedeki toptancı veya ithalatçıya gerçekleştirebilmektedir. Doğrudan ihracat aracı olarak kullanılan bu yöntem işletmeler için zor bir tercih olarak görülmektedir. Üretici firma için başlangıçta birtakım kolaylıklar sağlasa da diğer yöntemler ile kıyaslandığında, işletmenin pazarlama faaliyetleri üzerinde daha kısıtlı kontrol imkânı barındırmaktadır.

Büyük Perakendeciler: Özellikle gelişmiş ülkelerde belirli bir statüye ulaşmış perakendeciler kendi ülke sınırları dışındaki üretici işletmelerden doğrudan ithalat gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda üretici işletmelerin, gelişmiş ülkelerde yer alan büyük perakendecilere aracısız gerçekleştirdikleri satış işlem doğrudan ihracat olarak nitelendirilmektedir.

Elektronik Ticaret: Elektronik ticaret için genel bir tanım olmamakla birlikte, Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından “mal ve hizmetlere ait üretim, reklam, satış ve dağıtımının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılması” olarak açıklanmaktadır (Küçükölmazlar, 2006: 6). Son yıllarda artan internet kullanımıyla birlikte elektronik ticaret, işletmeler için oldukça sık tercih edilen bir doğrudan ihracat yöntemi haline gelmektedir.

2.3 KOBİ'LERİ İHRACATA YÖNELME NEDENLERİ

Küreselleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte ülkeler arasındaki siyasi, ekonomik, politik ve sosyal ilişkilerin gelişmesi, farklı kültür ve inançların daha yakından tanınması

sonucu ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşmasına olanak sağlamaktadır. Küreselleşmeyle birlikte ülkeler arasındaki sermaye akışı hızlanmış, korumacılık giderek azalmış ve bunun sonucunda ülkelerin dış ticaret yoluyla birbirlerini etkilemeleri kolaylaşmıştır. Dünyada küreselleşmenin hız kazanması uluslararası pazarlarda rekabet artışını da beraberinde getirmiştir. Ülke ekonomileri için oldukça önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler, artan rekabet ortamından önemli ölçüde etkilenmiş ve bu sorunlar karşısında çözüm arayışına girmişlerdir (Aksümer, 2015: 6).

KOBİ'lerde ihracat yapma kararı sadece tek bir kişi tarafından alınacak kanaate bağlı durumdadır. İşletme sahibinin aldığı karar doğrultusunda işletmeler yurtdışı pazarlara açılmaktadır. Uluslararası pazardaki yoğun rekabet ortamında hayatta kalmaya çalışan KOBİ'lerin ihracat yapmaya karar vermesinde işletme sahibinin cesaret ve özgüveni, yurt dışı tecrübesi, eğitim düzeyi, dil bilgisi ve beklentiler gibi faktörler etkilidir. Ayrıca girişimci tarafından ihracat kararı alınırken ülkenin ekonomik durumu, altyapı olanakları ve ülkedeki ihracat politikaları gibi faktörler de göz önünde bulundurulmaktadır (Atalay, 2017: 72)

KOBİ'leri ihracat yapmaya zorlayan birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden en önemlilerini şu şekilde özetlemek mümkündür: satış ve kârlılık artışı sağlamak, büyümek, iç piyasadaki talep darlığı, azalan kârlılık, uluslararası pazarda bilgi ve tecrübe edinerek iç pazarda rekabet edilebilirlik düzeyi artışı sağlamak, atıl kapasiteyi değerlendirmek, talep dalgalanmalarına karşı riski azaltmak, yurt dışı pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajların yararlanmak şeklindedir (Bozkurt ve Tunç, 2018: 382; Işık ve Delice, 2007: 77).

2.4 KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI GENEL SORUNLAR

İhracatın ülke ekonomisi adına büyük bir öneme sahip olduğu somut bir gerçektir. İhracat ekonominin gelişmesinde ve kalkınmasında oldukça önemli rol oynamaktadır (Bedük ve İnce, 2005: 170). İhracat artışı ile bir yandan milli gelir artışı sağladığı gibi diğer taraftan döviz darboğazının aşılmasını sağlayarak ekonomik kalkınmaya olumlu katkı sağlamaktadır (Aksoy ve Yıldırım, 2013: 252).

Küreselleşen dünyada ülkeler dünya ticaretinden daha fazla pay alabilmek adına birbirleriyle rekabet içerisindedir. Günümüzde gelişmiş ülkelerdeki büyük işletmeler, toplam gelirlerinin büyük bölümünü uluslararası üretim ve pazarlama faaliyetlerinden elde etmektedir. İşletmeler iç piyasadaki talep darlığı, atıl kapasiteyi değerlendirmek, iç pazardaki rekabet ortamından kurtulmak, uluslararası pazardaki vergi ve avantajlardan yararlanmak gibi çeşitli nedenlerden dolayı dış pazara açılmak istemektedir (Özdemir ve Karaca, 2007: 4).

Üretimlerini tüketiciden gelen talebe bağlı olarak gerçekleştiren ve esnek üretim modeline sahip KOBİ'lerin ihracat konusunda büyük bir potansiyeli mevcuttur (Güneş ve Uğur, 2007: 24). Uluslararası pazara açılmak isteyen KOBİ'ler, uluslararası pazarlara girişlerde birçok farklı sorun ile karşılaşabilmektedir. Bu sorunlar işletmenin kendi içsel yapısından kaynaklı olabildiği gibi dışsal faktörlere de bağlı olabilmektedir.

İşletmenin uluslararası pazara açılma konusunda yaşadığı gerek içsel gerekse dışsal sorunlar; işletmenin dış pazara girmesini veya mevcut pazarı genişletmesini engelleyen yönetsel, işlevsel ve yapısal kısıtlamaları içermektedir. İçsel nedenler işletmelerin kendilerine has olan içsel fonksiyonlarından kaynaklı veya uluslararası pazara

yönelik tutum davranışlarından dolayı oluşan sorunları kapsarken, dışsal nedenler içinde bulunduğu çevresel koşullardan kaynaklı sorunları içermektedir (Balantekin, 2006: 35).

2.4.1 İşletme Düzeyinde Karşılaşılan Problemler

KOBİ'ler uluslararası pazarlama faaliyetinde bulunurken işletmenin kendi öz yapısından kaynaklı birtakım problemler ile karşı karşıya kalabilmektedir. Bu sorunların temelinde işletmenin zayıf ve yetersiz olması yer almaktadır. Fakat işletmelerin kendi işlevinden kaynaklanan bu problemlerin en önemli özelliği kontrol edilebilir olmasıdır (Canitez, 2004: 161). Akgemci (2001)'ye göre KOBİ'lerin ihracat sürecinde karşılaştıkları işletme düzeyindeki problemler ikiye ayrılmaktadır. Bu problemler işletme ölçeğinden kaynaklanan finansal sorunlar ve rekabet gücünü etkileyen sorunlar şeklindedir.

KOBİ'lerin Ölçeklerinden Kaynaklanan Sorunları: İhracata yönelik üretimin finansmanında karşılaşılan problemler, ekonomik ve kaliteli hammadde temin etme zorluğu, ticari faaliyetlerinin karşılanmasında yaşanan zorluklar, satış geliştirme ve reklam faaliyetlerinin yarattığı maliyetlerden oluşmaktadır.

KOBİ'lerin Rekabet Gücünü Etkileyen Sorunları: Yetersiz kalitedeki ürün, dış pazar fiyatlandırmasında yapılan yanlışlar, rakiplerin yeterince tanınmaması, hatalı pazarlama stratejileri, bilgi ve eleman eksikliği, üretim kapasitesi yetersizliği, psikolojik engeller ve dış ticaret organizasyonlarından yeterli desteğin sağlanamaması şeklindedir.

2.4.2 İşletme Dışı Faktörlerden Kaynaklanan Problemler

Küçük ve orta ölçekli işletmeler, ihracat faaliyetlerini gerçekleştirirken kendilerinden bağımsız ortaya çıkan birtakım problemler ile karşılaşabilmektedir. Bu

problemler işletmenin kendi başına halledebileceği sorunlardan daha çok dış nedenlere bağlı olarak ulusal ve uluslararası faktörlerden kaynaklanmaktadır.

İşletmelerin ihracat işlemi sırasında karşılaştıkları ulusal ve uluslararası düzeydeki sorunları (Akgemci, 2001: 32; Aksoy ve Yıldırım, 2013: 252; Leonidou, 2004: 282): KOBİ'lerin ihracat yapmalarını sağlayacak, ihracatını geliştirecek planlı ve düzenli bir strateji izlenememesi; KOBİ'lerin ihracata olan katkısının arttırılmasına yönelik hedeflerin net bir şekilde ortaya konulamaması ve mevcut koşulların bu amaçlara yönelik olmaması, gümrük tarifesi ve ithalat kotası engelleri, KOBİ'ler ile talep piyasası arasında koordinasyon sağlayacak bir kuruluşun bulunmaması, CE ve ISO belgelerine yönelik sertifikasyon sorunları, yasal ve bürokratik engeller, yurt dışı ödemelerinde yaşanan gecikmeler, döviz kuru riskleri, uluslararası pazarda oluşan sıkı rekabet ve fırsat maliyeti, dil ve kültür farklılıkları, yabancı müşterilerin farklı alışkanlık ve davranışları, KOBİ'ler için uygulanan teşvik tedbirlerinin yetersiz olması şeklindeki sorunlardan oluşmaktadır.

2.5 DEVLET İHRACAT TEŞVİKLERİ

Küçük ve orta ölçekli işletmeler ihracat işlemi sırasında içsel ve dışsal çeşitli problemler ile karşı karşıya kalmaktadır. Ülke ekonomisi için kalkınma, büyüme ve sanayileşme gibi konularda oldukça önemli bir faktör haline gelen KOBİ'ler karşı karşıya kaldığı sorunlar nedeniyle beklenen katkıyı sağlayamamaktadır.

İhracatçı firmalar içerisinde özellikle KOBİ'lerin ihracat faaliyetlerinin imalat ve satış süreçlerinden itibaren desteklenerek firmaların uluslararası pazarda rekabet düzeyinin arttırılması, ihracatın gelişmesi ve yükseltilmesi adına oldukça önem arz etmektedir (Bilgin ve Haskınacı, 2002: 52). Her ülke çeşitli kurum ve kuruluşlar aracılığıyla ihracatı geliştirmeye yönelik teşvikler uygulamaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi

Türkiye’de de KOBİ’lerin ihracata olan olumlu etkilerini arttırmaya yönelik birçok farklı kurum ve kuruluş tarafından desteklenmektedir. Bu bölümde Türkiye’de KOBİ’lere yönelik uygulanan devlet ihracat teşvik programları hakkında bilgi verilecektir.

2.5.1 Pazar Araştırması Desteği

Pazar araştırması, işletmeler tarafından ihraç edilecek ürünlere yönelik yeni pazar bulmaları, mevcut pazar paylarını arttırmaları ve doğru pazarlama stratejisi geliştirilmesini sağlamak amacıyla devlet tarafından teşvik edilmesidir (Kemer, 2003: 101). Pazar araştırması desteğiyle Türkiye’de sanayi veya ticaret sektörlerinde faaliyetlerde bulunan işletmeler ile iş birliği kuruluşlarının pazar araştırması ve pazara giriş çalışmalarına yönelik harcamalarının Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) tarafından karşılanması amaçlanmaktadır (Bağrıaçık, 2007: 332).

İşletmelere 27881 sayılı 2011/1 numaralı “Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ” çerçevesinde araştırma desteği sağlanmaktadır. Pazar araştırması desteğiyle işletmelerin yurt dışında yapacakları araştırma gezilerine ilişkin ulaşım ve konaklama giderlerinin 5.000 ABD dolarını aşmamak koşuluyla %70’i devlet tarafından karşılanmaktadır. Tebliğ kapsamında yurt dışı pazar araştırması gezisinin Türkiye’den gidiş-dönüş süreleri hariç en az 2 en çok 10 günlük bölümü destek kapsamında olup 20 günü aşan seyahatler değerlendirmeye alınmamaktadır. Her bir şirketin bir takvim yılı içerisinde en fazla 10 yurt dışı pazar araştırma gezisi, aynı ülkeye ise en fazla 2 seyahati karşılamaktadır. Söz konusu teşvikten yararlanmak isteyen işletmeler Ticaret Bakanlığı’na başvuruları gerekmektedir (Atayeter ve Erol, 2011: 7–8).

2.5.2 Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) Desteği

Her geçen gün değişimlerin yaşandığı rekabetçi küresel piyasalarda işletmeler varlıklarını sürdürebilmeleri ve gelişebilmeleri için üretim sürecinde daimî olarak yeniliğe önem vermek zorundadır. Günümüzde geleneksel üretim anlayışıyla rekabette zorlanan işletmeler inovasyon yarışına girişmişlerdir. Sermaye yapılarının çok daha güçlü olması nedeniyle büyük işletmeler araştırma ve geliştirme çalışmasına daha fazla ağırlık vermektedirler. Fakat hantal ve talep değişikliklerine kolay adaptasyon sağlayamayan büyük işletmelerin aksine, esnek ve müşteri ihtiyaçlarına kolay uyum sağlayabilen KOBİ'ler inovasyon konusunda çok daha başarılı olmaktadır (Örücü, Kılıç ve Savaş, 2011: 79).

Ekonomilerin vazgeçilmez bir parçası olan KOBİ'lerin Ar-Ge faaliyetleri devlet tarafından çeşitli araçlar yardımıyla desteklenmektedir. Bu çerçevede Türkiye'de Ar-Ge faaliyetlerine ilişkin devlet yardımları 23513 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 98/10 numaralı "Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ" ile yasal düzenlemesi yapılmıştır. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) aracılığıyla yeni fikir ve buluşlara sahip işletmelerin, uluslararası pazarda rekabet edebileceği düzeyde teknolojiyle kurulması ve yeni ürün üreterek geliştirebilmesi amacıyla işletmelere Ar-Ge desteği sağlanmaktadır (Selen, 2011: 119). Araştırma ve Geliştirme destekleri bir sonraki dönem ölçülebilir olması koşuluyla proje desteği ve sermaye desteği olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleştirilmektedir. Tebliğ kapsamında Ar-Ge destek faaliyetlerinden yararlanmak isteyen işletmeler için faaliyet aşamaları şu şekilde sıralanması gerekmektedir;

- 1) Düşünceyi geliştirme,
- 2) Teknolojik/teknik ve ekonomik gerçekleştirilebilirlik analizi,

3) Geliştirilen düşünceden tasarıma geçiş sürecinde yer alan laboratuvar çalışmaları ve benzeri çalışmalar,

4) Tasarım ve çizim faaliyetleri,

5) Prototip imalatı,

6) Pilot fabrikanın inşa edilmesi,

7) Deneme üretimi,

8) Patent ve lisans çalışmaları,

9) Satış sonrasında ürün tasarımından kaynaklanan problemlerin çözümüne yönelik çalışmalar.

Araştırma ve geliştirme programlarından faydalanabilecek kurum ve kuruluşlar; sanayi ve sicil belgesine sahip kuruluşlar, yazılım geliştirmeye amacıyla hizmet sektöründe çalışma yürüten firmalar ve sektör büyüklüğü fark etmeksizin katma değer oluşturabilen kuruluşlar şeklindedir (Ersan, 2012a: 38). 98/10 sayılı “Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ” kapsamında firma bünyesinde veya firma dışında Ar-Ge faaliyeti gerçekleştiren kuruluşların yukarıdaki belirtilen faaliyetlere yönelik harcamalarına ilişkin temel destek oranı en çok %50 oranında ve ek desteklerle birlikte en fazla %60’a kadar desteklenmektedir. Destek süresi proje başına en fazla 3 (üç) yıl ile sınırlı olup zorunlu nedenler dahilinde TÜBİTAK’ın gerekçeli önerisi ve DTM’nin onayı şartıyla bu süre en fazla bir dönem olmak üzere 6 (ay) uzatılabilmektedir. Faaliyetlerin Ar-Ge kapsamında olup olmadığı, harcama tutarının uygunluğu, destekleme oranı ve tutarı Dış Ticaret Müsteşarlığı’nca belirlenecek kriterler kapsamında TÜBİTAK tarafından incelenerek

sonuçlandırılmaktadır. TÜBİTAK'ın konuyla ilgili üstleneceği rol Ticaret Bakanlığı ile TÜBİTAK'ın aralarında yapacağı protokol ile belirlenmektedir. Desteklenen projelere yapılacak olan ödeme Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından gerçekleştirilmektedir. İşletmelere yapılacak olan ödemenin %6'sı, TÜBİTAK'ın izleme ve değerlendirme faaliyetleri ile temel araştırmalara destek sağlamak amacıyla kesilerek TÜBİTAK hesabına aktarılmaktadır.

TÜBİTAK tarafından hazırlanan KOBİ'lere yönelik araştırma ve geliştirme faaliyetlerine yönelik Başlangıç Destek Programı bulunmaktadır. Bu program aracılığıyla yenilik tanımı çerçevesinde yeni bir ürün üretilmesi, daha önce üretilen bir ürünün geliştirilmesi ve şartlarının iyileştirilmesi, kalite standartlarının artırılması veya maliyet azaltıcı özellikte yeni tekniklerin geliştirilmesi gibi konularda KOBİ'ler tarafından yürütülen ilk 3 projenin TÜBİTAK tarafından desteklenmesi amaçlanmaktadır. Proje kapsamında 600.000 TL bütçe ve 18 ay süre sınırı bulunmaktadır (TÜBİTAK, 2021).

2.5.3 Uluslararası Fuar ve Sergilere Katılım Desteği

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararası pazara açılma süreci içerisinde kullandığı araçların başında pazarlama karmasının en güçlü yöntemlerinden birisi olarak bilgi ve iletişimin temel kaynağı olan uluslararası fuarlar gelmektedir (Ali, 2011: 161). Bu fuarlar işletmelerin ürünlerini ziyaretçilere sunduğu, alıcı ve satıcıların bir araya geldiği ve bununla birlikte karşılıklı iletişimin kurulduğu etkinliklerdir. Yurt dışında gerçekleşen fuarlara katılım KOBİ'ler için oldukça avantajlı olmasının yanı sıra maliyet artışını da beraberinde getirmektedir. Bu yüzden ülke ekonomisinin lokomotifi konumda olan KOBİ'lerin uluslararası fuarlara katılımlarının sağlanması, desteklenmesi ve teşvik edilmesi oldukça önem arz etmektedir (İlter ve Çetinkaya, 2014: 227).

Yurt dışında düzenlenen fuarlara katılımın desteklenmesine yönelik tüm işlemler, 11 Ocak 1995 tarih ve 22168 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Bakanlar Kurulu’nun “İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı” kararına istinaden Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu tarafından hazırlanan 2017/4 sayılı “Yurtdışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Karar” ve 2017/4 sayılı “Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Karar’ın Uygulama Usul Ve Esasları Genelgesi” çerçevesinde yürütülmektedir.

Yurt dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Karar’a göre teşvik kapsamında işletmelerin ürünlerinin yurt dışında tanıtılması ve pazarlanması, yeni pazarlara girmesi suretiyle ihracatın artırılması amaçlanmaktadır. Teşvik kapsamındaki yardımlardan Türk Ticaret Kanunu (TTK) hükümleri çerçevesinde kurulmuş ihracatçı birliklerine üye şirketler ve Türkiye’de yerleşik üretici organizasyonları yararlanabilmektedir.

Uluslararası fuar ve organizasyonlara katılan işletmelerin tanıtım faaliyetleri sırasında yapacakları yer kirası, ulaşım, stant ve nakliye harcamaları için genel ülkelerde %50; Bakanlık tarafından belirlenen hedef ülke olması halinde ise %70’e kadar destek sağlanmaktadır. Ayrıca yurt dışı fuarının genel nitelikli olması halinde en fazla 92.000 TL, sektörel nitelikli olması halinde en fazla 140.000 TL, Bakanlık tarafından belirlenen prestijli fuar olması halinde ise en fazla 472.000 TL’ye kadar teşvikten yararlanabilmektedir (EİB, 2021).

2.5.4 Sektörel Nitelikteki Uluslararası Yurt İçi Fuarlarına Yönelik Destek

Bakanlık tarafından belirlenen sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarların dünyaya tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımcıların artırılmasını

amaçlamaya yönelik bir destek uygulamasıdır. Destek kapsamında Bakanlık tarafından belirlenen kriterleri karşılayan yerli organizatörlerin tanıtım ve promosyon faaliyetine yönelik harcamaların belirli oranı ve miktarı Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan (DFİF) karşılanmaktadır (Sarıhan, İncez ve Yaprak, 2017: 757).

Resmî Gazete'de yayımlanan 7 Ağustos 2014 tarih ve 2014/4 sayılı "Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt İçi Fuarların Desteklenmesine İlişkin Karar" çerçevesinde, destekten yararlanabilmek için Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) internet sayfasında ve Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayımlanan yıllık yurt içi fuar takviminde yer alması gerekmektedir. Aynı zamanda en son düzenlenen yurt içi fuarda veya son olarak düzenlenmiş üç fuardan en az ikisinde;

- En az 1.500 yabancı ziyaretçinin olması,
- Yabancı ziyaretçi sayısı / toplam ziyaretçi sayısının %5'in üzerinde olması,
- En az 300 katılımcının bulunması,
- Yabancı katılımcı sayısının / toplam katılımcı sayısının %5'in üzerinde olması,
- Katılımcılara en az 10.000 m² stand alanın tahsis edilmesi,
- Yabancı katılımcılara toplam en az 300 m² stand alanının tahsis edilmesi

şartlarının sağlanması gerekmektedir.

Söz konusu teşvikten yalnızca belirtilen koşulları karşılayan sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarları düzenleyen organizatörler ve TTK kapsamında kurulmuş ve ihracatçı birliklerine üye işletmeler yararlanabilmektedir. Başvurulardan sorumlu kuruluş İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği olup katılımcı işletmelere 49.000 TL'ye kadar olan

harcamalarının %50'sine yönelik destek sağlanmaktadır. Organizatörler için ise yurt dışında yapacakları tanıtım faaliyeti harcamalarının en fazla 873.000 TL, yurt içinde gerçekleştirilen tanıtım harcamalarının ise en fazla 291.000 TL olmak kaydıyla %75 oranında yardım uygulanmaktadır (GAİB, 2021).

2.5.5 İstihdam Desteği

Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDTŞ) unvanına sahip firmaların dış ticaret işlemlerini yürütmek üzere tecrübeli, yüksek öğrenime sahip yönetici ve nitelikli eleman istihdamının sağlanması amacıyla oluşturulmuş bir destek programıdır. İstihdam desteği ile iktisat, idari bilimler, iş idaresi, uluslararası ticaret, hukuk, dış ticaret, mühendislik, yabancı dil gibi alanlarda yüksek öğrenim görmüş veya alanında en az 3 yıl deneyime sahip personelin maaşlarının bir bölümü devlet tarafından karşılanmaktadır (Ersan, 2012a: 45).

İstihdam desteğiyle işletmeler ilk defa istihdam edecekleri yönetici ve elemanlarının brüt maaşlarının, yönetici için 18.000 ABD doları; her bir eleman için 9.000 ABD dolarını geçmemek üzere %75 oranında bir yıl süreli DFİF'den ödeme sağlanmaktadır (Mete ve Akyazı, 2017: 95).

2.5.6 Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

İhracatta çevre maliyetlerinin desteklenmesinin amacı Türkiye'de ticari, sınai, tarım veya yazılım sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin uluslararası pazarda yürütülen; çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uygun şekilde gerçekleştirilmesidir (Şenol ve Aktürk, 2010: 379).

28 Temmuz 2007 tarihli 26596 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan, "97/5 Sayılı İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kapsamında Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

Hakkında Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ” kapsamında işletmelerin harcamalarının belgelendirmiş olması koşuluyla Türk Standartları Enstitüsü veya yetkilendirilmiş kuruluşlardan alınacak belgelere ilişkin 50.000 ABD dolarına kadar olan harcamalarının %50'si devlet tarafından karşılanmaktadır. Destek kapsamındaki kalite ve çevre belgeleri şu şekildedir (Aslanertik ve Özgen, 2007: 167):

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

Teşvikten yararlanmak isteyen işletmeler, giderlere ilişkin harcama belgeleri, teşvik uygulama usul ve esaslarında belirtilen belgeler ile desteğe konu sertifikayla birlikte alınış tarihinden itibaren en geç 6 ay içerisinde üyesi oldukları İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine ibraz edilmesi gerekmektedir (Avcı, 2015: 39).

2.5.7 Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Desteğin amacı Türkiye’de sınai ve ticari faaliyet gösteren firmalar ile iş birliği kuruluşlarına ait malların yurt dışında pazarlanması ve tanıtılması amacıyla tanıtım, marka tescil ve yurt dışında açılan birimlerle ilişkin kira giderleri ile Türkiye Ticaret Merkezlerine ilişkin giderlerin bir kısmının DFİF’den karşılanması amaçlanmaktadır. Desteğe ilişkin tüm işlemler 27676 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 2010/6 numaralı “Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” kapsamında yürütülmektedir. (Sarıhan ve diğ., 2017: 763). Destek kapsamında kira yardımı, tanıtım

faaliyeti yardımı, tescil desteği, ticaret merkezi desteği yardımları sağlanırken bu yardımlara ilişkin genel açıklamalar şu şekildedir:

Birim Kira Giderleri Desteği: Birim kira giderleri desteğinde bilinmesi gereken en önemli unsur yerli ana firmanın yurt dışına açmış olduğu birimler (depo, ofis, showroom) için ödemiş olduğu kira giderinin bir kısmını destek olarak alabileceği gibi işletmenin yurt dışında kurduğu veya bağlantılı olduğu şirketin açmış olduğu birimler içinde kiranın bir bölümünü destek kapsamında geri alabilmesidir. Yurt dışındaki şirketin ortaklık yapısına göre kendisine ayrılan destekten sermayesi oranında pay alabilmektedir (Gül, 2019: 76). İlgili yönetmelik çerçevesinde üretim faaliyeti yürüten işletmeler, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) veya bu şirketler ile aralarında organik bir bağ bulunan ve yurt dışında faaliyet gösteren şirket veya şubeleri tarafından açılan birimlerin kira giderleri;

- Mağaza açılması halinde yıllık en fazla 120.000 ABD dolarına kadar olmak üzere %50 oranında,
- Depo, ofis, showroom, ürün teşhir serası veya reyon ile üzerine bina yapılmak üzere kiralanan arsa olması durumunda ise yıllık en fazla 100.000 ABD dolarına kadar olmak üzere %50 oranında desteklenmektedir.

Ticari işletmeler veya bu işletmeler ile aralarında organik bağ oluşturmuş ve yurt dışında çalışma yürüten firmalar veya şubeleri tarafından yurt dışında mağaza açılması durumunda yıllık en çok 100.000 ABD dolarına kadar; depo, ofis, showroom, ürün teşhir serası/tarlası veya reyon ile üzerine bina yapılmak üzere kiralanan arsa olması halinde ise yıllık en çok 75.000 ABD dolarına kadar olmak üzere %40 oranında teşvik uygulanmaktadır (Tekin, 2019: 69–70).

Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi: Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ kapsamında yurt dışı birimi bulunan kuruluşlar Türkiye’de üretilen ürünler hakkında reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamalar; %60 oranında ve yurt dışı birimin bulunduğu her bir ülke için yıllık en fazla 150.000 ABD dolarına kadar desteklenmektedir. Yurt dışı biriminin bulunmadığı ülkelerde ise marka tescil belgesine sahip olması veya marka tescili için başvuru yapılmış olması şartıyla yıllık en fazla 150.000 ABD dolarına kadar olmak üzere %60 oranında destek sağlanmaktadır (Korkmaz ve Korkmaz, 2019: 93).

Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi: Sınai mülkiyet haklarından birisi olan marka, bir firmanın üretmiş olduğu mal ve hizmetlerini diğer firmaların mal ve hizmetlerinden ayırt etme aracıdır. İşletmeler benzer ürünlerde rekabet üstünlüğü sağlayabilmek adına fiziksel farklılıklardan daha çok “marka” gibi soyut farklılaşmayı tercih etmektedir (Alan ve Yeloğlu, 2013: 13). İşletmeler için reklam ve tanınırlık açısından oldukça önemli bir değer olan marka, günümüzde temsil ettiği ürünün dahi önüne geçerek sahip olduğu ekonomik değerini artmasını sağlamaktadır (Tüzün, 2011: 12). Bu sebeple işletmeler için ekonomik bir değere sahip olan marka haklarının, hukuksal açıdan korunabilmesi büyük önem arz etmektedir.

Türkiye’de marka haklarının korunmasına yönelik başvuru, tescil ve tescil sonrası işlemler 6769 sayılı “Sınai Mülkiyet Kanunu” kapsamında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından gerçekleştirilmektedir. Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ’e göre işletmelerin yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescillenmesi ve korunmasına yönelik

harcamalarına ilişkin %50 oranında yıllık 50.000 ABD dolarına kadar destek uygulanmaktadır.

Türkiye Ticaret Merkezlerinin Desteklenmesi: Bu destek sayesinde Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde Türkiye’yi yurt dışında doğru şekilde temsil ederek marka oluşumuna destek olmak ve ihracatı arttırmak için yurt dışında kurulan ticaret merkezlerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır. Destek kapsamında Türkiye Ticaret Merkezleri’nin brüt kira harcamaları ticaret merkezi başına en fazla 1,5 milyon ABD dolarına kadar olmak üzere %60 oranında destek uygulanmaktadır. Ticaret merkezinin işletici bir şirket tarafından satın alınması durumunda ise satın alma bedelin %60’ına yönelik en fazla 6 milyon ABD dolarına kadar destek sağlanmaktadır (Vurdu, 2019: 91–92).

2.5.8 Tasarım Desteği

Tasarım desteği 18 Nisan 2008 tarih 26851 sayılı “Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ” kapsamında düzenlenmektedir. Desteğin amacı firmalarda tasarım ve yenilik kültürü oluşturmak ve bu kültürün yaygınlaştırılmasına yönelik tasarım firmaları, tasarım ofisleri ve işbirliği kuruluşlarının düzenleyeceği; tanıtım, reklam, pazarlama, istihdam, danışmanlık giderleri ve bu kuruluşlar tarafından yurt dışında açılacak birimlere (ofis, mağaza, depo, şube ve showroamlar vb.) yönelik giderler ile şirketlerin yurt dışı pazarlarda yüksek katma değerli ürün geliştirebilmeye yönelik yürütecekleri tasarım ve ürün geliştirme projelerine yönelik giderlerinin DFİF’den karşılanması şeklindedir. Destekten yararlanmak isteyen işletmelerin istenen belgeler ve başvuru formuyla birlikte Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Genel Sekreterliği’ne başvurmaları gerekmektedir (Tayşı, 2012: 26).

2.5.9 Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Desteği

Tarımsal ürünlerde arz ve talep esnekliklerinin düşük olması nedeniyle üreticilerin fiyat oluşumu konusunda çok fazla etkisi bulunmamaktadır. Bu sebeple tarım sektörü bütün ülkeler tarafından aktif bir şekilde desteklenmektedir. Türkiye’de de benzer olarak tarımsal ürünlerde ihracat iadesi desteğiyle üretilen tarımsal ürünlerin yurtdışı pazarlarındaki rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin artırılması amaçlanmaktadır (Şaşmaz ve Karamıklı, 2018: 2849).

İhracatına yönelik yardım yapılacak olan ürünler yayımlanan yönetmelikler tarafından belirlenmektedir. Son olarak 12 Nisan 2018 tarih 30389 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulunun Kararı” çerçevesinde yardımlardan faydalanabilecek bazı tarım ürünleri; kümes hayvanları etleri, yumurta, bal, buket yapmaya elverişli veya süs amacına uygun cinsten çiçekler ve tomurcuklar, pişirilmemiş sebze ve meyveler, zeytinyağı, kümes hayvanları etinden imal edilmiş sosis ve konserveler, makarna, bisküvi, gofret ve kekler, meyve suları ve meyve nektarları şeklindedir (Ünal ve Marşap, 2018: 50). Bu program kapsamında, ihraç edilen ürünlerin ihracat miktarı ve ödeme oranları dikkate alınarak hesaplanan ücretin ihracatçıların kamu kuruluşlarına yapmış oldukları SSK primleri, vergi, haberleşme giderleri, enerji giderleri gibi ödemelerden mahsup edilmesi yoluyla ihracat yardımı sağlanmaktadır (Kemer, 2003: 107).

2.5.10 Vergi, Resim, Harç Muafiyet İstisnası

İhracat sayılan satış ve temsiller ile döviz kazandırıcı nitelikteki hizmet ve faaliyetler için ihracatı arttırmak, uluslararası pazarda rekabet avantajı yaratmak ve ihraç pazarlarını geliştirmek amacıyla damga vergisi, Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi

(BSMV) ve harç gibi ödemelerine yönelik devlet tarafından istisna sağlanmaktadır (OAİB, 2021). Vergi, resim ve harç istisnası yönelik işlemler 23 Aralık 1999 tarih 99/3812 sayılı “İhracat, Transit Ticaret, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler ile Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi, Resim ve Harç İstisnası Hakkında Karar” kapsamında yürütülmektedir. Söz konusu karara göre destek kapsamındaki uygulamalar:

- İhracat, ihracat sayılan satış ve teslimler, döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetler ile transit ticaretin finansmanında kullanılmak şartıyla bankalar tarafından sağlanan her türlü sevk öncesi ve sevk sonrası krediler ve firmaların temin ettiği prefinansmanlar ile bunların geri ödenmesi,

- İhracatla ilgili işlem yapan bankaların, faktöring şirketlerinin, sigorta şirketlerinin, noterlerin ve diğer kuruluşların ihracat, ihracat olarak kabul edilen satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlere yönelik yapmış oldukları bütün hizmet ve işlemler nedeniyle kendi faydaları için her ne unvan ile olursa olsun nakden veya hesaben aldıkları para ve kambiyo işlemleri,

- Dâhilde işleme rejimi kapsamında yapılan ithalat veya yurt içi alımlarına dair muameleler ve bunları finanse etmeye yönelik kullanılan krediler,

- İhracat karşılığında gerçekleştirilecek her türlü ödemeler, ihracat, ihracat sayılan satış ve teslimler, döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetler ile transit ticarete ilişkin işlemler ve bu işlemler sebebiyle düzenlenen kâğıtlar şeklindedir (Soylu ve Demirci, 2021: 27).

Vergi, resim ve harç istisnası desteğinden yararlanmak isteyen işletmeler Bakanlık tarafından hazırlanmış Dahilde İşleme İzin Belgesi veya Vergi Resim Harç

İstisnası Belgesi almak zorundadır. Fakat yetkili kurumlar tarafından yayımlanacak olan tebliğler kapsamında belirlenen işlemler ve bu işlemler nezdinde düzenlenen kağıtlara yönelik resen vergi, resim, haraç istisnası uygulanabilmektedir (Atayeter ve Erol, 2011: 20).

2.5.11 KDV İstisnası

Katma Değer Vergisi (KDV) bilindiği üzere üretimden tüketime kadar geçen süreçte yaratılan her katma değeri içeren bir vergi türü olmakla birlikte Türkiye’de ticari, tarımsal ve serbest meslek faaliyeti kapsamında gerçekleştirilen her tür teslim ve hizmetler bu vergi türünün konusunu oluşturmaktadır (Kemer, 2003: 60).

Teorik olarak KDV uygulaması Varış İlkesi ve Çıkış İlkesi olmak üzere iki şekilde yürütülmektedir. Çıkış İlkesine göre vergilendirme ihracatının yapıldığı ülkede gerçekleşirken, varış ilkesine göre vergilendirmede ise malın ithal edildiği ülkede uygulanmaktadır (Türkay ve Ünsal, 2008: 93). Katma değer vergisi teorisinde yer alan ve uluslararası uygulamalarda kabul gören, varış yerinde vergileme ilkesi gereği ihracat kapsamlı teslimlerde KDV uygulaması yapılmamaktadır. Literatürde KDV iadesi, ihracatı teşvik aracı olarak kabul edilmektedir. İhracata konu olan malların imalatı sırasında hammadde ve diğer kaynakların tedarik edilmesi amacıyla önceden ödenmiş olan KDV’den, imalatçı ihracatçı ya da ihraç edilen malların üretimini gerçekleştiren firmaların üzerinde kalan kısmı, ihracattan sonra söz konusu firmalara iade edilmektedir (Atayeter ve Erol, 2011: 20). KDV istisnasına yönelik hükümler 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu’nun 11 ve 12. maddeleriyle düzenlenmiştir. İlgili kanunun 11. maddesi uyarınca vergilendirme kapsamı dışında tutulan teslim ve hizmetler şu şekilde sıralanmaktadır (Yılmaz ve Yıldız, 2020: 507):

- İhracat teslimleri ve bu teslimlerle alakalı hizmetler, yurt dışındaki müşterilere yönelik oluşturulan hizmetler, serbest bölgelerde yer alan müşteriler için gerçekleştirilen fason hizmetler ve karşılıklı olmak koşuluyla uluslararası roaming anlaşmaları kapsamında yurt dışındaki alıcılar için Türkiye'de sağlanan roaming hizmetleri.

- Türkiye'de ikamet etmeyen ziyaretçilerin satın alarak Türkiye dışına çıkardıkları malların teslim edilmesi sırasında Katma Değer Vergisi tahsil edilir. Ancak gümrükten ürünün çıkışı gerçekleşirken fatura veya belgenin sunulması kaydıyla tahsil edilen Katma Değer Vergisi iade olunur.

- Türkiye'de ikametgahı, işyeri, kanuni ve iş merkezi bulunmayanların nakil uygulamalarına bağlı olarak satın alacakları mal ve hizmetler ile fuar, panayır ve sergilere iştirak etmeleri nedeniyle satın alacakları mal ve hizmetlere yönelik ödedikleri katma değer vergisi, karşılıklı olmak şartıyla iade edilmektedir.

2.5.12 Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi

Küreselleşmeyle birlikte ülkeler arasındaki sınırların kalkması sonucu ürün, hizmet ve sermaye akımlarının serbestleşmesini sağlayarak işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasını zorunlu hale getirmiştir. Küresel pazarda faaliyet gösteren işletmelerin yoğun rekabet ortamında rakiplerinden farklılaşması ve üretmiş olduğu ürünlerin tüketici zihninde konumlanması güçlü bir markalaşma ile sağlanmaktadır (Özbaysal ve Onay, 2017: 181).

Turquality; rekabet avantajına sahip, markalaşabilme potansiyeli bulunan işletmelerin üretim aşamasından satış sonrası hizmetlerine kadar tüm oluşumu kapsar

nitelikte, kurumsal gelişimini sağlayarak kendi markalarıyla uluslararası pazarda rekabet edebilmeleri ve ilgili markalar aracılığıyla “Türk Malı” imajının oluşturulması ve yaygınlaştırılması amacıyla oluşturulmuş ilk ve tek devlet destekli markalaşma programıdır (Kadat ve Teker, 2019: 221). Farklı nitelikteki ihracat teşviklerinin tamamını bir çatı altında toplayan Turquality programının adı, “Türk” ve “Kalite” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşturulmuştur (Taylan, İsmail, Gümüş ve Akyüz, 2017).

Desteğe yönelik ilk çalışmalar 2004 yılında başlamış ve 2005 yılında Turquality Stratejik Planı ve Markalaşma Yol Haritası çalışmalarının akabinde kısıtlı sayıdaki sektörle pilot uygulaması yürütülmüştür. Daha sonra alınan karar doğrultusunda hızlı tüketim ürünleri, dayanıklı tüketim ürünleri, kuyum/mücevherat, otomotiv, endüstriyel makina sektörlerinin de dahil edilmesiyle programın kapsamı genişletilmiştir (Yıldırım, 2019: 198). Destek kapsamındaki tüm işlemler 2006/6 sayılı “Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®’nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” çerçevesinde yürütülmektedir.

Desteklerden yararlanmak isteyen işletmeler başvuru için gerekli ön koşulları sağlaması durumunda başvuru forumu ve gerekli belgeleri Turquality Sekreteryası’na iletmesi gerekmektedir. Yapılan başvuru sonrası Ekonomi Bakanlığı tarafından söz konusu işletmeye yönelik ön inceleme çalışmalarının yapılabilmesi adına “TURQUALITY Programı Yönetim Danışmanlığı Firması” görevlendirilmektedir. Yönetim danışmanlığı firması tarafından ön değerlendirmeye alınan işletme gerekli süreci başarıyla tamamladığı takdirde değerlendirme sonucuna göre Marka veya Turquality Destek Programı kapsamına kabulü gerçekleştirilmektedir. Programa dahil edilen işletmelere sağlanan destekler; Turquality Destekleri, Marka Destekleri, Markalaşma Gelişim Yol Haritası, Yönetici

Geliştirme Programı ve Vizyon Seminerleri şeklindedir (Sönmez, Pirtini ve Berk, 2020: 195).

Turquality Destekleri ve Marka Destekleri: Turquality Destekleri ile Marka Destekleri aynı destek kalemlerini içermelerine rağmen Turquality Destekleri programının süresi ve destek limitleri daha fazladır. İşletmelerin hangi destek kapsamına alınacağı Bakanlık tarafından yapılan değerlendirme süreci sonucuna göre belirlenmektedir. İşletmeler doğrudan Turquality Destekleri programına alınabileceği gibi Marka Destekleri programı kapsamına alındıktan sonra göstermiş olduğu performansa göre Turquality Destekleri programına geçebilmeleri mümkündür (Vurdu, 2019: 116).

Tablo 9: Turquality Destekleri

Destek Türü	2021 Destek Limiti	Süre / Adet
Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tescili, marka tescil/yenileme/koruma	Limitsiz	Hedef pazar başına 5 yıl
Tanıtım harcamaları	Limitsiz	Hedef pazar başına 5 yıl
Mağaza kira	Limitsiz (aynı anda azami 50 mağaza için)	Hedef pazar başına 5 yıl
Mağaza temel kurulum/dekorasyon/ Konsept mimari giderleri	1.515.000 TL / (Kira Desteği Alan Mağazalar)	Hedef pazar başına 5 yıl
Ofis, depo, showroom, satış sonrası servis, reyon/raf/dekorasyonlu köşe kira	Limitsiz	Hedef pazar başına 5 yıl
Ofis, depo, showroom, satış sonrası servis, reyon /raf/ dekorasyonlu köşe temel kurulum /dekorasyon/konsept mimari giderleri	1.515.000 TL/birim	Hedef pazar başına 5 yıl
Pazara giriş belgeleri, sertifikasyon, ruhsatlandırma, test/klinik test	3.793.000 TL / yıl	Hedef pazar başına 5 yıl
Franchise dekorasyon/kurulum/konsept mimari giderleri	757.000 TL / mağaza (azami 100 mağaza için)	Hedef pazar başına 5 yıl

Franchise kira	1.515.000 TL/ Yıl / Mağaza (Azami 100 mağaza için)	Aynı mağaza için azami 2 yıl (hedef pazar bazlı) hedef pazar başına 5 yıl
Kurumsal altyapı oluşturmaya yönelik danışmanlıklar	3.793.000 TL / Yıl	ilk 5 yıl
Münhasıran Hedef Pazarlara Yönelik danışmanlıklar		Hedef pazar başına 5 yıl
İstihdam	Limitsiz (aynı anda azami 10 kişi için)	ilk 5 yıl
Pazar araştırması çalışması ve raporları	Limitsiz	Hedef pazar başına 5 yıl
Fuar	Limitsiz	Limitsiz
Depolama Hizmeti	Limitsiz	Hedef pazar başına 5 yıl
Gelişim Yol Haritası Çalışması	800.000 TL	1 defaya mahsus

Kaynak: (Turquality, 2021a)

Turquality programına başvuru için gerekli evrakları tamamlayarak yönetim danışmanlığı firması tarafından ön değerlendirmesi yapılan ve Ticaret Bakanlığı tarafından “Turquality Destekleri” programı kapsamına alınması kesinleştirilen firmaların, markalarına ait tablo 9’da yer alan harcamalarına ilişkin %50 oranında destek sağlanmaktadır.

Turquality programı ile aynı şekilde başvurusu gerçekleştiren işletmelerin yapılan değerlendirme sonucu Bakanlık tarafından “Marka Destekleri” programına dahil edilmesi durumunda işletmelerin markalarına yönelik harcamalarına çeşitli üst limitler dahilinde 4 yıl süreli olmak üzere %50 oranında destek uygulanmaktadır (Turquality, 2021a). Turquality programına ait Marka Destekleri çerçevesinde işletmelere yapılan yardımlara ilişkin destek ve süre limitlerine ait detaylı bilgi tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10: Marka Destekleri

Destek Türü	2021 Destek Limiti	Süre/Adet
Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tescili, marka tescil/yenileme/koruma	377.000 TL / yıl	4 yıl
Tanıtım ve fuar harcamaları	3.032.000 TL / yıl	4 yıl

Ofis/depo/mağaza/satış sonrası servis kira	4.550.000 TL / yıl	4 yıl
Ofis/depo/mağaza/satış sonrası servis temel kurulum/dekorasyon giderleri	2.275.000 TL / yıl	4 yıl
Reyon/raf/dekorasyonlu köşe kira/kurulum/dekorasyon ve depolama hizmeti	1.515.000 TL / yıl	4 yıl
Showroom kira/kurulum/dekorasyon	1.515.000 TL / yıl	4 yıl
Pazara giriş belgeleri, sertifikasyon, ruhsatlandırma, test/klinik test giderleri	1.895.000 TL / yıl	4 yıl
Franchise kurulum/dekorasyon/konsept mimari	377.000 TL / mağaza (yıllık azami 10 mağaza)	4 yıl
Franchise kira	377.000 TL / Mağaza / Yıl (yıllık azami 10 mağaza/mağaza başına 2 yıl)	4 yıl
Danışmanlık	2.275.000 TL / yıl	4 yıl
İstihdam	1.515.000 TL / yıl	4 yıl
Pazar araştırması çalışması ve raporları	757.000 TL / yıl	4 yıl
Gelişim Yol Haritası Çalışması	800.000 TL	1 defaya mahsus

Kaynak: (Turquality, 2021a)

Markalaşma Gelişim Yol Haritası: Turquality programı dahilinde işletmelere verilen en önemli yardımlardan birisi de markalaşma gelişim yol haritası çalışması desteğidir. Programın temel hedeflerinden olan Türk ürünlerinin yurt dışında markalaşması ve Türk malı imajının yerleştirilmesi amacıyla programa başvurup Turquality veya Marka Programı kapsamına alınan işletmelere danışmanlık hizmeti sağlanmaktadır. Markalaşma ve izleyecekleri yol haritasına ilişkin danışmanlık hizmeti vermesi adına dünyaca ünlü 7 danışmanlık firması “Turquality Programı Yönetim Danışmanı” olarak yetkilendirilmiştir. Her bir marka için ayrı ayrı oluşturulan gelişim yol haritası ve danışmanlık hizmetleri için yapılan harcamalar %50 oranında 800.000 TL’ye kadar devlet tarafından karşılanmaktadır (Turquality, 2021b).

Yönetici Geliştirme Programı: Bu program ile Turquality kapsamında yer alan firmaların orta ve üst düzey yöneticilere verilecek bir eğitim programıyla birlikte

yöneticilerin bilgi ve yetkinliklerinin arttırılması hedeflenmektedir. Koç, Sabancı, Bilkent ve İstanbul Üniversitesi bünyesinde oluşturulan ayrı sınıflarda “Executive MBA” işletme yüksek lisansı temel alınarak hazırlanmış eğitimler verilmektedir. Toplamda 44 gün süren eğitimlerde bugüne kadar toplamda 1524 kişi sertifika almaya hak kazanmıştır. Yönetici Geliştirme Programına ilişkin harcamaların %75’i Ticaret Bakanlığı, %25’i katılımcı veya bağlı bulunduğu şirket tarafından karşılanmaktadır (Turquality, 2021c).

Vizyon Seminerleri: Program kapsamında yer alan işletmelerin iş ortakları ve yöneticilerine yönelik küresel rekabet ortamında gerekli olgunluğa ulaşmasına katkı sağlamak adına dünyaca ünlü pazarlama ve marka teorisyenleriyle birlikte Türkiye’de seminerler düzenlemektedir (Gözlüklü, 2019: 137).

2.6 TÜRK EXİMBANK

Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllarda ithal ikameci sanayileşme politikası benimseyen Türkiye’de 24 Ocak 1980 kararları sonrası bu korumacı model terk edilerek dışa açık kalkınma modeline geçiş süreci başlamıştır. İhracata dayalı bir büyüme modelinin benimsenmeye başlandığı bu yıllarda, ihracatın sürekliliği için gerekli finansmanı sağlayabilecek kurumsal bir yapıya ihtiyaç duyulmuştur. Bu bağlamda daha önce 1964 yılında kamu iktisadi teşebbüslerinin yatırımlarına kredi sağlamak ve gerektiğinde garanti vermek amacıyla kurulan Devlet Yatırım Bankası, 21 Ağustos 1987 tarihinde yayımlanan 87/11914 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile “Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. / Türk Eximbank” olarak yeniden düzenlenmiştir (Oskay ve Kubar, 2008: 374).

Türk Eximbank’ın temel amacı ihracatın geliştirilmesi, ihracata konu olan ürün ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi ve yeni pazarlar kazandırılması, uluslararası ticarete ihracatçı firmaların paylarının arttırılması, işletmelerin yatırımları için gereken finansman

kaynağının sağlanması, ihracatçı firmalar ile yurt dışında faaliyette bulunan yatırımcı ve girişimcilere küresel pazarda rekabet gücü ve teminat sağlanması, yurt dışında yapılması planlanan yatırımlar ve ihraç edilmesi amaçlanan yatırım mallarının imalat ve pazarlanmasının desteklenerek teşvik edilmesi şeklindedir (Öztürk, Sözdemir ve Koçbulut, 2007: 183). Türkiye’de ihracat konusunda örgütlenmiş tek temel destek unsuru olan Eximbank amacına yönelik olarak kısa, orta ve uzun vadeli olmak üzere kredi, sigorta ve garanti programları sayesinde ihracatçılara yönelik çeşitli destekler sağlamaktadır. İhracat sektörünün istek ve gereksinimlerini gözlemleyerek daima yeni uygulamalar geliştiren Eximbank, mevcut programlarında da iyileştirmeler yaparak sektörün finansman ihtiyaçlarını gidermeye çalışmaktadır (Türk Eximbank, 2020).

İhracatı arttırmak ve finansman ihtiyacını gidermek amacıyla kurulmuş olan Türk Eximbank ihracatçılar, ihracata yönelik imalat gerçekleştiren üreticiler ve yurt dışında faaliyette bulunan müteşebbisler için kısa, orta-uzun vadeli nakdi ve gayri nakdi kredi programları aracılığıyla destek sağlamaktadır. Türk Eximbank tarafından 2020 yılında 13.102 firmaya 21,6 milyar ABD doları orta-uzun vadeli, 6,9 milyar ABD doları kısa vadeli olmak üzere toplamda 28,5 milyar ABD doları kredi desteği sağlanmıştır (Türk Eximbank, 2020). Kredi uygulamalarında KOBİ’lere ayrıcalık tanınırken TL cinsinden sağlanan krediler ağırlıklı olarak KOBİ finansmanına tahsis edildiği belirtilmektedir. Türk Eximbank tarafından yayımlanan rapora göre 2020 yılı içerisinde 12,7 milyar TL Türk lirası cinsinden ve 1,1 milyar ABD doları ise yabancı para cinsinden olmak üzere toplamda 2,8 milyar ABD doları KOBİ finansman ihtiyacı için kullanılmıştır. Toplam krediler içerisinde KOBİ’lerin payı %10 olarak gerçekleşmiştir (Türk Eximbank, 2020: 18–19).

Tablo 11: Türk Eximbank Kredi Faaliyetleri

Kredi Faaliyetleri (milyon ABD doları)		
Kısa Vadeli Kredi Faaliyetleri	2020	2019
Kısa Vadeli TL Kredileri	2.564	1.829
Kısa Vadeli Döviz Kredileri	19.042	23.326
Kısa Vadeli Toplam Krediler	21.606	25.155
Orta ve Uzun Vadeli Kredi Faaliyetleri		
Orta ve Uzun Vadeli Krediler	6.892	1.523
Toplam Kredi Faaliyetleri		
Toplam Krediler	28.498	26.679

Kaynak: (Türk Eximbank, 2020: 8)

Tablo 11 incelendiğinde 2019 yılında kısa vadeli kredi kullanımı 25 milyar 155 milyon ABD doları tutarında gerçekleşmiştir. Bu kredilerin 23 milyar 326 milyon ABD doları döviz cinsinden, 1 milyar 829 milyon ABD doları ise TL cinsinden kullanılmıştır. 2020 yılında kısa vadeli kredilerde %14 oranında bir azalma meydana gelirken toplamda 21 milyar 606 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında kullanılan kısa vadeli kredilerin 19 milyar 42 milyon ABD doları döviz olarak, 2 milyar 564 milyon ABD doları ise TL olarak kullanılmıştır. Orta-uzun vadeli kredi faaliyetlerinde ise tam tersi bir durum yaşanmaktadır. 2019 yılında 1 milyar 523 milyon ABD doları tutarında orta-uzun vadeli kredi kullanımı sağlanırken 2020 yılında yaklaşık dört kattan fazla bir artış ile 6 milyar 892 milyon ABD dolarına ulaşmıştır. Toplam kredi miktarı ise bir önceki yıla göre %7 artış göstererek 28 milyar 498 milyon ABD dolarına yükselmiştir.

Türk Eximbank tarafından ihracatçı firmaların finansman ihtiyaçlarına yönelik sağlanan krediler kısa vadeli krediler, özelliği krediler, döviz kazandırıcı hizmetler kapsamındaki krediler olmak üzere üç alt gruba ayrılmaktadır.

2.6.1 Kısa Vadeli İhracat Kredileri

İhracatçı ve ihracata yönelik imalat yapan firmalara yönelik özellikle ihracata hazırlık döneminde finansman ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri adına Türk Eximbank tarafından kısa vadeli ihracat kredi desteği sağlanmaktadır. Kısa vadeli ihracat kredileri Türk Lirası veya döviz cinsinden olmakla birlikte doğrudan veya bankalar aracılığıyla firmaların kullanımına sunulmaktadır. Kısa vadeli ihracat kredileri kapsamında işletmelere sunulan krediler; sevk öncesi ihracat kredisi, ihracata hazırlık kredisi ve reeskont kredileri şeklindedir (Geçer, 2017: 83–84).

Sevk Öncesi İhracat Kredisi (SÖİK): Türk Eximbank'ın en çok kullanılan kredilerinden bir tanesidir. Toplam Kısa Vadeli Krediler içerisinde %65-67'lik bir kısmı oluşturan Sevk Öncesi İhracat Kredileri, sektör farkı gözetmeksizin ihracatçıların üretim aşamasından başlanarak desteklenmesi amacıyla oluşturulmuş bir kredi çeşididir. (Güneş ve Uğur, 2007: 28). Söz konusu kredi türünde işletme ve ihracata yönelik riskler, aracı banka kuruluşu tarafından üstlenilmektedir. Bu sebeple kredinin tahsilatında herhangi bir problem ile karşılaşılmamaktadır. Sevk Öncesi İhracat Kredisi'nin en önemli özelliği ise aynı anda çok sayıda firmaya yönelik kredi işleminin yönetilebilmesine olanak tanımasıdır (Özdemir, 2004: 45–46).

İhracatın gelişimine destek sağlamak, ihracat edilen malların çeşitlendirilmesi ve ihracata yeni pazarlar kazandırılması gibi amaçlara yönelik hazırlanan SÖİK ihracat taahhüdü karşılığında Eximbank tarafından bankalar aracılığıyla kullanılmaktadır. Eximbank tarafından SÖİK programı kapsamında firma başına azami 25 milyon ABD dolarına kadar kredi imkânı sağlamaktadır (Türk Eximbank, 2021).

İhracata Hazırlık Kredisi: Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS), Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) hariç ihracatçıların ve ihracata yönelik mal üretimi yapan imalatçıların, ihracata hazırlık dönemlerinde finansman ihtiyaçlarının desteklenmesini amaçlamaktadır (Görgün, 2020b: 21). Aracı banka olmadan direkt olarak Türk Eximbank vasıtasıyla kullanılan bu kredi türünde işletmelere 25 milyon ABD dolarına kadar kredi olanağı tanınmaktadır. İhracata hazırlık kredileri firmalar tarafından USD, JPY, GBP, EURO olarak tercih edilebilmekte olup TL cinsinden krediler yalnızca KOBİ'ler tarafından kullanılabilir (Türk Eximbank, 2021).

KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi: İhracatçı KOBİ'ler veya ihracata yönelik mal üretimi yapan KOBİ'lere, ihracat gerçekleştirme yükümlülüğü karşılığında ve malların serbest dövizle ihraç edilmesi şartıyla kullanılmaktadır (Korkmaz ve Korkmaz, 2019: 122). İşletmelere KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi programı kapsamında vadesi TL cinsinden azami 540 gün, ABD doları cinsinden 720 gün olmak üzere 5 milyon ABD dolarına kadar kredi imkânı tanınmaktadır (Türk Eximbank, 2021).

Reeskont Kredisi: Türk Eximbank ve Merkez Bankası işbirliği ile döviz kazandırıcı özellikte mal ve hizmet ticareti gerçekleştiren işletmelerin finansman ihtiyacını karşılamak üzere oluşturulan kredi programıdır. Program dahilinde limit döviz ve TL kredilerinin toplamıyla 350 milyon ABD dolarına kadar, DTSS'ye yönelik limit ise 400 milyon ABD dolarına kadar olup 360 gün azami vade süresi bulunmaktadır. Krediden EUR/USD/GBP/JPY cinsinden yararlanılabilmektedir (Cantekin, 2014: 207).

Sevk Sonrası Reeskont Kredisi: Eximbank tarafından ihracatçıların ve ihracata yönelik mal üretimi yapan imalatçıların, sevk sonrasında ihracatın finanse edilebilmesi amacıyla, vadeli satış karşılığı alınan ve döviz cinsinden düzenlenmiş senet ve değerli

kağıtlara karşılık Türk menşeli ürünlerin serbest döviz ile kesinleşen ihracatından sonra alacakları düşürülmesinin akabinde sevk sonrası finansman gereksinimlerini gidermek amacıyla hazırlanmış TCMB tarafından aracı bankalar kanalıyla kullandırılan bir destek programıdır (Vurucu ve Arı, 2017: 224).

Programın amacı, ihracatçıların vadeli satış olanaklarının arttırılarak uluslararası piyasalarda rekabet avantajı yaratmak ve kazançlarına karşılık ticari ve siyasi tehditlerden arındırılarak yeni pazarlara açılmalarına yönelik teşvik sağlamaktır. Program kapsamında firma limiti en fazla 350 milyon ABD doları, DTSS'ler için ise 400 milyon ABD doları şeklinde olup vadesi 360 güne kadardır. Sevk Sonrası Reeskont Kredisi programı dahilinde uygulama başına 1000 ABD doları alt limit bulunmaktadır (Türk Eximbank, 2021).

2.6.2 Özellikli Krediler

Eximbank tarafından ihracatçı işletmelere ve yurt dışında üretim gerçekleştiren girişimcilere yönelik özellikli kredi programları aracılığıyla çeşitli destekler sağlanmaktadır. Özellikli krediler, standart kredi ve garanti programlarının haricinde kalan fakat bu uygulamaları tamamlayıcı özelliğe sahip orta-uzun vadeli programlardır (Ersan, 2012b: 117). Türk Eximbank tarafından sunulan özellikli krediler; İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi, İhracata Yönelik Yatırım Kredisi, Özellikli İhracat Kredisi, Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi, Katılım Finans Yatırım Kredisi, Yurt Dışı Teminat Mektubu Programı, Marka Kredisi, Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı şeklindedir (Geçer, 2017: 84).

İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi: İhracatçıların işletme sermayesi ihtiyaçlarına yönelik finansman desteği sağlamak amacıyla oluşturulmuş bir programdır (Korkmaz ve Korkmaz, 2019: 127). Program kapsamında başvuru tarihinden itibaren

geçerli geriye dönük 180 gün içerisinde gerçekleştirilen hammadde, ara mal tedariki ve 1 aylık dönem için elektrik, su, doğalgaz, personel masrafları gibi işletme giderlerine yönelik finansal destek uygulanmaktadır. Program için firma limiti en fazla 75 milyon ABD doları olup krediler Euro veya USD cinsinden tercih edilebilmektedir (Türk Eximbank, 2020: 21).

İhracata Yönelik Yatırım Kredisi: İhracatçı firmaların kalıcı ve uzun süreli kullanım özelliğine sahip makine, araç ve yedek parça gibi orta veya uzun vadeli finansmana ihtiyaç duyulan satın alımların desteklenmesi amacıyla oluşturulmuş kredi uygulamasıdır. Kredi uygulaması için limit 75 milyon ABD doları olup başvuru tarihinden itibaren en fazla 180 güne kadar geçerli harcamalar finanse edilebilmektedir (Türk Eximbank, 2021).

Özellikli İhracat Kredisi: Eximbank'ın mevcut kredi programlarının dışında kalan fakat Eximbank tarafından uygun görülen mal ve hizmet projelerinin desteklenmesine yönelik orta-uzun vadeli bir kredi programıdır (Kemer, 2003: 129). Özellikli İhracat Kredisi ile Dünya Bankası, Çok Taraflı Yatırım Garanti Ajansı (MIGA), İslam Yatırım Sigortası ve İhracat Kredisi Şirketi (ICIEC) gibi kuruluşlardan projeye özel ihracat kredileri sağlanmaktadır.

Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi: İhracatta yurtdışı pazarlarda kalıcılık sağlamak ve ihraç edilen mal miktarının arttırılmasına yönelik, işletmelerin yurt dışında gerçekleştirdikleri marka tanıtım faaliyetleri harcamalarına ait finansal ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla oluşturulmuş kredi uygulamasıdır (Görgün, 2020b: 24). Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi programı kapsamında firmalarının yurt dışında markalarının tanıtılmasına yönelik çalışmalarının finanse edilmesi amacıyla;

- Kendi markalarıyla yurt dışında açılması planlanan mağazalar için gereken plasman harcamaları,

- Farklı küresel pazarlarda yer alan Türk kökenli tüketim malı özelliğindeki ürünlerin doğrudan satışının yapılması amacıyla, herhangi bir ülkede farklı malların teşhir edildiği ayrı ayrı bölümlere sahip satış mağazaları veya bir ya da daha fazla sayıda firmanın anlaşması dahilinde kurulması planlanan alışveriş merkezlerine yönelik yatırım harcamalarına finansman desteği sağlanmaktadır (Ersan, 2012b: 118–119).

Kredi programından söz konusu yatırım projesi Eximbank tarafından yapılan değerlendirme ile uygun görülen yurtiçi veya yurt dışı şirketler yararlanabilmektedir. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi programı kapsamında 25 milyon ABD dolarına kadar kredi imkânı sağlanmakta ve kredi Euro veya ABD doları cinsinden kullanılabilir (Cantekin, 2014: 230–231).

Katılım Finans Yatırım Kredisi: Katılım finansman modeli uygulamalarından murabaha yöntemiyle sermaye malı harcamalarına yönelik finansman ihtiyacını karşılamak amaçlı oluşturulmuş kredi programıdır. Kredi ABD doları cinsinden kullandırılmakta olup vadesi 2 yıl geri ödemesiz olmak üzere azami 9 yıl şeklindedir. Türk Eximbank tarafından 2020 yılında hizmete sunulan Katılım Finans Yatırım Kredisi programı ile aynı yıl işletmelere 23 milyon ABD doları tutarında finansman yardımı gerçekleştirilmiştir (Türk Eximbank, 2020: 20).

Yurt Dışı Teminat Mektubu Programı: Program çerçevesinde ihracat firmalarının uluslararası pazarlarda kalıcılığının sağlanması, yeni yurt dışı pazarlarına giriş yapmaları ve yurt dışında daha çok iş üstlenebilmeleri için önlerinin açılması amacıyla Türk Eximbank tarafından yurt dışı çalışmalarında gereksinim duydukları güvence desteğinin

sağlanmasına yönelik oluşturulmuş bir destek programdır. Programdan yurt dışında proje üstlenen müteahhitlik ve gemi inşa sektörlerinde çalışma yürüten işletmeler ile ihracata dönük sipariş usulüne göre yatırım malı imalatı yapan ihracatçı işletmeler yararlanabilmektedir (Türk Eximbank, 2021).

Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı: Gemi inşaatı ve ihracatı yapan firmaların, geminin inşa aşamasında ihtiyaç duyulan finansman gereksinimlerinin karşılanarak rekabet avantajı sağlamaları, yurt dışındaki alıcıları ve kredi veren kuruluşlar nezdinde yer alan kredi puanlarının arttırılmasına yönelik oluşturulmuş uygulamadır. Gemi inşa ve ihracatı finansman programıyla alıcı firma ile imzalanmış belirli bir sözleşme dahilinde, gemi inşa ve ihracı yapacak firmaların geminin inşası sürecindeki harcamalarına yönelik proje bazında finansman kredisi sağlanmaktadır (Selen, 2011: 133–134). Program kapsamında kullanılacak kredinin miktarı ve vadesi, alıcı ve satıcı işletmeler tarafından imzalanan sözleşme şartları göz önünde bulundurularak proje bazında Türk Eximbank'ın alacağı karar doğrultusunda belirlenmektedir. Alıcı firma ile imzalanan gemi kontrat bedelinin %85'ine kadar olmak üzere azami 360 gün vadeli 25 milyon ABD dolarına kadar kredi finansmanı sağlanmaktadır (Türk Eximbank, 2021).

Marka Kredisi: Yurt dışında yerleşik markaların satın alınması ve Türkiye'de yerleşik markaların yurt dışı pazarlarında tutundurulması amacıyla; ihracatçılar tarafından Türk malı imajının geliştirilmesi ve moda oluşturma veya Türk markasının benimsetilmesine yönelik yapılmış/yapılacak harcamalara yönelik finansman gereksinimi karşılanması amaçlanmaktadır (Çırak, 2018: 21). Program limiti 75 milyon ABD dolarına kadar olup çeşitli vade imkanları sunulmaktadır.

2.6.3 Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler

Türk Eximbank tarafından belirli sektörlerde faaliyet gösteren firmaların finansman ihtiyaçlarının giderilerek rekabet güçlerinin artırılması ve döviz kazandırıcı faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla farklı kredi programları yürütülmektedir (Ersan, 2012b: 123). Döviz kazandırıcı hizmetler kapsamında Eximbank tarafından sağlanan kredi finansman destekleri; Turizm Kredisi, Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi, Döviz Kazandırıcı Hizmet Kredisi, Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi, Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Köprü Kredisi, Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı şeklindedir (Geçer, 2017: 84).

Turizm Kredisi: Turizm kredisi programı ile turizm işletmelerinin, seyahat acentalarının ve yurt dışından yolcu taşıyan Türkiye’de yerleşik özel havayolu firmaları tarafından gerçekleştirilecek tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin finanse edilerek uluslararası pazarda güçlenmeleri böylelikle döviz kazancı sağlayarak ödemeler dengesine katkıda bulunmaları amaçlanmaktadır. Program kapsamında işletmelere Türk Eximbank tarafından, yurt dışından getirmeyi garanti ettikleri turizm hizmeti bedelleri/döviz gelirlerine karşılık olarak 25 milyon ABD dolarına kadar kredi imkânı sağlanmaktadır (Cantekin, 2014: 234).

Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi: Uluslararası taşımacılık, lojistik ve taşıma işleri organizatörlüğü işi yapan firmaların uluslararası taşımacılık faaliyetlerindeki rekabet güçlerini arttırmak ve finansman ihtiyaçlarını karşılayarak ihracat yapan firmaların ulaştırma maliyetlerini azaltmak amaçlı oluşturulmuş bir programdır. Programdan uluslararası nakliyat firmaları, lojistik işletmeciliği firmaları ve taşıma işleri organizatörlüğü firmaları kredi vadesi içerisinde yapacakları uluslararası taşımacılık hizmetine karşılık

gerçekleştirmeyi taahhüt ettikleri döviz gelirleri karşılığında yararlanabilmektedir (Selen, 2011: 137). Program dahilinde döviz ve TL kredilerinin toplam bakiyesi 25 milyon ABD dolarını aşmayacak miktarda işletmelere kredi desteği uygulanmaktadır. Program vadesi azami 720 gün olup 120, 180, 360 ve 540 gün olmak üzere farklı imkanlarda tanınmaktadır (Türk Eximbank, 2021).

Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi: Türkiye’de yerleşik firmaların yurt dışına yönelik yazılım, projelendirme ve danışmanlık gibi döviz kazandırıcı hizmetlerin finansman ihtiyacının karşılanmasını amacıyla uygulamaya konulmuş kredi programıdır (Güneş ve Uğur, 2007: 31). Türk Eximbank tarafından yapılan istihbarat ve değerlendirme çalışmaları sonucunda mali inceleme ve ticari ahlak açısından uygun görülen ihracatçı firmalar programdan yararlanabilmektedir. Program çerçevesindeki firmalara 25 milyon ABD dolarına kadar kredi sağlanabilmektedir. Proje konusunda program limiti ve Vergi, Resim, Harç, İstisnası Belgesi (VRHİB) tutarını aşmamak şartıyla firmalar arası imzalanan sözleşme hükümleri göz önünde alınarak Türk Eximbank tarafından limit tanımlanması yapılmaktadır (Bozaran, Demir ve Elyıldırım, 2013: 46).

Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi: Program ile işletmelerin uluslararası fuarlara katılmaları sağlanarak yurt dışı pazar paylarını arttırmaları, yeni pazarlara girebilmeleri, rakiplerini tanıyabilmeleri, yeni ürünler ve teknolojiler hakkında bilgi sahibi olabilmeleri amacıyla pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin finansal destek sağlanmaktadır. Programdan organizatör, milli katılımcı ve bireysel katılımcılar yararlanabilmektedir. Firma limiti sahip olunan belgeye göre değişkenlik göstermektedir. Program kapsamında firmalara 200 bin TL’den 2 milyon TL’ye kadar 360 gün vadeli kredi imkânı sağlanmaktadır (Cantekin, 2014: 242).

Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Köprü Kredisi: Kredi programı ile uluslararası piyasalarda yaşanabilecek mali krizlere karşı yurtdışında hizmet veren müteahhitlik firmaları üzerindeki etkilerinin azaltılması, mevcut şantiyelerin ve mobilizasyon makine parklarının çalışır durumda kalması sağlanarak pazardaki rekabet gücünün artırılması ve firmaların pazarda kalıcılık göstermeleri hedeflenmektedir (Çırak, 2018: 24). Programdan çerçevesinde inşaat çalışmaları süren ülkelerdeki ulusal veya uluslararası işverenlerden iş almış olup, bu projeler kapsamında 2008 yılı ve sonrası dönemde alacaklarını tahsil edemeyen firmalara 25 milyon ABD dolarına kadar kredi desteği sunulmaktadır. Firma için tanınabilecek kredi miktarı, program limitini aşmayacak şekilde proje bilgileri ve tahsil edilmemiş hakediş alacak tutarları dikkate alınarak Türk Eximbank tarafından belirlenmektedir (Bozaran ve diğ., 2013: 46).

Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı: Bu program ile dış pazarlarda faaliyette bulunan müteahhitlik firmalarının mevcut pazarlarda kalıcı hale gelmelerini, yeni pazarlara açılmalarını sağlamak amacıyla üstlenilen yatırım projelerinin teminat mektubu aracılığıyla desteklenmesi amaçlanmaktadır (Ersan, 2012b: 121–122).

Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı ile bankalar tarafından projesi uygun görülen inşaat firmalarının yurt dışında iştirak edecekleri ihale ve taahhütlerine yönelik bankalarının Türk Eximbank'a muhatap karşı teminatlarına karşın, müteahhitlik firmaları yararına işveren ihale makamına veya işveren bankasına hitaben;

- Geçici teminat mektubu,
- İhalenin müteahhit firma tarafından kazanılması dahilinde kesin teminat mektubu,

- İşverenin müteahhit firmaya yönelik yapacağı avans ödemeleri için geri ödeme garantisi olarak avans teminat mektubu, ihtiyaçları Türk Eximbank tarafından karşılanmaktadır (Kaya, 2011: 129–132).

2.7 DAHİLDE İŞLEME REJİMİ (DİR)

Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesiyle benimsenmiş dış ticaret rejimlerinden bir tanesi olan Dahilde İşleme Rejimi (DİR), ihraç mallarının üretimi için firmaların gereksinim duydukları malları istenilen sürede ihraç edilmek şartıyla ithal etmelerine olanak sağlayan bir sistemdir. DİR kapsamında üretim için gerekli olan her türlü hammadde, mamul, yarı mamul, ara mal ve diğer girdiler için ihracatın yapılacağına dair belge sunmak şartıyla ithalatta alınan veya alınması gereken vergi ve diğer ticaret politikası önlemlerine (kota, anti-damping, anti- sübvansiyon vb.) karşı muafiyet sağlamaktadır (Altunyıldız ve Başer, 1999: 18).

Cumhuriyetin ilanından itibaren ithal ikameci bir dış ticaret politikası benimseyen Türkiye, 1980 yılında dünya ekonomisindeki gelişmelere paralel olarak 24 Ocak kararları olarak bilinen ekonomik istikrar programı sonucunda ihracata dayalı kalkınma stratejisine geçiş gerçekleştirmiştir. Aynı yıl yürürlüğe giren “İhracatı Teşvik Mevzuatı” çerçevesinde ihracatta vergi iadesi, navlun ödemesi, Destekleme Fiyat İstikrar Fonu Primi Ödemesi gibi araçlarla ihracat performansına dayalı doğrudan ve nakdi teşvikler uygulanmaya başlanmıştır. Türkiye'nin 1995 yılında dünya ticaretinde serbestleşmesinin sağlanması amacıyla Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT)'ın yerine kurulan Dünya Ticaret Örgütü (WTO)'ne üye olması ve akabinde 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği (GB)'ne katılmasıyla birlikte; bu teşvik uygulamalarına son verilmiş yerine “Dahilde İşleme Rejimi” olarak adlandırılan yeni bir sistem uygulamaya konulmuştur

(Cebeci ve Yılmaz, 2013: 206). İlk olarak 31 Aralık 1995 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanan 95/7615 sayılı “Dahilde İşleme Rejimi Kararı” ile mevzuata giren DİR, yapılan çeşitli düzenlemelerle birlikte son olarak 27 Ocak 2005 tarih 8391 sayılı Resmî Gazete’deki “Dahilde İşleme Rejimi Kararı” ile günümüzde uygulanmaya devam edilmektedir.

Dahilde işleme rejimi, belirli bir zaman dilimi içerisinde işlem gördükten sonra ihraç edilmek koşuluyla ihracata konu olan malların imalat sürecinde kullanılacak ithal girdilerin gümrük vergisi ve diğer vergilerden muaf tutularak ithalatının gerçekleştirilmesine imkan tanıyan bir teşvik uygulamasıdır (World Bank, 2009: 8). DİR’in temel amacı; ham madde, ara malı imalatının ülke sınırları içerisinde fiyatlarının yükseldiği dönemlerde ihracatçı firmalara uluslararası piyasa fiyatları üzerinden ham madde ve ara malı tedarik etme olanağı sağlamaktır. Bu sayede yüksek vergilere konu olan girdi mallarının dahilde işleme rejimi sayesinde vergi yüküne maruz kalması önlenerek ihraç ürünün daha ekonomik koşullarda üretimin sağlanması sonucu ihracatın artırılması, ihraç ürünlerini çeşitlendirilmesi ve dünya piyasalarında rakiplerine karşı rekabet gücü kazandırılması amaçlanmaktadır. Dahilde işleme rejimi şartlı muafiyet sistemi ve geri ödeme sistemi olmak üzere iki şekilde uygulanmaktadır (Tekin, 2017: 194–195).

Şartlı muafiyet sistemi, Dahilde İşleme İzin Belgesi ile ihracı taahhüt edilen işlem görmüş malların imalatında kullanılan ve serbest dolaşımda bulunmayan hammadde, yarı mamul, yardımcı madde, mamul, ambalaj ve işletme malzemelerinin dahilde işleme izin belgesi kapsamında ithalattan doğan vergi tutarı kadar teminat alınarak ihracına izin verilmektedir (Argun ve Eroğlu, 2015: 65).

Geri ödenmesi sisteminde ise serbest dolaşımda bulunan ithal eşyanın işlenmiş ürünler şeklinde ihraç edilmesi durumunda, ithal işlemi esnasında alınan vergiler iade

edilmektedir. Firmanın ithalat sürecinde ödemiş olduğu vergileri geri alabilmek için işleme konu firmanın dahilde işleme izin belgesi alması ve ihraç işleminin yapılmasını takip eden 3 ay içinde vergi iadesi için ilgili gümrük idaresine başvurması gerekmektedir (İnanç, 2011: 205).

2.8 HARIÇTE İŞLEME REJİMİ (HİR)

Hariçte İşleme Rejimi serbest dolaşımdaki bir eşyanın tamir edilmek, yenilenmek, işlenmek amacıyla geçici süreliğine Türkiye Gümrük Bölgesi dışına veya serbest bölgelere ihraç edilmesi ve işleme faaliyeti sonucu elde edilen ürünlerin tam veya kısmi gümrük muafiyet uygulanarak yeniden serbest dolaşıma girmesi sürecini kapsamaktadır. Hariçte işleme rejimi ile ilgili tüm işletmeler 5 Nisan 2007 tarih 2007/11864 sayılı “Hariçte İşleme Rejimi Kararı” ve 11 Mayıs 2007 tarih 2007/5 sayılı “Hariçte İşleme Rejimi Tebliği” kapsamında yürütülmektedir (Sezai, 2011: 118). İlgili yönetmelik çerçevesinde Hariçte İşleme Rejiminden yararlanmak için;

- Hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ve ambalaj malzemelerinin daha ileri bir seviyede işlem uygulanması amacıyla Türkiye Gümrük Bölgesi dışına çıkartılmak istenmesi durumunda Hariçte İşleme İzin Belgesi almak üzere Müsteşarlığa,
- Maden cevheri ve konsantrelerinin ayrıştırılması ile kıymetli maden ve taşların işlenmesine yönelik Türkiye Gümrük Bölgesi dışına çıkartılmak istenmesi halinde Hariçte İşleme İzni edinmek amacıyla bağlı bulunulan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine,
- Garanti koşulları kapsamında veya bir üretim hatası sebebiyle tamirat amaçlı, Türkiye Gümrük Bölgesi dışına veya serbest bölgelere gönderilen eşyanın veya bu eşyanın

ihracından önce ikame malın ithalatı nedeniyle Gümrük Müsteşarlığı'na başvurulması gerekmektedir.

Geçici olarak yurt dışına çıkarılan ürünler için Hariçte İşleme İzni Belgesi düzenlenmesi gerekmektedir. Gümrük bölgesi dışına bu kapsamda çıkarılan ürünün belgede verilen izin süresi içerisinde tekrardan ülkeye getirilmesi zorunludur (Özcan, 2012: 75). Ayrıca ihraç edilen ürünün işlem görmüş ürünlerin imalatında kullanıldığının ispatının mümkün olması ve serbest dolaşıma giren ürünün yerli üreticilerin temel ekonomik çıkarlarını olumsuz etkilenmemesi şartı aranmaktadır. Rejim kapsamında yürütülen faaliyetlere sağlanan belgenin azami süresi 12 ay olup işletmenin bağlı bulunduğu İhracatçı Birliği tarafından bu süre 1/2 oranında uzatılabilmektedir. Son olarak Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafında da faaliyete ilişkin düzenlenen belgeye yönelik belli koşullar altında ek süre tahsisi uygulanabilmektedir (Turan ve Özel, 2020: 270–283).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOBİ'LERİN İHRACATTA KARŞILAŞMIŞ OLDUKLARI SORUNLARIN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

Çalışmanın bu bölümünde ihracat faaliyetinde bulunan KOBİ'lere yönelik yapılmış olan araştırmanın aşamaları yer alırken aynı zamanda çalışmanın amacı ve önemi, veri toplama yöntemi, örnekleme, sınırlılıkları ve varsayımları belirtilerek araştırmanın hipotezleri ile araştırmanın bulguları değerlendirilecektir.

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

İhracat uluslararası pazara açılabilmenin en eski ve geleneksel yöntemlerinden birisidir. İhracat ülke ekonomisinin büyümesinde, gelişmesinde ve kalkınmasında büyük rol oynamaktadır. Ekonomilerinin oldukça önemli parçası haline gelen KOBİ'ler küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte artan rekabet ortamında faaliyetlerine devam edebilmek için ihracata yönelmek zorunda olduğu önemli bir gerçektir. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye için de sosyo-ekonomik açıdan önemli katkılar sağlayan KOBİ'lerin, ihracat sürecinde pek çok farklı sorunla karşı karşıya kaldıkları bilinmektedir.

Bu çalışma ile ülke ekonomileri için son derece önemli olan KOBİ'lerin ihracat sırasında karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve bu bağlamda çözüm önerilerinin sunulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada elde edilecek sonuçların Türkiye ekonomisi için de önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin uluslararası pazarda rekabet güçlerinin arttırılmasına yönelik uygun strateji ve politikaların geliştirilmesine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

3.2 LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu bölümünde konu ile ilgili daha önce yapılan ulusal ve uluslararası araştırmalara yer verilmiştir. Bu doğrultuda KOBİ'lerin önemi, ihracatta karşılaşılmış oldukları engeller ve sorunlar hakkında yapılan çalışmalar incelenmiştir. Konu ile ilgili literatürde daha önce yapılmış olan birçok farklı çalışma yer almaktadır. Bu bağlamda literatürde yer alan bazı çalışmaları şu şekilde özetlemek mümkündür:

Sharkey, Lim ve Kim'in (1989) yapmış oldukları çalışmalarında ABD'de faaliyet gösterip makine endüstrisine ekipman üreten 438 küçük ve orta ölçekteki işletmeye yönelik anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırmanın sonucunda işletmelerin prosedür ve teknik bilgi karmaşıklığı, taşıma maliyetlerinin belirsizliği, nakliye hizmetlerinin karmaşıklığı, iç piyasaya yoğunlaşma, sermaye eksikliği, üretim kapasitesi sınırı gibi nedenlerin ihracatı olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte Gripsrud (1990) tarafından 1987-1988 yılları arasında Norveç'te faaliyet gösteren 114 adet deniz ürünleri ihracatçısı işletmeye yönelik yapılan araştırmada, 10 ihracat engeli arasında en büyük problemin taşımacılık maliyetleri üzerine yoğunlaştığını belirlemiştir.

Bagchi-Sen (1999), Kanada'da yürüttüğü çalışmasında KOBİ'lerin ihracat önündeki engelleri içsel ve dışsal nedenler olmak üzere iki alt gruba ayırmıştır. İçsel nedenlerden kaynaklanan engeller, finansal gereksinimler, işletme sermayesinin yetersizliği, kurum içi uzmanlık yetersizliği, risk almaya karşı isteklilik, etkisiz yönetim, yönetim süresi gereksinimleri, zayıf personel-yönetim ilişkisi, eskimiş fabrika ve ekipman şeklindedir. Firmadan bağımsız olarak gelişen dışsal engeller ise kültür farklılıkları, lisans gereksinimleri, yerleşim hakkı, hükümet kontrolleri ve yasal düzenlemeler, artan üretim maliyetleri, personel istihdamına yönelik sorunlar, hammadde yetersizlikleri, azalan ürün

talebi, güçlü yerli rekabet, uluslararası pazarda yaşanan yoğun rekabet ortamından oluşmaktadır. Benzer olarak literatürde ihracat engellerinin içsel ve dışsal nedenler olarak ayrılmasına yönelik öneride bulunan Çavuşgil ve Zou (1994), Gren ve Morgan (1997), (2004), Tesfom ve Lutz (2006)'un da aralarında yer aldığı birçok farklı çalışma gerçekleştirilmiştir. Da Silva ve Da Rocha'nın (2001) Brezilya'da faaliyet gösteren 69 ihracatçı firma üzerinde gerçekleştirdikleri anket çalışması sonuçlarında işletmelerin ihracatta en fazla karşılaştıkları engellerin devlet teşviklerinin yetersizliği, uluslararası rekabet piyasasının zorlukları, döviz kuru dalgalanmaları ve uluslararası pazar hakkındaki bilgi eksikliğinden kaynaklı olduğunu açıklamışlardır. Leonidou (2004) tarafından ihracat engelleri üzerine yapılan araştırma, literatürde önem gören çalışmalardan bir diğeridir. Leonidou araştırma sürecinde 32 ampirik çalışmayı inceleyerek 39 ihracat engeline yönelik kapsamlı bir analiz gerçekleştirmiştir. İhracat engellerini içsel engeller ve dışsal engeller olmak üzere gruplandırarak bu engellerin işletme faaliyetlerini etkileme güçlerini ortaya koymuştur. Son olarak yaptığı incelemede uluslararası pazar hakkında bilgi eksikliği, yurtdışı müşteriler ile iletişim kurma sorunu, uluslararası fiyat rekabeti, nakliye ve sigorta masrafları, yabancı müşterilerin zevk ve alışkanlıkları, yabancı ülkede gelişen kötü ekonomik koşullar ve siyasi istikrarsızlık gibi nedenlerin işletmeleri etkileme düzeyi en yüksek olan ihracat engelleri olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Suárez-Ortega ve Álamo-Vera (2005) tarafından yapılan çalışmada İspanya'da şarap endüstrisinde faaliyet gösteren 286 küçük ve orta ölçekli işletmeye yönelik anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Anket sonucunda elde edilen bulgulara göre ihracat önündeki en önemli engellerin işletmeler için finansal kaynak yetersizliği, uluslararası pazardaki rekabet düzeyi, ihracat bilgi ve tecrübe eksikliğinden kaynaklandığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte Pinho ve Martins (2010) Portekiz'de KOBİ'lere yönelik

gerçekleştirdikleri çalışma ile ihracatta karşılaşılan bazı önemli engelleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 138 küçük ve orta ölçekli işletmeye anket çalışması uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre ihracat faaliyetinde bulunmayan işletmeler tarafından algılanan en önemli problemlerin potansiyel piyasalar hakkında bilgi yetersizliği, kalifiye ihracat personeli eksikliği, teknik yetersizlikler, sektördeki yaşanan yüksek rekabet, mali teşviklerin yetersizliği, nitelikli personel kaynağının olmaması olduğu belirlenmiştir. İhracatçı KOBİ'lerin karşılaştıkları en önemli sorunların ise firma boyutu, sektörün çekicilik derecesi, malın hedef pazara nakliyesi, fiziksel ürün akışının depolanması ve kontrol edilmesi olduğunu açıklamışlardır.

Al-Hayri, Al-Weshah ve Alnsour'un (2012) KOBİ'lerin dış pazara açılmalarının önündeki engelleri araştırdıkları çalışmalarında, Ürdün'de imalat sektöründe faaliyet gösteren 250 KOBİ'den anket yöntemiyle veri toplamışlardır. Uygulama sonucu elde edilen verilere yönelik faktör analizi ve regresyon analizi uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan analizlerin sonucunda ekonomik ve politik sorunlar, hükümet engelleri, finansal nedenler ve bilgi eksikliği gibi sorunların Ürdün'deki KOBİ'lerin ihracat performansı arasında ters yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda Irjayanti ve Azis'in (2012) Endonezya'da KOBİ'lerin ihracat sırasında karşılaştıkları engellerin belirlenmesine yönelik yapmış oldukları çalışmalarında 200 ihracatçı firmaya yönelik anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Anket sonucu elde edilen verilere yönelik temel bileşenler analizi ve ANOVA testleri uygulanmıştır. Uygulama sonucunda KOBİ'lerin ihracat engellerinin; uluslararası pazarda yaşanan rekabet engelleri, finansal kaynağa erişim, enerji fiyatları, teknoloji, üretim maliyeti, ekonomik nedenler, yönetim becerileri, işlem maliyeti, satış sınırlaması ve hammadde problemleri olmak üzere 10 ana sorun üzerinde yoğunlaştığı sonucuna ulaşmışlardır. Sudarevic ve Radojevic (2014) tarafından yürütülen bir diğer benzer

çalışmada Sırbistan'daki KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar araştırılmıştır. Araştırma kapsamında imalat sektöründe yer alan 137 firmadan anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Anket uygulamasından elde edilen veriler ANOVA, Kruskal-Wallis, bağımsız örneklem t testi ve Mann-Whitney U testi analizleri uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre KOBİ'lerin ihracat engellerine yönelik algı düzeyleri uluslararası pazardaki rekabet oranı, ihracatın finansmanı için kullanılacak kredi faiz oranları ve prosedürleri, ulusal para biriminin döviz kuru politikası, hükümetin ihracatçılara yönelik politikası, ihracat finansmanı için sermaye yetersizliği, fiyat rekabeti sağlayamamak, ihracat pazarlarında tanıtım maliyetleri, ihracatta ulusal markalaşma politikasının olmaması, uluslararası pazar hakkında bilgi yetersizliği, ihracat pazarının taleplerini karşılayamama, ihracat tarifeleri ve satış maliyeti şeklinde sıralanmaktadır. Toulova, Votoupalova ve Kubickova (2015) tarafından 2010 ve 2012 yılları arasında Çek Cumhuriyeti'nde yürütülen çalışmada kağıt, gıda endüstrisi, ağaç işleme endüstrisi, tarım ve bilişim sektörlerinde faaliyet gösteren ihracatçı veya daha önce ihracat yapmış 135 katılımcı KOBİ'ye yönelik anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anket sonucunda KOBİ'lerin ihracatta algıladıkları en önemli sorunlar çalışanların dil becerilerinin olmaması, uluslararası pazarda deneyim eksikliği, yurtdışı pazarda tanıtım maliyetlerinin yüksek olması, kamu desteği ve sübvansiyonların yetersiz olması olarak ifade edilmiştir. Anket bulgularına göre algılanan engeller ile uluslararasılaşma arasında bir korelasyonun olup olmaması incelenmiştir. Yapılan değerlendirmelerde kilit roldeki personelin dil becerisi ve kamu desteği kullanımının, KOBİ'lerin uluslararasılaşma başarısı arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak Sibiya ve Kele (2019) tarafından yürütülen çalışmada Güney Afrika'da KOBİ'lerin uluslararası pazarda büyümesini engelleyen nedenler araştırılmıştır. Araştırma kapsamında 178 işletme ile anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve elde edilen verilere yönelik çoklu

doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analizin sonucunda KOBİ'ler için finansmana erişimde yaşanan problemler, uluslararası piyasa bilgilerine erişim ve olumsuz bir düzenleyici ortamın bulunması ihracatın gelişmesi konusunda engel oluşturduğu ifade edilmiştir.

KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik Türkiye'de yapılan çalışmalar ise şu şekildedir: Karafakıoğlu (1986) İstanbul'da faaliyette bulunan İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı 201 ihracatçı işletme ile posta yoluyla bir anket çalışması gerçekleştirmiştir. Yapılan anket değerlendirmesi ile işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunların başında yüksek rekabet düzeyi, uluslararası pazar hakkında bilgi eksikliği, yüksek risk, ürün kalite yetersizliği, yüksek maliyetler, ihracat kısıtlamaları ve teşviklerin yetersiz olması gelmektedir. Tuncer ve Üner (1993) tarafından hazırlanan bir diğer çalışma ile ihracatçı işletmelerin karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve ihracatın teşvik edilmesine yönelik önceliklerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Ankara Sanayi Odasına kayıtlı 600 ihracatçı ile posta yoluyla iletişime geçilmiş ancak geri dönüş sayısı 85 işletme ile sınırlı kalmıştır. Yapılan araştırma sonucunda işletmelerin en önemli ortak sorunlarının ihracata sağlanan devlet teşviklerinin yetersiz olması, hizmetlerin yetersizliği, pazar hakkında bilgi edinme zorluğu, rekabet düzeyi ve nitelikli personel ihtiyacı olarak görüldüğü belirlenmiştir.

Karakaya ve Harcar (1999) çalışmalarında gelişmekte olan ülke bağlamında ihracat yapmayan firmalar için ihracatın önündeki engelleri incelemiştir. Bu kapsamda merkezi İstanbul'da bulunan çeşitli sektörlerdeki 277 firmaya anket uygulanarak veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilere göre mali kaynakların yetersizliği, uluslararası pazara giriş için yetersiz yatırım miktarı, kullanılan üretim teknolojisinin

yetersiz olması işletmelerin ihracatta karşılaşılan en önemli iç sorunlar olarak belirlenirken; yetersiz piyasa bilgisi ve uluslararası pazardaki yüksek rekabet düzeyinin ihracat yapmayan firmalar için en önemli dış faktörlerden kaynaklı sorunlar olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda Armağan (2004) tarafından hazırlanan benzer bir çalışmada ise tarıma dayalı sanayi sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar belirlenmek istenmiştir. Araştırma kapsamında Aydın ilinde faaliyet gösteren 60 tarıma dayalı sanayi işletmesi ile yapılan çalışmanın sonucunda, gümrük sorunları ve bürokrasi, ihracat finansmanında yaşanan zorluklar, ülkede yaşanan politik sorunlar KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı başlıca engelleri oluşturmakta olduğu ifade edilmiştir. Canitez'in (2004) hazırladığı doktora tez çalışması ile tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı sorunların belirlenmesini ve şiddetlerinin tespit edilmesini amaçlamıştır. Birçok farklı şehirde yürütülen çalışmada tesadüfi seçilen 222 adet ihracatçı tekstil KOBİ'si işletmeye yönelik yüz yüze görüşme yoluyla anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Elde edilen bulgular kapsamında KOBİ'lerin uluslararası nedenlerden kaynaklı ihracat sorunlarını, dış pazarda oluşan fiyatlar, uluslararası pazardaki rekabet ve dış pazarda yaşanan talep dalgalanmaları olarak ifade ederken; ulusal nedenlerden kaynaklı ihracat sorunlarının teşviklerin ve desteklerin yetersiz olması, ihracatla ilgili ağır bürokratik uygulamalar olarak belirlemiştir. Son olarak ihraç fiyatı ve pazar araştırmasının yetersiz olması ise işletme fonksiyonundan kaynaklanan ihracat sorunları olarak algılandığı sonucuna ulaşmıştır. Bir diğer çalışma ile Çoban (2005) tarafından firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik işletme eğilimleri araştırılmak istenmiştir. Araştırmaya yönelik Kayseri ilinde faaliyet gösteren mobilya sektöründeki ihracatçı 30 firmaya anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan anketin sonucunda işletmelerin tedarik kaynağı ile iş birliğinde yaşadığı yetersizlikler, rekabetçi fiyat uygulamaları, yabancı

ülkelerdeki farklı tüketici alışkanlıkları, dış pazarlar ile ilgili bilgi yetersizlikleri, yüksek vergi oranları, ödemede yaşanan gecikmeler ve kalite standardizasyon sorunlarının ihracatta karşılaşılan önemli engeller olarak algılandığı belirlenmiştir. Balantekin (2006), ihracatçı KOBİ'lerin ihracat faaliyeti sırasında karşılamış oldukları sorunlar ve ihracata yönelik devlet desteklerini incelemiştir. Araştırma kapsamında Kayseri'de KOBİ niteliğindeki 87 işletmeye yönelik anket çalışması yürütülerek edilen veriler ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları incelendiğinde işletmelerin ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunların üretim maliyetleri, rakipler ve rekabet şiddeti, kalifiye elaman sıkıntısı, ekonomik ve finanslar sorunlar şeklinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte Özdemir ve Karaca'nın (2007) hazırlamış olduğu çalışmada Afyonkarahisar'da yer alan doğal taş ihracatçılarının dış ticarete karşılamış oldukları sorunları analiz etmişlerdir. Bu doğrultuda KOBİ niteliğinde olan 62 işletme ile yüz yüze görüşme sağlanarak anket yöntemi ile veri toplamışlardır. Elde edilen bulgulara göre işletmelerin ihracat sırasında karşılaştıkları en önemli sorunların, uluslararası pazarlamada algılanan risk, yurt dışında müşteri bulma ve irtibatta yaşanan problemler olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.

Işık ve Delice'nin (2007) hazırladığı benzer bir çalışmada ise KOBİ'lerin dış pazara açılırken karşılaştıkları sorunlar incelenmeye çalışılmıştır. Karaman ve Nevşehir illerinde yürütülen çalışmada çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 35 ihracatçı KOBİ'ye nicel araştırma yöntemi olarak anket uygulaması yapılmıştır. Ankete katılan işletmelerin %57,2'si yurtdışındaki yasal düzenlemelerden, %45,7'si çalışma sermayesinin yetersiz olmasından ve %42,9'u elverişsiz kur oranlarından kaynaklı ihracatta sorun yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Keskin, Koşan ve Ayık (2009) tarafından hazırlanan çalışmada ise Erzurum Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan KOBİ'lerin yaşadığı sorunların tespit edilerek çözüm önerileri sunmayı amaçlamışlardır. Bu doğrultuda KOBİ yöneticileri ile bire bir görüşme yapılarak

saha araştırılması yapılmış ve doldurulan 78 anket ile gerekli analiz ve incelemeler sağlanmıştır. Analiz sonuçlarında ihracat yapan ve ihracat yapmak istediği halde ihracat yapamayan işletmelerin nedenlerinin benzer olduğu görülmüştür. İşletmeler tarafından özellikle belirtilen bu nedenler önem sırasına göre, mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engeller, ülkede yaşanan ekonomik kriz ve istikrarsızlık, dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği ve finansman sorunları şeklinde sıralanmaktadır. Köksal ve Kettaneh (2011) iki gelişmekte olan ülke olan Lübnan ve Türkiye’de yüksek performanslı ihracat yapan işletmeleri, düşük performanslı işletmelerden ayıran ihracat sorunlarının algısını incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma kapsamında çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren Türkiye’den 144, Lübnan’dan 71 KOBİ’ye posta yoluyla anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda ihracatta karşılaşılan sorunlar; yetersiz üretim kapasitesi, ambalaj maliyetleri, uluslararası pazar hakkında bilgi edinmede yaşanan engeller, nitelikli personel eksikliği, kalitesiz ürünler, marka imajı, teşviklerin yetersizliği, yabancı ülkelerin uyguladığı yüksek tarife ve tarife dışı engeller olarak açıklanmıştır.

Tekelioğlu ve Başer (2013) hazırladıkları çalışma ile Ankara ilinde yer alan makine sektöründeki KOBİ’lerin ihracatına olumlu ve olumsuz etki eden etkenler incelenerek firmaların ihracat düzeylerini geliştirerek ihracat performanslarını arttırmaları amaçlanmıştır. Araştırma yöntemi olarak odak grup görüşmeleri ve anket olmak üzere iki aşamalı bir yapı oluşturularak 98 işletme ile yüz yüze mülakat yöntemi uygulanmıştır. Görüşmeler sonucunda işletmelerin ihracatına olumsuz etki eden nedenler, ihracat hakkında bilgi eksikliği ve pazarın analizinde yaşanan sorunlar, finanslar sorunlar, yurt dışı dağıtım kanallarının bulunmaması, dış pazardaki yoğun rekabet ortamı, üretim kapasitesinin yetersiz olması şeklinde sıralanmaktadır. Şeker, Doğan ve Demirel’in (2016) Ankara, İstanbul, Adana, Mersin, Bursa ve Kocaeli illerinde yürüttüğü çalışmada dış ticaret yapan 180 küçük

ve orta ölçekli işletme ile görüşülerek anket yardımıyla veri toplamışlardır. Yapılan değerlendirme sonucunda eğitimli personel bulamamak, bürokratik engellerle karşılaşmak, yabancı pazarda rekabete hazır olmamak ve pazar araştırması yapma imkânı bulamamak şeklindeki problemlerin işletmeler tarafından dış ticarete karşılaşılan önemli sorunlar olarak algılandığı belirlenmiştir. Ayrıca Özcan ve Atalay'ın (2017) tarafından hazırlanan çalışmada Konya ilinde faaliyet gösteren makine-aksam imalatı yapan 83 KOBİ işletmesine yönelik anket uygulanarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen veriler ANOVA ve t testi yardımıyla analiz edilerek KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı sorunlar belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda KOBİ'lerin ihracatta birçok farklı sorunla karşılaştıkları belirlenirken bu sorunların önem sırasına göre; komşu ülkelerde yaşanan sorunlar, nitelikli eleman eksikliği, hükümet politikaları, uluslararası pazardaki rekabet ortamı, yüksek vergiler ve hammadde maliyetleri şeklinde olduğu ifade edilmiştir. Çütçü, Özdemir ve Erkan'ın (2017) gerçekleştirdiği bir diğer benzer çalışmada ise KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik algıları araştırılmıştır. Bu kapsamda Gaziantep ilinde faaliyet gösteren 112 KOBİ tarafından doldurulan anket verilerine yönelik çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz çerçevesinde firmaların demografik özelliklerinin, ihracat sorunları algısı ölçeğinin alt boyutları üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İslambay (2018) tarafından hazırlanan yüksek lisans tez çalışmasında Konya ilinde imalat sektöründe faaliyet gösteren 300 ihracatçı işletmeye yönelik anket çalışması gerçekleştirmiştir. Yapılan çalışma ile KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar belirlenmeye çalışılırken elde edilen verilere yönelik faktör analizi, tek değişkenli t testi, ANOVA testi, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizlerden elde sonuçlara göre en çok etkilenilen uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat

sorunlarının, karmaşık bulunan yasa ve dökümantasyonlar, uygun dağıtım kanallarının olmaması şeklinde olduğu ifade edilirken; ulusal çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat sorunlarının, ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik, iletişim olanakları; işletme fonksiyonundan kaynaklı ihracat sorunlarının ise ihracat finansmanında kullanılacak fon maliyetlerinin yüksek olması, eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırmanın son bölümünde uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarının, ulusal çevre ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında pozitif yönlü yüksek bir ilişkinin olduğu; işletme fonksiyonlarından kaynaklı ihracat sorunları ile ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat sorunları arasında da benzer olarak pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Yilihamu'nun (2020) hazırladığı yüksek lisans tez çalışmasında Çin'e ihracat gerçekleştiren Türkiye menşeli maden sektöründe faaliyet yürüten KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı ulusal veya uluslararası sorunların belirlenmesi amaçlanmıştır. İstanbul Maden İhracatçıları Birliği'ne üye 152 işletme ile yürütülen çalışmada e-posta yoluyla anket yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre uluslararası faktörlerden kaynaklı ihracat sorunları, döviz kurlarından kaynaklanan sorunlar, ürün standartları ve etiketlemeden kaynaklanan sorunlar, uluslararası dağıtımıcılar ve aracılar hakkında bilgi edinmeden kaynaklı sorunlar; ulusal faktörlerden kaynaklı ihracat sorunları, firmaların ulusal pazara yoğunlaşması, devlet yardımlarının etkin ve verimli olmaması olarak açıklanmıştır. Son olarak KOBİ'lerin işletme fonksiyonundan kaynaklı ihracat sorunları ise yönetimin yeterli ölçüde ihracata zaman ayırmaması, yönetimin ihracat hakkındaki isteksizliği ve dış pazara yönelik pazar araştırmasının yetersiz olması şeklinde belirlenmiştir.

Çetin ve diğ. (2021) yürüttükleri çalışma ile KOBİ'lerin algılanan ihracat engellerini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışma kapsamında Bartın ilinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren ihracatçı firmalar ile gerçekleştirilen görüşmelerde elde edilen veriler için betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda KOBİ'lerin algıladıkları iç ihracat engelleri, insan kaynağı yetersizliği, pazar araştırmasının yapılamaması, lojistik maliyetleri; dış ihracat engelleri, kur dalgalanmaları, şehrin lojistik konumu olarak nitelendirilmiştir.

3.3 ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini çeşitli sektörlerde ihracat faaliyetinde bulunan Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri'ne üye küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmada herhangi bir örnekleme yöntemi uygulanmamış olup Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri Sekreterlikleri aracılığıyla ihracatçı firmalara elektronik posta gönderilerek araştırmaya ait veri toplama aracının işletmedeki yetkili kişilerce doldurulması amacıyla başvuruda bulunulmuştur. Birlik tarafından yönlendirilen e-postaya toplamda 88 adet geri dönüş gerçekleştirilmiş fakat doldurulan anketlerin 5 tanesi KOBİ standartlarına uymaması ve eksik cevaplar içermesi nedeniyle analize dahil edilmemiştir. Kullanılabilir anket sayısı 83 olarak belirlenmiştir.

3.4 ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden birisi olan anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma için Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri ile iletişime geçilerek araştırmanın anket formunun birliğe üye işletmelere ulaştırılması konusunda yardım talep edilmiştir. İlgili kurumlar tarafından yapılan inceleme sonucu olumlu değerlendirilen anket formu, elektronik posta aracılığıyla işletmelere yönlendirilmiştir. Verilerin toplanmasında

kullanılan anket formu EK-1’de sunulmuştur. Anket formu genel olarak dört bölümden oluşmaktadır.

1) Katılımcı ve Firma Özellikleri Bilgi Formu

2) Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı İhracatta Karşılaşılan Sorunlar Formu

3) Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı İhracatta Karşılaşılan Sorunlar Formu

4) İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklı İhracatta Karşılaşılan Sorunlar Formu

Katılımcı ve firma özellikleri bilgi formunda araştırmaya katılan işletmelerin sektöre bulunma süresi, personel sayısı, toplam ciro içerisindeki ihracatın payı hakkında bilgi edinmek ve formu dolduran personelin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanan toplam 6 soru bulunmaktadır. Anket formunun ikinci ana bölümü ise 7’nci soru ile başlamaktadır. Bu bölüm işletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat sorunlarının analiz edilmesi amacıyla hazırlanmış 23 alt sorudan oluşmaktadır. Anket formu üçüncü ana bölümü 8’inci soru ile başlamakla birlikte işletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklı sorunlarının analiz edilebilmesine yönelik 12 alt soru içermektedir. Son olarak dördüncü bölüm 9’uncu soru ile başlarken KOBİ’lerin işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunlarının analizinin yapılabilmesi amacıyla hazırlanmış 15 alt soru yer almaktadır.

Formda yer alan söz konusu ihracat sorunlarının ağırlığını belirlemeye yönelik 5’li Likert Ölçeği tercih edilmiştir. Likert Ölçeğine göre “1-Bu sorundan etkilenmiyoruz”, “2-Çok az seviyede ihracatımızı olumsuz yönde etkilemektedir”, “3-Normal seviyede

ihracatımızı olumsuz etkilemektedir”, “4-Şiddetli bir şekilde ihracatımızı olumsuz yönde etkilemektedir”, “5-Çok şiddetli bir şekilde ihracatımızı olumsuz yönde etkilemekte ve ihracatımızda en önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır” anlamlarını taşımaktadır.

Araştırmada Katsikeas ve Morgan’ın (1994) geliştirip kendi çalışmalarında kullandığı ve Canitez’in (2004) tarafından teorik altyapısının oluşturulup doktora tezinde yer verdiği ve Türk KOBİ’lerine uygulamasını gerçekleştirdiği anket formu kullanılmıştır. Anket uygulaması Nisan 2021 – Mayıs 2021 döneminde gerçekleştirilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde IBM SPSS 25 ve SmartPLS 3.3.3 paket istatistik programlarından yararlanılmıştır.

3.5 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI

Araştırmada, katılımcıların anket sorularına verdikleri yanıtların doğru ve gerçek görüşlerini yansıttığı, seçilen örneklemin evreni temsil ettiği, ankette yer alan soruların KOBİ ihracat sorunlarını ortaya koymakta yeterli olduğu varsayılmıştır. Aynı zamanda araştırmada ortaya çıkan sonuçlar birtakım kısıtlamalar içermektedir. Bu kısıtlamaları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Araştırma, Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri’ne üye işletmelerin yetkili kişilerinin görüşleri ile sınırlıdır.

- Araştırmanın örneklem kümesini 1-249 arası personele sahip ve ihracat faaliyetinde bulunan 83 işletme oluşturmaktadır.

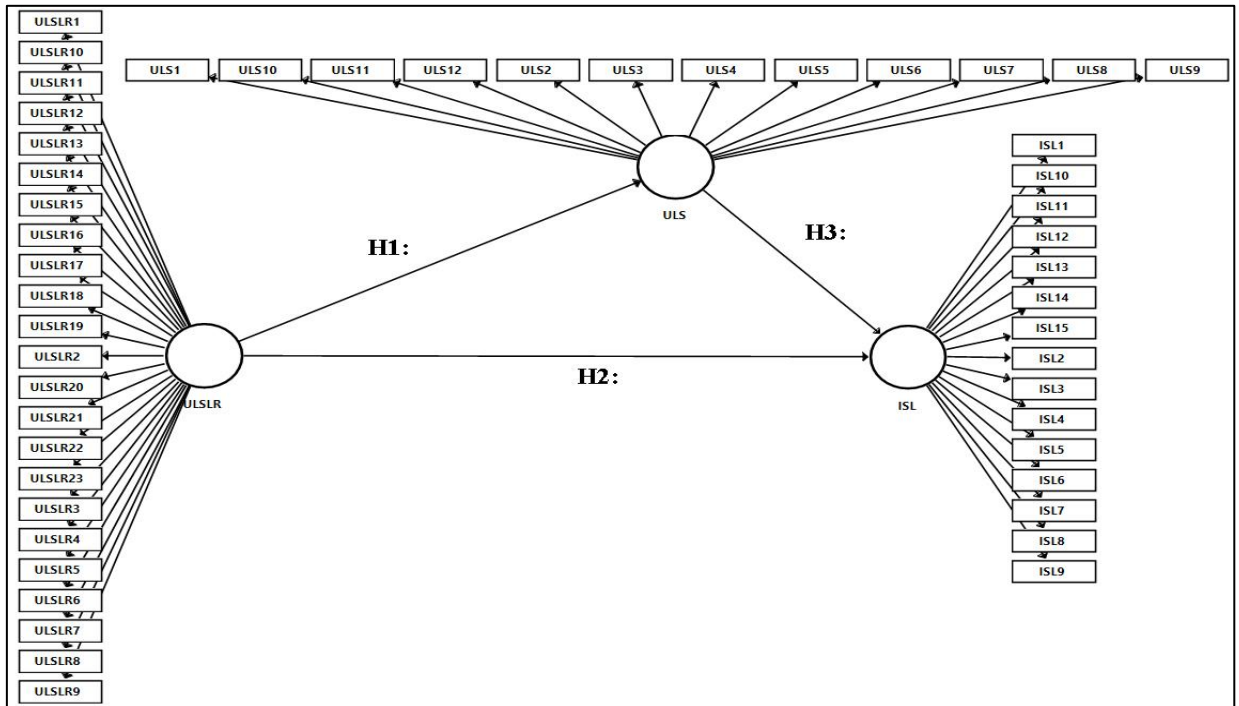
•Araştırmada uluslararası dış çevre faktörlerinden, ulusal dış çevre faktörlerinden ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan bazı ihracat sorunlarına yer verilmiş olup muhtemel farklı sorunlar incelemeye dâhil edilmemiştir.

•Araştırma kısıtlı sürede ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemi koşulları nedeniyle elektronik ortamda yürütülmüş olup işletmelerin gönderilen e-postaları çok fazla dikkate almaması nedeniyle analiz ankete katılan firmalar ile sınırlı tutulmak zorunda kalmıştır.

3.6 ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Araştırmada uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat sorunları (ULSLR), ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat sorunları (ULS) ve işletme fonksiyonlarından kaynaklı ihracat sorunlarının (ISL) arasındaki ilişkinin test edilmesi için geliştirilen model şekil 5’te verilmiştir.

Şekil 5: Araştırma Modeli



Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunların analizinin yapılabilmesine yönelik geliştirilmiş hipotezler şu şekildedir:

H1: Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2: Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3: Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

3.7 VERİLERİN ANALİZ EDİLMESİ

Araştırma modelindeki verilerin analiz edilmesi için Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılmasına karar verilmiştir. Yapısal eşitlik modelleri, gözlemlenen veya örtük (gizil) değişkenler arasındaki nedensel ilişkinin analiz edilmesinde kullanılan istatistiksel bir yöntemdir (Tüfekçi ve Tüfekçi, 2006: 178). YEM örtük değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının olduğunu ve örtük değişkenlerin gözlemlenebilir değişkenler yardımıyla hesaplanabildiğini varsaymaktadır (MacLean ve Gray, 1998: 2). YEM faktör analizi ve regresyon analizlerinin bileşiminden oluşmaktadır. YEM, birincil istatistik yöntemlerinde mümkün olmayan faydalar sağlamaktadır. YEM'in en önemli avantajları arasında değişkenler arası doğrudan etkilerin ölçülmesine imkân sağladığı gibi aynı zamanda iki veya daha fazla değişken arasındaki ölçüm hatalarını da hesaba katarak çok değişkenli karmaşık modelleri analiz etmede kullanılabilmesi yer almaktadır (Çakır,

2020: 20; İlhan ve Çetin, 2014: 27). İkincil nesil bir istatistik yöntemi olan YEM, Kovaryans Tabanlı Yapısal Eşitlik Modellemesi (CB-SEM) ve Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-SEM) olarak ikiye ayrılmaktadır. İstatistiksel yöntemleri farklı olması nedeniyle birbirlerine karşı birtakım üstünlükleri bulunmaktadır. PLS-SEM ile CB-SEM modelleri arasındaki farklılıklara ilişkin temel bilgilere tablo 12’de yer verilmiştir.

Tablo 12: PLS-SEM ve CB-SEM Modellerinin Farklarının Karşılaştırılması

Kriter	PLS-SEM	CB-SEM
Amaç	Tahmin odaklı	Parametre odaklı
Dağılım Varsayımları (Test Yapısı)	Non-Parametrik (normallik ihtiyacı yok)	Parametrik (normal dağılım şartı sağlamalı)
Gereken Örneklem Büyüklüğü	Küçük ölçek (minimum 30-100 arası)	Büyük ölçek (100-800 arası)
Model Karmaşıklığı	Büyük modellere için	50 ve üstü değişken içeren büyük modeller için
Parametre Tahminleri	Potansiyel yanlılık	Varsayımlar karşılandığı takdirde kararlı
Yapı Başına Göstergeler	1, 2 veya çok sayıda	Minimum 3-4 gösterge şartlarını karşılaması
Parametre Göstergeleri için İstatistiksel Testler	Jackknifing veya Bootstrapping	Varsayımlar karşılanmalı
Ölçüm Modeli	Formatif (Biçimlendirici) ve reflektif (Yansıtıcı)	Yalnızca Reflektif (Yansıtıcı)
Uyum İyiliği Değerleri	Gerekmemektedir	Fazla sayıda
Kullanılan Yazılımlar	SmartPLS, PLS Graph vb.	LISREL, AMOS vb.

Kaynak: (Polat, 2018: 5326)

Tablo 12 incelendiğinde modeller arasındaki farklılıkların en başında PLS-SEM’in parametrik olmayan veri setleriyle de kullanılabilme imkânı yer almaktadır. Başka bir ifadeyle PLS-SEM modeli için verilerin normal dağılması gerekliliği şartı aranmamaktadır. Aynı zamanda PLS-SEM, CB-SEM’e kıyasla çok daha küçük örneklem sayısı ile çalışmaya imkân sağlamaktadır. Amacı araştırdığı değişkenler hakkında bir tahmin modelini test etmek olan araştırmacılar için PLS-SEM daha çok tercih edilebilir bir yöntem olarak görülmektedir (Polat, 2018: 5327). Özetle araştırmacılar için örneklemin küçük

olması durumu, normal dağılım ön şartının olmaması ve formatif yapıların test edilebilir olması nedeniyle PLS-SEM modelini diğer yöntemlere kıyasla öncelikli kılmaktadır.

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda küçük örneklem sayısında sağlıklı sonuçlar ortaya koyması, normal dağılım ön şartının bulunmaması, kayıp verilerin etkilerini minimize etme konusunda kullanışlı olması, faktör analizi ve regresyon analizlerini eş zamanlı gerçekleştirerek daha doğru sonuçlar ortaya çıkarması gibi nedenlerden dolayı bu araştırmada kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modeli (PLS-SEM) tercih edilmesi kararlaştırılmıştır. PLS-SEM analizinin yapılabilmesi için en bilinen ve yaygın olarak tercih edilen program SmartPLS'den yararlanılmıştır.

SmartPLS analizinden önce örneklemden toplanan verilere dair demografik özelliklerin belirlenebilmesine yönelik olarak frekans analizi ve tanımlayıcı istatistiklerin yapılabilmesi adına tüm veriler SPSS programına aktarılmıştır. Sonrasında SmartPLS aracılığıyla modelde yer alan gözlemlenen ve gizli değişkenler oluşturularak, geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmış ve veriler PLS-SEM çerçevesinde analiz edilmiştir.

3.8 ARAŞTIRMADA KULLANILAN DEĞİŞKENLER

Araştırmada bağımlı (endojen) değişken olarak; ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları (ULS) ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları (ISL) kullanılmıştır.

Araştırmanın bağımsız değişkeni olarak diğer bir ifadeyle egzojen değişken olarak; uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları (ULSLR) kullanılmıştır.

3.9 ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümünde araştırmanın amacına yönelik analizlere ve bulgulara yer verilmiştir. Katılımcıların ve firmaların yapısal özelliklerine dair istatistikler IBM SPSS aracılığıyla oluşturulmuş olup diğer tüm testlerde SmartPLS programından yararlanılmıştır.

3.9.1 İşletmelerin Yapısal Özellikleri ve Frekans Dağılımları

Araştırmada yer alan şirketlerin ve katılımcıların demografik özelliklerine ait yüzde ve frekans dağılımları tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13: Katılımcıların ve İşletmelerin Yapısal Özelliklerine Ait Frekans Dağılımları

	Frekans	Frekans (N)	Yüzde (%)
İşletmedeki pozisyonunuz nedir?	Şirket Sahibi	31	37,3
	Yönetim Kurulu Üyesi	6	7,2
	İhracat Müdürü/Sorumlusu	37	44,6
	Diğer	9	10,8
Eğitim durumunuz nedir?	Ön Lisans	4	4,8
	Lisans	50	60,2
	Lisans Üstü	25	30,1
	Diğer	4	4,8
İşletmenizin sektörde bulunma süresi nedir?	0-5 Yıl	23	27,7
	6-11 Yıl	21	25,3
	12 Yıl ve daha fazla	39	47,0
İşletmenizdeki personel sayısı nedir?	1-9 arasında	23	27,7
	10-49 arasında	30	36,1
	50-249 arasında	30	36,1
Yaklaşık olarak yıllık toplam satış hasılatınızın ne kadarını ihracattan temin ediyorsunuz?	%10'dan az	8	9,6
	% 10-20 arasında	8	9,6
	%21-40 arasında	17	20,5
	%40'tan fazla	50	60,2
Yıllık olarak kaç farklı ülkeye ihracat yapmaktasınız?	1 ülke	1	1,2
	2-4 arasında	27	32,5
	5-7 arasında	12	14,5
	8-10 arasında	13	15,7
	10'dan fazla	30	36,1

Araştırmaya katılan katılımcıların şirket içi pozisyonları incelendiğinde %44,6'sı ihracattan sorumlu müdür veya personel, %37,3'ü şirket sahibi, %10'u diğer ve %7,2'si yönetim kurulu üyesi olduğu görülmektedir. Toplam 83 katılımcının 37'sinin ihracat sorumlusu, 31'inin ise şirketin sahibi olduğu belirlenirken katılımcıların büyük çoğunluğu işletmede önemli pozisyonlarda yer almaktadır.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %60,2'si lisans, %30,1'i lisans üstü derecelerden mezun olmuşlardır. Bu yüzdelerle göre lisans mezunu kişi sayısı 50, lisans üstü mezunu kişi sayısı 25 olarak belirlenirken ön lisans mezunu ve diğer eğitim düzeylerinden mezun kişiler katılımcıların geri kalanını oluşturmaktadır. Bu durum araştırmada yer alan kişilerin eğitim düzeylerinin son derece yüksek olduğunu göstermektedir. İşletme özellikleri incelendiğinde ise araştırmada yer alan işletmelerin %47'si 12 yıl veya daha fazla, %27,7'si 0-5 yıl arasında ve %25,3'ü 6-11 yıl arasında sektörde yer almaktadır. Bu durum işletmelerin büyük çoğunluğunun uzun süredir buldukları sektörlerde faaliyet gösterdiklerini ifade etmektedir.

Araştırmaya katılan kişilerin işyerindeki çalışan sayıları incelendiğinde işletmelerin %36,1'inde "50-249 arası" yine aynı şekilde %36,1'inde "10-49 arası" personel bulunmaktadır. Bu yüzdeler oran toplamda 83 katılımcı işletmenin 30'unda "10-49 arası" 23'ünde "1-9 arası" ve 30'unda "50-249 arası" personel istihdamının sağlandığını ifade etmektedir. İhracat gelirinin işletme toplam cirosu içerisindeki payı incelendiğinde araştırmada yer alan işletmelerin %60,2'si yıllık cirolarının %40'tan fazlasını, %20,5'i cirolarının %21 ile %40 arasında bir bölümünü ve %9,6'sı ise cirolarının %10 ile %20 arasında bir kısmını ihracattan karşılamaktadır.

Son olarak firmaların yıllık olarak kaç farklı ülkeye ihracat yaptıkları değerlendirildiğinde ise işletmelerin %32,5'i yıllık 2-4 arasında, %15,7'si 8-10 arasında, %14,5'i 5-7 arasında farklı ülkeye ihracat yaptıklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle katılımcı işletmelerden 30 tanesinin yıllık 10 ve daha fazla sayıda farklı ülkeye ihracat gerçekleştirmekte olduğu belirlenmiştir.

3.9.2 Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılım sağlayan işletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarına ilişkin tanımlayıcı istatistik dağılımları tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14: Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Dağılımları

	Ortalama	Standart Sapma	Değişim Katsayısı (%)	Minimum Değer	Maksimum Değer
Değişik karmaşık ve yabancı bulunan yasalar, dokümantasyonlar, işlemler, protokoller, uygulamalar	3,64	1,29331	35,54	1,00	5,00
Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar	4,36	0,94454	21,66	1,00	5,00
Ürün standartları, etiketlemeler ve işaretlemelerden kaynaklanan sorunlar	3,60	1,21915	33,84	1,00	5,00
Dağıtım kanallarında yer alan araçlar	3,66	1,18195	32,27	1,00	5,00
Uygun dağıtım kanallarının yokluğu	3,76	1,15389	30,70	1,00	5,00
Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği	3,51	1,28190	36,56	1,00	5,00
Problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri	4,59	0,81205	17,69	1,00	5,00
Uluslararası dağıtımçıları ve araçları hakkında bilgi edinmedeki zorluklar	3,77	1,09684	29,09	1,00	5,00

Ödemelerden kaynaklanan sorunlar	4,07	1,09079	26,79	1,00	5,00
Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	3,95	1,14661	29,01	1,00	5,00
Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	3,43	1,24149	36,16	1,00	5,00
Depolama sorunları	3,52	1,24314	35,34	1,00	5,00
İhraç pazarlarındaki politik istikrar sorunu	4,07	1,12383	27,60	1,00	5,00
Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar	4,24	1,05450	24,86	1,00	5,00
Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri	3,92	1,08431	27,69	1,00	5,00
İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar	4,23	0,92822	21,95	1,00	5,00
Yabancı pazarlardaki rekabet	4,29	0,81943	19,10	1,00	5,00
Uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları	4,22	0,85609	20,30	2,00	5,00
İhracat pazarlarının analiz edilmesinde toplanan bilgilerin sınırlı olması ve bilgi toplamadaki sorunlar	3,86	0,89895	23,32	2,00	5,00
Yabancı pazarlardaki reklam ve tutundurmaya ilgili faaliyetlerin zorluğu	3,69	1,09241	29,63	1,00	5,00
Yabancı müşterilerin farklı alışkanlıkları ve davranışları	3,61	1,05728	29,25	1,00	5,00
Tüketici özelliklerini öğrenmede ve izlemedeki eksiklikler	3,52	1,08607	30,87	1,00	5,00
Dil ile kültür farklılığı ve iletişim zorlukları	3,02	1,35229	44,72	1,00	5,00

Tablo 14 incelendiğinde işletmeler tarafından “Problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri”, “Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar”, “Yabancı pazarlardaki rekabet”, “Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar”, “İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar” ve “Uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları” ihracatı önemli bir şekilde etkilediği belirtilirken “Dil ile kültür farklılığı ve iletişim zorlukları” sorunundan diğer problemlere kıyasla ihracatı daha az düzeyde etkilenmektedir. Araştırmadan elde edilen bu sonuçlar Gripsrud (1990), Canitez (2004), Leonidou (2004), Çoban (2005), Sudarevic ve Radojevic (2014), Sharkey ve diğ. (1989)

tarafından yapılan çalışmalar ile benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte tabloda değişim (varyasyon) katsayısı değerleri verilmiştir. Değişim katsayısı, standart sapmanın aritmetik ortalamaya bölünmesi ile hesaplanmakta olup ölçekten elde edilen verilerin homojen veya heterojen dağılım gösterip göstermemesini ifade etmektedir (Hendricks ve Robey, 1936). Değişim katsayıları incelendiğinde problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri, yabancı pazarlardaki rekabet, uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları araştırmada yer alan işletmeler için sektör farkı gözetmeksizin ihracatı olumsuz yönde etkileyen sorunlar olarak algılanmaktadır.

Tablo 15: Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Dağılımları

	Ortalama	Standart Sapma	Değişim Katsayısı	Minimum Değer	Maksimum Değer
Ulusal pazarlarda talep olduğunda ihraç pazarlarının ihmal edilmesi	3,25	1,26726	38,96	1,00	5,00
Yoğun bir şekilde ulusal pazarlara odaklanmak	3,41	1,19996	35,19	1,00	5,00
Yüksek enflasyon	4,16	1,06476	25,62	1,00	5,00
Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik	4,29	0,86292	20,12	1,00	5,00
İhracatla ilgili kamu kuruluşlarının ağır ve yavaş bürokratik uygulamaları	4,18	0,96455	23,07	1,00	5,00
Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği	4,36	0,86360	19,80	1,00	5,00
Devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği	4,29	0,86292	20,12	1,00	5,00
İhracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları	4,34	0,84503	19,48	1,00	5,00
Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri	4,28	0,91483	21,39	1,00	5,00
İletişim olanakları	3,89	1,02424	26,32	1,00	5,00
Bankacılık hizmetleri	3,96	1,05282	26,56	1,00	5,00
Rüşvet ve kayırma	3,67	1,34444	36,59	1,00	5,00

Ankete katılım sağlayan işletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarına ilişkin tanımlayıcı istatistik bilgileri tablo 15’te verilmiştir. Tabloya göre “Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği”, “İhracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları”, “Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik”, “Devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği” ve “Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri” gibi ulusal nedenlerden kaynaklanan sorunların ihracatı önemli derecede olumsuz yönde etkilendiği görülmektedir. KOBİ’ler tarafından ihracatta algılanan bu sorunlar Azzi da Silva ve Da Rocha (2001), Tuncer ve Üner (2018), Yilihamu (2020) tarafından hazırlanan çalışmaların sonuçlarıyla da desteklenmektedir. Son olarak ihracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları, vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği, ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik sorunlarının sektör ayırt etmeksizin işletmeler tarafından ortak algılanan ihracat sorunları olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 16: İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracat Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Dağılımları

	Ortalama	Standart Sapma	Değişim Katsayısı	Minimum Değer	Maksimum Değer
İhracat faaliyetlerine yönetimin yeteri kadar zaman ayıramaması	3,59	1,35283	37,68	1,00	5,00
İhracat pazarlama planının olmaması veya yapılmaması	3,75	1,33292	35,57	1,00	5,00
İhracat departmanının olmayışı ya da yetersizliği	3,55	1,37267	38,62	1,00	5,00
Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar	3,54	1,42539	40,24	1,00	5,00
Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler	3,58	1,48259	41,43	1,00	5,00
Paketleme sorunları	3,42	1,49895	43,81	1,00	5,00

Ürünün kendisinden kaynaklanan sorunlar	3,45	1,35478	39,32	1,00	5,00
Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar	4,01	1,23460	30,77	1,00	5,00
İhracat pazarlarına yönelik pazar araştırmasının yokluğu ya da yetersizliği	3,78	1,17958	31,18	1,00	5,00
İthalatçının istediği ürün ve kalite standartlarının karşılanmasındaki zorluklar	3,63	1,31326	36,21	1,00	5,00
İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması	3,95	1,25818	31,84	1,00	5,00
İhracatın finansmanında kullanılabilir fonların yüksek maliyetli olması	4,08	1,20167	29,42	1,00	5,00
Üretim kapasitesindeki yetersizlikler	3,52	1,39127	39,55	1,00	5,00
Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli	3,76	1,38450	36,83	1,00	5,00
İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar	3,94	1,23317	31,30	1,00	5,00

Tablo 16’da araştırmaya katılım sağlayan işletmelerin işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunlarına ilişkin tanımlayıcı istatistik dağılımına yönelik bilgilere yer verilmiştir. Tabloya göre işletmelerin ihracatta karşılaştıkları en önemli engel olarak 4,08 ortalama ile “İhracatın finansmanında kullanılabilir fonların yüksek maliyetli olması” sorunun algılandığı görülmektedir. Literatür bölümünde bulunan İslambay (2018) ve Sudarevic ve Radojevic (2014)’in çalışmalarında benzer olarak “fon maliyetlerinin yüksek olması” ve “ihracatın finansmanı için kullanılacak kredi faiz oranları” problemlerinin ihracatı engelleyen nedenler arasında yer almaktadır. Tablo 16’ya göre işletme fonksiyonundan kaynaklı ihracatta karşılaşılan diğer problemler önem derecesine göre, “Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar”, “İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması” ve “İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar” şeklinde

sıralanmaktadır. Bu bulgulara göre literatür geçmişindeki Bagchi-Sen (1999), Işık ve Delice (2007), Köksal ve Kettaneh (2011), Pinho ve Martins (2010), Tuncer ve Üner (1993), Sharkey ve diğ. (1989)'nin çalışmaları ile benzer sonuçlar elde edilmiştir. Son olarak ihracatın finansmanında kullanılacak fonların yüksek maliyetli olması, fiyatlandırmada yaşanan zorluklar ve ihracat pazarlarına yönelik pazar araştırmasının yetersizliği tüm işletmeler tarafından ortak algılanan ihracat sorunları olarak görülmektedir.

3.9.3 Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Araştırmada yer alan boyutlara yönelik geçerlilik ve güvenilirlik analizleri kapsamında iç tutarlılık güvenilirliği (internal consistency reliability), birleşme geçerliliği (convergent validity) ve ayrışma geçerliliği (discriminant validity) analizleri gerçekleştirilmiştir. İç tutarlılığın değerlendirilmesinde kullanılan geleneksel yöntem Cronbach's Alfa (α) katsayısıdır. Cronbach's Alfa katsayısı 1951 yılında Lee Cronbach tarafından geliştirilmiş ve 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır. Ölçekteki sorular arası uyum derecesini gösteren bu katsayıya ilişkin bilgiler şu şekildedir (Özdamar, 2004: 633);

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek güvenilirliği düşüktür.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyededir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek güvenilirliği oldukça yüksektir.

Cronbach's Alfa göstergeler arası korelasyonu esas alarak tüm göstergelerin hata varyanslarını eşit kabul etmektedir (Gürbüz, 2019: 78). PLS-SEM modelinde ise göstergeler birbirlerinden ayrı şekilde önceliklendirilmektedir (Silva, Ringle, Silva ve Bido, 2014: 65). Ayrıca Cronbach's Alfa ölçek içerisindeki indikatör sayısına duyarlı ve iç tutarlılık oranını

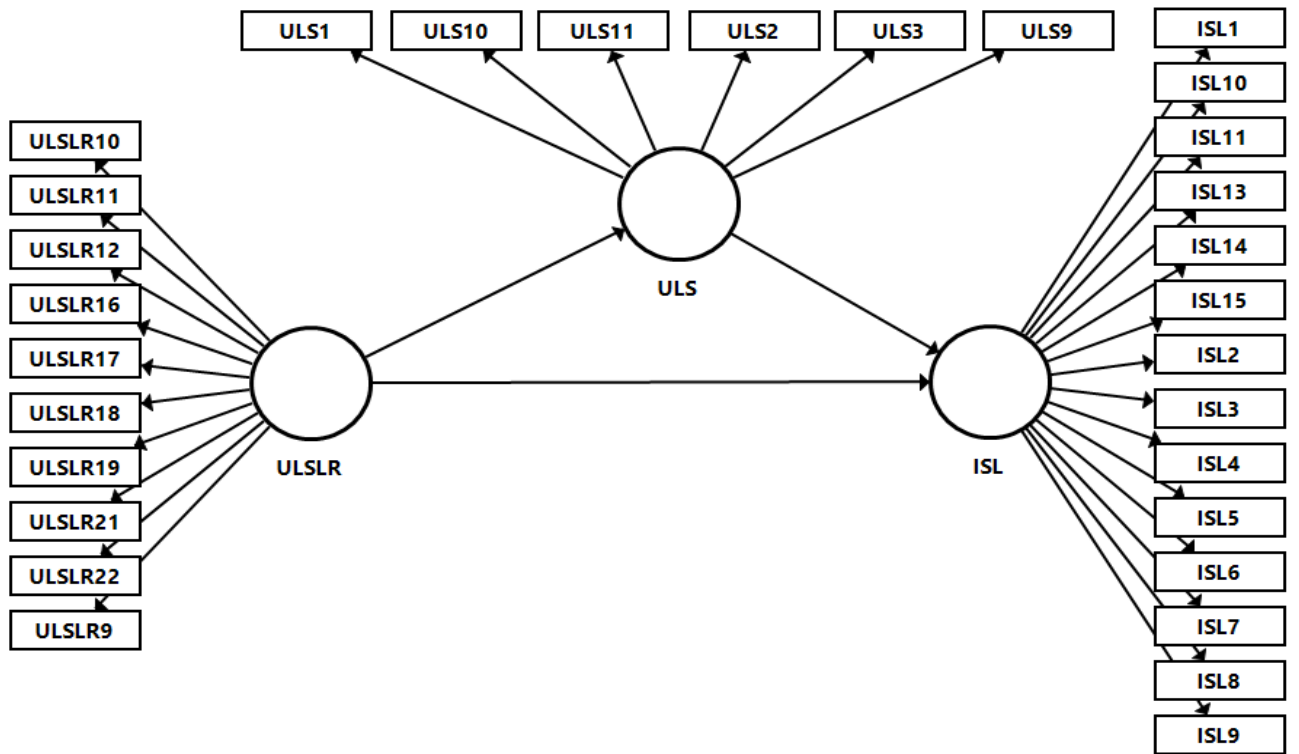
çok düşük gösterdiği belirtilmektedir (Garson, 2016: 63). Tüm bu eleştiriler nedeniyle araştırmacılar tarafından PLS modeli çalışmalarda Cronbach's Alfa katsayısına alternatif olarak, birleşik güvenilirliği (Composite Reliability=CR) kullanılması önerilmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988; Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt, 2017; Nunnally ve Bernstein, 1994).

Birleşik güvenilirliği için CR değeri 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır. Araştırma modelinin güvenilirliği açısından katsayının 0,70'in üzerinde bir değer olması yeterli görülmektedir (Hair ve diğ., 2017; Henseler, Hubona ve Ray, 2016). Çalışmada birleşme geçerliliğinin tespiti için faktör yükleri ve açıklanan ortalama varyans (Average Variance Extracted=AVE) değerleri kullanılmıştır. Birleşme geçerliliği şartının sağlanabilmesi için AVE değerinin 0,50 üzeri olması gerekmektedir (Chin, 1998; Hair, Black, Bain ve Anderson, 2010). Araştırmada ayrışma geçerliliği için ise çapraz yükler (cross-loadings), Fornell ve Larcker kriteri ve HTMT (heterotrait monotrait ratio) değerleri incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği, bir gizil değişkenin diğer değişkenlerden ne kadar farklı olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle ayrışma geçerliliğinin sağlanması yapının benzersiz olduğunun bir göstergesidir. Fornell ve Larcker kriteri için temel şart AVE katsayılarının karekökünün, araştırmada yer alan diğer değişkenlerin korelasyon katsayılarından yüksek olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle Fornell ve Larcker tablosunda yer alan değerlerin, aynı satır ve sütundaki değerlerden yüksek olması şartı aranmaktadır (Yıldız, 2020: 29). HTMT değeri ise ayrışma geçerliliğinde kullanılan bir diğer gösterge olarak kullanılmaktadır. HTMT ayrışma geçerliliği şartının sağlanması için ilgili katsayının 0,90'ın altında olması gerekmektedir (Gold, Malhotra ve Segars, 2001).

Araştırma modelinin güvenilir ve geçerliliğinin literatürde kabul gören kriterleri karşılayıp karşılamadığının belirlenebilmesi adına gerekli analizler yapılmıştır.

SmartPLS’de gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonrası bazı soruların faktör yüklerinin eşik değerlerin altında olduğu görülmüştür. Bu nedenle araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağlaması adına 0,50’nin altında kalan faktör yüküne sahip ifadeler analizden çıkarılmıştır. Çünkü araştırmacılar tarafından faktör yüklerinin 0,40 ile 0,70 arasında olması gerektiği belirtilirken ilgi şartı sağlamayan ifadelerin modelden çıkarılabileceği belirtilmektedir (Afthanorhan, 2013: 211; Hair ve diğ., 2017; Hulland, 1999). Araştırma modelinden çıkartılan ifadelerin kodları sırası ile ULSLR1, ULSLR2, ULSLR3, ULSLR4, ULSLR5, ULSLR6, ULSLR7, ULSLR8, ULSLR13, ULSLR14, ULSLR15, ULSLR20, ULSLR23, ULS4, ULS5, ULS6, ULS7, ULS8, ULS12, ISL12 şeklindedir. Analizden çıkartılan bu ifadeler sonrasında oluşan yeni ölçüm modeli yukarıda şekil 6’da verilmiştir.

Şekil 6: Yeni Ölçüm Modeli



Oluşturulan yeni ölçüm modeli ile gerçekleştirilen güvenilirlik ve geçerlilik testlerine ilişkin bilgiler tablo 17 ile birlikte sunulmuştur. Tabloya göre ISL4 olarak kodlanan “Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar” ifadesinin 0.858 ile en yüksek faktör yüküne sahip soru olduğu görülmektedir. Diğer sorulara ait faktör yükleri 0,545 ile 0,858 arasında değişkenlik gösterirken, genel olarak faktör yüklerinin 0,50’nin üzerinde değer aldığı ifade etmek mümkündür.

Tablo 17: Düzeltilmiş Ölçüm Modeli Güvenilirlik ve Geçerlilik Analiz Sonuçları

Gizil Değişken	İfade	Faktör Yükü	Cronbach's Alpha	Birleşik Güvenirliği (CR)	Açıklanan Ortalama Varyans (AVE)
ULSLR	ULSLR10	0.757	0,952	0,957	0,618
	ULSLR11	0.738			
	ULSLR12	0.663			
	ULSLR16	0.730			
	ULSLR17	0.697			
	ULSLR18	0.692			
	ULSLR19	0.661			
	ULSLR21	0.728			
	ULSLR22	0.668			
	ULSLR9	0.732			
ISL	ISL1	0.849	0,804	0,860	0,509
	ISL10	0.773			
	ISL11	0.771			
	ISL13	0.757			
	ISL14	0.767			
	ISL15	0.671			
	ISL2	0.840			
	ISL3	0.834			
	ISL4	0.858			
	ISL5	0.824			
	ISL6	0.758			
	ISL7	0.783			
	ISL8	0.755			
	ISL9	0.742			
ULS	ULS1	0.758	0,889	0,909	0,500
	ULS10	0.827			
	ULS11	0.706			
	ULS2	0.696			

	ULS3	0.545			
	ULS9	0.718			

Tablo 17 incelendiğinde Cronbach's Alpha katsayısının 0,804 ile 0,952 arasında; birleşik güvenilirliği (CR) katsayılarının ise 0,860 ile 0,957 arasında değerler alması modelin iç tutarlılık güvenilirliği şartlarını sağladığı göstermektedir. Boyutların açıklanan ortalama varyans (AVE) değerlerinin 0,50 üzerinde değerler alması birleşme geçerliliğinin sağlandığını ifade etmektedir.

Araştırmada son olarak yeni araştırma modelinin geçerliliğini kontrol etmek amacıyla ayrışma geçerliliği test edilmiştir. Ayrışma geçerliliği için ilk olarak Fornell ve Larcker kriteri, ikinci olarak çapraz yükler ve son olarak HTMT değerleri incelenmiştir. Fornell ve Larcker (1981) kriterine göre araştırmada yer alan yapıların AVE değerlerinin kare kökü, analizde yer alan diğer yapılar arasındaki korelasyondan yüksek olması gerekmektedir. Fornell ve Larcker kriterine ait değerlere tablo 18’de yer verilmiştir.

Tablo 18: Fornell ve Larcker Kriteri Değerleri Tablosu

	ISL	ULS	ULSL
ISL	0,786		
ULS	0,518	0,713	
ULSLR	0,538	0,705	0,707

Tablo 18’de sunulan değerlere göre her bir yapı için açıklanan ortalama varyans (AVE) değerlerinin karekökünün (kalın yazı stili ile verilen değerler), diğer yapılarla olan korelasyonlardan yüksek olduğu görülmektedir. Tabloya göre Fornell ve Larcker değerleri 0,707 ile 0,786 arasında değişmektedir. Ayrıca korelasyon katsayıları 0,518 ile 0,705 arasında değerler aldığı belirlenmiştir. Sonuç olarak ayrışma geçerliliği için Fornell ve Larcker (1981) tarafından önerilen kriterin sağlandığı gözlemlenmiştir.

Ayrışma geçerliliğinin test edilmesi sürecinde ikinci olarak çapraz yük değerlerine bakılmıştır. Çalışmada yer alan göstergelere ait çapraz yük değerleri tablo 19’da paylaşılmıştır.

Tablo 19: Çapraz Yük Değerleri

	ISL	ULS	ULSLR
ISL1	0,849	0,494	0,457
ISL10	0,773	0,300	0,424
ISL11	0,771	0,349	0,367
ISL13	0,757	0,435	0,481
ISL14	0,767	0,451	0,480
ISL15	0,671	0,324	0,367
ISL2	0,840	0,500	0,456
ISL3	0,834	0,387	0,372
ISL4	0,858	0,474	0,398
ISL5	0,824	0,434	0,413
ISL6	0,758	0,393	0,409
ISL7	0,783	0,410	0,400
ISL8	0,755	0,365	0,461
ISL9	0,742	0,296	0,396
ULS1	0,407	0,758	0,521
ULS10	0,442	0,827	0,605
ULS11	0,322	0,706	0,479
ULS2	0,445	0,696	0,527
ULS3	0,195	0,545	0,335
ULS9	0,339	0,718	0,498
ULSLR10	0,347	0,541	0,757
ULSLR11	0,309	0,681	0,738
ULSLR12	0,276	0,540	0,663
ULSLR16	0,438	0,506	0,730
ULSLR17	0,504	0,436	0,697
ULSLR18	0,379	0,390	0,692
ULSLR19	0,315	0,441	0,661
ULSLR21	0,407	0,486	0,728
ULSLR22	0,403	0,463	0,668
ULSLR9	0,422	0,457	0,732

Tablo 19’da yapıları temsil eden göstergelerin diğer yapıların gösterge yüklerinden büyük değerler aldığı belirlenmiştir. Dolayısıyla model ayrışma geçerliliği için çapraz yükleme koşulunun sağlandığını ifade etmek mümkündür. Son olarak ayrışma

geçerliliği için HTMT değerleri incelenmiştir. Henseler ve diğ. (2015), ayrışma geçerliliğinin kontrolünde geleneksel bu iki yöntemin yanında HTMT değerlerinin de incelenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. HTMT kriteri, araştırmada yer alan tüm göstergelere ait ifadelerin korelasyonlarının ortalamasının, aynı göstergelere ait ifadelerin geometrik ortalamalarına oranı şeklinde hesaplanmaktadır. Aynı zamanda HTMT değerinin hesaplanmasında çapraz yük değerlerinin analizinden yararlanılmaktadır. Literatürdeki kaynaklar HTMT değerinin içerik olarak birbirine uzak kavramlarda 0,85'in altında, benzer içerik boyutlarında ise 0,90'ın altında olması gerektiği ifade edilmektedir (Yıldız, 2020: 29).

Tablo 20: HTMT Değerleri

	ISL	ULS	ULSLR
ISL			
ULS	0,570		
ULSLR	0,582	0,816	

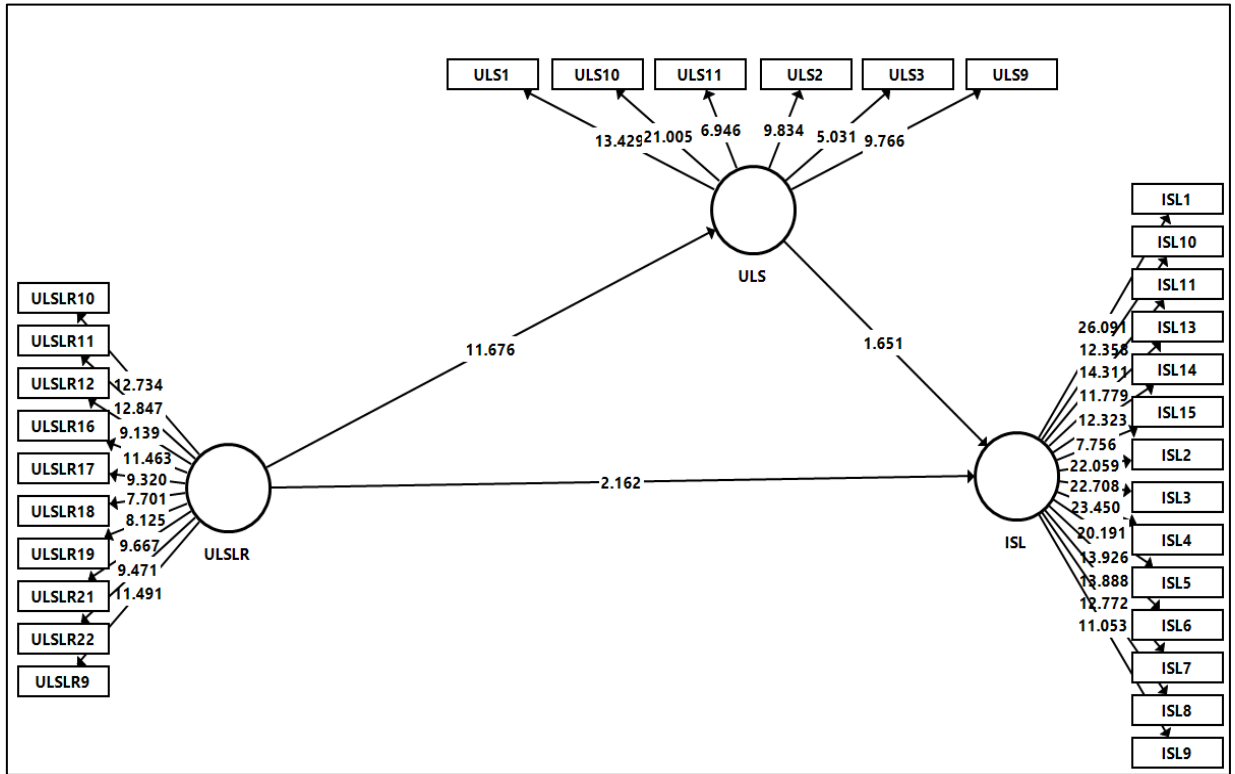
Tablo 20 incelendiğinde analiz sonucunda elde edilen HTMT değerlerinin literatürde belirtilen sınırların altında olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre ayrışma geçerliliği için HTMT kriterinin de sağlandığını belirtmek mümkündür. Sonuç olarak çalışmada kullanılan yapıların güvenilirlik ve geçerlilik şartlarının sağlanmasından dolayı yapısal eşitlik modeli analizinin yapılmasında herhangi bir engel bulunmamaktadır.

3.9.4 Yapısal Eşitlik Modeli Yol Analizi

Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği test edildikten sonra modelde öne sürülen hipotezlerin test edilmesi amacıyla oluşturulan yapısal eşitlik modeli analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma modelinin analiz edilmesinde kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modeli (PLS-SEM) kullanılmıştır. Verilerin istatistiksel analizi SmartPLS 3.3.3 programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Modelin değerlendirilmesinde yol katsayısı (path

coefficients), standardize beta katsayısı (β), doğrusallık katsayısı (VIF), modelin tahmin doğruluğu (R^2), tahmin gücü analizi (Q^2), etki büyüklüğü (f^2) ve t değerleri incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t değerine ait sonuç çıktısına şekil 7’de yer verilmiştir.

Şekil 7: Yeniden Örnekleme ve Yol Analizi Sonuçları



Yol analizinde bakılan ilk nokta değişkenler doğrusallık olup olmadığıdır. Doğrusallık, değişkenler arası yüksek bir ilişkinin bulunması anlamına gelmektedir. Değişkenler arası doğrusallığın olması standart sapmanın artmasına, faktör yükleri ve ilişki katsayılarının hatalı hesaplanmasına neden olabilmektedir (Hair ve diğ., 2017). Doğrusallığı test edebilmek için tolerans veya tam tersi olarak nitelendirilen VIF değerlerine bakılması gerekmektedir. Tolerans değerinin 0,20 ve altında; VIF değerinin ise 5 ve üzerinde bir değer alması modelde doğrusallık olduğu anlamı taşımaktadır (Yıldız, 2020: 32). Reflektif değişkenler için kullanılan iç model VIF değerleri tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21: İç Model Doğrusallık Değerleri Tablosu (VIF)

	ISL	ULS	ULSLR
ISL			
ULS	1,986		
ULSLR	1,986	1,000	

Tablo 21 incelendiğinde tablodaki değerlerin tamamının eşik değer olarak kabul edilen 5'in altında olduğu görülmektedir. Bu nedenle değişkenler arası doğrusallığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma modelinde doğrusallık bulunmaması nedeniyle yol katsayılarını incelemek mümkündür. Araştırma modeline ilişkin yol katsayıları tablo 22'de sunulmuştur.

Tablo 22: Yol Katsayıları Tablosu

	ISL	ULS	ULSLR
ISL			
ULS	0,274		
ULSLR	0,345	0,705	

Yol katsayıları incelendiğinde modelde yer alan değişkenler arası pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişkilerin istatistiki anlamlılıklarını belirleyebilmek için yeniden örnekleme yönteminin kullanılması gerekmektedir. Yol katsayılarının anlamlılıklarını ölçmek için yeniden örnekleme (bootstrapping) yöntemi kullanılarak 5000 alt örneklem oluşturulmuş ve t-değerleri hesaplanmıştır. Yeniden örnekleme yönteminin, Baron ve Kenny (1986)'nin geleneksel Sobel testinden çok daha iyi sonuçlar verdiği ileri sürülmektedir. (Bollen ve Stine, 1990; Preacher ve Hayes, 2004; Shrout ve Bolger, 2002). Çalışmada kullanılan araştırma modeline ait yeniden örnekleme yöntemi ve yapısal eşitlik modeli analiz sonuçları tablo 23'te verilmiştir.

Tablo 23: Yeniden Örneklemeye Yöntemi ve Yapısal Eşitlik Modeli Analiz Sonuçları

Hipotezler	İlişkiler	Standardize Beta Katsayısı (β)	Standart Sapma	T Değerleri	P Değerleri
H3	ULS -> ISL	0,274	0,166	1,651	0,099
H2	ULSLR -> ISL	0,345	0,159	2,162	0,031
H1	ULSLR -> ULS	0,705	0,060	11,676	0,000

Tablo 23'e göre uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları arasındaki ilişkiye yönelik H1 hipotezinin anlamlılık değeri incelendiğinde %95 güven düzeyinde $p=0,000$ ($p<0,05$) olduğu için hipotez kabul edilmiştir. Etki oranını belirten standardize beta katsayısına bakıldığında ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları faktörünün $\beta=0,705$ düzeyinde oldukça yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasındaki ilişkiye yönelik olarak anlamlılık düzeyi, %95 güven aralığında $p=0,031$ ($p<0,05$) olması nedeniyle H2 kabul edilmiştir. Etki oranını ifade eden standardize beta katsayısı incelendiğinde işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları faktörünün $\beta=0,345$ 'lik bir etki düzeyi bulunmaktadır.

Son olarak ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasındaki ilişkiye yönelik H3 hipotezi incelendiğinde %95 güven aralığında $p=0,099$ ($p>0,05$) olması nedeniyle anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu sebeple hipotez kabul edilmemiştir. Anlamlılık düzeylerinin test edilmesi sonrasında modelin tahmin doğruluğu (R^2) analizi

gerçekleştirilmiştir. R^2 katsayısı, gizil değişkenlerin birbirleri üzerindeki değişimi açıklama oranını göstermektedir. R^2 katsayısının 0,19 ve üzeri bir değer alması zayıf; 0,33 üzeri bir değer alması orta; 0,67 ve üzeri bir değer alması ise güçlü bir açıklama oranını ifade etmektedir (Chin, 1998). Araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin R^2 katsayıları tablo 24'te sunulmuştur.

Tablo 24: Modelin Tahmin Doğruluğu Katsayıları (R^2)

	R^2 Katsayısı	Etki
ISL	0,327	Zayıf
ULS	0,496	Orta

Tablo 24 incelendiğinde ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarındaki varyansın yaklaşık %50'si araştırma modeli tarafından açıklanmaktadır. Aynı zamanda işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları faktörü, uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları değişkenine ait varyansın yaklaşık %33'ünü açıklamaktadır. Anlamlılık düzeyinin test edilmesi sonrası etki büyüklüğü (f^2) değerlerine incelenerek egzogen değişkenlerin, endojen değişkenin açıklanma oranındaki payını değerlendirmek mümkündür. Cohen (1988)'e göre f^2 değerleri için 0.02 ve üzeri küçük, 0.15 ve üzeri orta, 0.35 ve üzeri ise yüksek etki düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 25: Etki Büyüklüğü (f^2)

	ISL	ULS	ULSLR
ISL			
ULS	0,056		
ULSLR	0,089	0,986	

Tablo 25'te görülen f^2 değerleri incelendiğinde uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarının, ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan

ihracat sorunları üzerinde 0,986'lık bir değer ile yüksek bir etki büyüklüğünün olduğu; uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ve ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarının, işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları üzerinde 0,056 ve 0,089 değerinde düşük bir etki büyüklüğünün olduğu görülmektedir.

Son olarak yapısal modelde incelenmesi gereken bir diğer nokta olarak tahmin gücü (blinfoling) analizine yer verilmiştir. Tahmin gücü analizinde Q^2 katsayılarına bakılarak değerlendirme yapılmaktadır. Q^2 katsayısı yol katsayılarının gözlemlenen endojen değişkeni ne kadar iyi tahmin edebildiğini göstermektedir. Q^2 katsayılarının sıfırdan büyük bir değer alması araştırma modelinin endojen değişkeni tahmin etme gücünün olduğunu ifade etmektedir. Q^2 değerinin 0,02 ile 0,14 arası küçük, 0,15 ile 0,34 arası orta, 0,35 ve üzerinde olması büyük tahmin düzeyini belirtmektedir (Çakır, 2020: 102).

Tablo 26: Tahmin Gücü Analizi (Q^2)

	Q^2 Katsayısı	Tahmin Gücü
ISL	0,194	Orta
ULS	0,239	Orta
ULSLR		

Tablo 26 incelendiğinde ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları faktörlerinin tahmin gücü katsayılarının sıfırdan büyük olması nedeniyle yol katsayılarının egzogen değişkeni açıklama gücünün olduğu görülmüştür. Bunun yanında modelde yer alan değişkenler arası orta derecede bir tahmin düzeyi bulunmaktadır.

SONUÇ

Küreselleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte ülkeler ürettikleri mal ve hizmetleri farklı ülkelere ihraç ederek gelirlerini arttırmaya çalışmaktadır. Bu sayede ihracatla birlikte ülkelerin gelişmişlik düzeyinin ve kişi başı düşen milli gelirinin artması sonucu zenginleşmeyi amaçlamaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeyi, uluslararası ticarete ihracata verdiklerin önem ve ihracata yönelik attıkları adımlar ile doğru orantılıdır. Bu nedenle uluslararası pazarda artan rekabet ortamında ülkeler ihracatı arttırabilmek amacıyla işletmelere yönelik birçok teşvik destek programı uygulamaktadır.

KOBİ'ler hem ekonomik hem de sosyal katkılar sağlayan oldukça önemli ekonomik birimlerdir. KOBİ'ler esnek yapıları sayesinde kriz ortamında piyasada oluşabilecek talep değişikliklerine kolaylıkla uyum sağlayabilmesi, ekonomik kaynak kullanımı, gelir dağılımı ve istihdama olan katkılarından dolayı ekonomilerinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Ülke ekonomilerinde üretim, yatırım ve istihdam gibi pek çok farklı konuda önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler, ihracat sürecinde birtakım problemler ile karşı karşıya kalmaktadır.

Bu kapsamda yapılan bu çalışmada Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri'ne üye küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin sunulması amaçlanmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi olarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Uygulamada elde edilen bulguların değerlendirilmesine yönelik tanımlayıcı istatistikler için IBM SPSS 25 ve yapısal eşitlik modelinin analizi için SmartPLS 3.3.3 paket programlarından yararlanılmıştır. Araştırma dahilinde ankete katılım sağlayan firma sayısı 88 olmakla birlikte 5 işletme KOBİ standartlarını karşılamaması nedeniyle analize dahil edilmemiştir. Katılımcı işletmelerin

%47'si 12 yıl veya daha fazla süredir sektörlerinde faaliyet göstermekte, %36'sı 50-249 arasında kişiye istihdam sağlamakta ve %60,2'si yıllık toplam cirosunun %40'ından fazlasını ihracattan karşılamaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar üç farklı faktörden kaynaklanmaktadır. Bu faktörler işletme fonksiyonlarından kaynaklanan sorunlar, ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan sorunlar ve uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan sorunlar şeklindedir. Araştırma kapsamında işletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarının başında, problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri geldiği belirlenmiştir. KOBİ'lerin uluslararası faktörlerden kaynaklı ihracatta etkilendikleri diğer sorunlar ise önem sırasına göre; döviz kurundan kaynaklanan sorunlar, yabancı pazarlarda yaşanan yoğun rekabet, ihrac pazarlarında oluşan fiyatlar şeklinde olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan işletmeler tarafından vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği sorunun en önemli ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunu olarak algılandığı belirlenmiştir. Aynı zamanda ihracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları, ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik, devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği, taşıma alt yapısı ve liman hizmetlerinde yaşanan problemler ihracatı olumsuz yönde etkileyen diğer sorunlar görülmektedir.

KOBİ'lerin işletme fonksiyonundan kaynaklanan ihracat sorunlarında ise en önemli problemin ihracatın finansmanında kullanılabilecek fonların yüksek maliyetli olmasından kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte fiyatlandırmada yaşanan zorluklar, ihracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması ve ihracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki yaşanan zorluklar işletmelerin ihracatını olumsuz

yönde etkileyen nedenler olarak belirlenmiştir. Ayrıca anket çalışmasından elde edilen verilerin SmartPLS programı aracılığıyla gerçekleştirilen kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM) analizi sonucunda; uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarının ile ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın devamında ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında bir ilişki bulgusuna ulaşılamamıştır. Çalışmada elde edilen bu bulgular literatürde yer alan Gripsrud (1990), Canitez (2004), Leonidou (2004), Çoban (2005), Sudarevic ve Radojevic (2014), Azzi da Silva ve Da Rocha (2001), Tuncer ve Üner (1993), Yilihamu (2020), İslambay (2018), Bagchi-Sen (1999), Işık ve Delice (2007), Pinho ve Martins (2010), Köksal ve Kettaneh (2011), Sharkey ve diğ. (1989) tarafından hazırlanan çalışmalar ile benzer sonuçlar göstermektedir. Bununla birlikte çalışmada seçilen örneklem ve uygulanan yöntemin farklılık arz etmesi nedeniyle literatüre katkı sağlaması beklenmektedir

Çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda KOBİ'lerin ihracat sürecinde karşılaşmış oldukları sorunların giderilmesine ilişkin başlıca çözüm önerileri şu şekilde özetlemek mümkündür. İhracat faaliyetinde bulunan KOBİ'ler için daha düşük faiz oranlarında kredi olanağı sağlanmalıdır. Faiz oranları daha esnek bir hale getirilerek çeşitlendirilmeli ve KOBİ'lerin finansmana ulaşabilmeleri kolaylaştırılmalıdır. Bu sayede yüksek maliyet gerektiren yatırım faaliyetlerini daha sorunsuz bir şekilde gerçekleştirebilmelerine imkân sağlanmış olacaktır. Ayrıca üretim esnasında KOBİ'ler için en önemli sorunlardan birisi haline gelen ithal girdi maliyetlerinin artışını engellemek amacıyla vadeli işlemler piyasası aracılığıyla döviz kurlarındaki dalgalanmaları giderici düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

KOBİ'lerin banka ve diğer kurumlardan talep edeceği kredi finansmanı konusunda bürokratik engeller daha sade ve anlaşılabilir bir hale getirilerek, işletmelerin kredi imkânının kolaylıkla yararlanabilmesi sağlanmalıdır. Bununla birlikte devlet politikası olarak ülkeler arası diplomatik sorunlar giderilerek güvenli ve istikrarlı bir ortamın tesis edilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda işletmelerin taşıma maliyetlerinin giderilerek ihracat faaliyetlerini arttırmaları için gerekli düzenlemeler sağlanmalıdır. Bu kapsamda lojistik firmaları için KOBİ ürünlerinin transferine ilişkin ayrıcalık tanınmasına yönelik sistem geliştirilerek gerekirse bir alt limit tanımlaması yapılabilir. Ayrıca işletmelere vergi indirimi, konteyner yardımı, ucuz yakıt imkânı gibi destekler sağlanarak ucuz nakliye imkânı olanağı oluşturulması gerekmektedir.

İhracata konu olan ürünlerin uluslararası pazarda rekabet düzeyleri araştırılarak, yüksek düzeyde rekabet imkânı sağlayan ürünlere ilişkin teşvik edici politikalar geliştirilmelidir. İşletmelerin uluslararası pazarda rekabet düzeylerinin iyileştirilmesi adına sağlam bir iletişim ağı kurulmalı ve firmaların dünya piyasalarından haberdar olmaları sağlanmalıdır. Aynı zamanda devlet yardımlarıyla ilgili uygulanan teşvik mevzuatı ve prosedürler daha sade anlaşılabilir hale getirilmeli, uygulamacı kuruluş sayısı olabildiğince azaltılmalı ve işletmelerin bu yardımlardan yararlanabilme imkânı artırılmalıdır. Ayrıca ihracat faaliyetinde bulunan KOBİ'lerin uzman personel istihdamı denetlenmeli ve ihracatta uygulanan devlet yardımlarından faydalanabilmeleri amacıyla uzman personel ve danışmanlık hizmetleri sağlanmalıdır. Son olarak işletmelerde tüm yöneticilik faaliyetlerinin tek bir kişide toplanması ve yeterli bilgi, donanıma sahip olmaması nedeniyle yöneticilere yönelik bilgi ve becerilerini arttırmak amaçlı eğitim programlarının düzenlenmesi gerekmektedir. Bu sayede işletmelerde verimlilik artışı ve uluslararası pazarda rekabet üstünlüğü sağlanması mümkün hale gelecektir. Genel olarak bahsedilen bu sorunlara ilişkin

önlemlerin alınması KOBİ'ler için ihracatı kolaylaştırarak, ihracat miktarının ve ihracat gelirlerinin artmasını sağlayacağı gibi buldukları bölgenin gelişmesine katkı sağlayıp büyüme, kalkınma, istihdam gibi pek çok ulusal ekonomik faktör üzerinde de iyileştirici etki gösterecektir.



KAYNAKÇA

- Afthanorhan, W., (2013). A comparison of partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) and covariance based structural equation modeling (CB-SEM) for confirmatory factor analysis. *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology*, 2(5), 198–205.
- Akbaş, H. E., Bozkurt, S. ve Yazıcı, K., (2018). Osmanlı Devleti'nde Lonca Teşkilatı Yapısı Ve Yönetim Düşüncesi ile Karşılaştırılması. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, Özel Sayı*(Eylül), 165–202.
- Akgemci, T., (2001). *Kobi'lerin temel sorunları ve sağlanan destekler*. Ankara: KOSGEB.
- Akgemci, T., Çelik, A. ve Şimşek, M. Ş., (2013). *Girşimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Aksoy, A. ve Dermirel, E. T., (2008). Yenilik Faaliyetleri Açısından Kobi'ler. *Social Sciences*, 3(3), 390–408. doi:10.12739/10.12739
- Aksoy, R. ve Yıldırım, C., (2013). Zonguldak İlinde İhracat Yapan Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar. *Business & Management Studies: An International Journal*, 1(3), 249–268.
- Aksümer, S., (2015). KOBİ'lerin Ekonomideki yeri, Yapısal Sorunları ve Çözüm Önerileri. <http://www.kto.org.tr/d/file/kobi'lerin-ekonomideki-yeri-ve-yapısal-sorunlari.pdf>
Erişim Tarihi: 15 Ocak 2021
- Al-Hyari, K., Al-Weshah, G. ve Alnsour, M., (2012). Barriers to internationalisation in SMEs: Evidence from Jordan. *Marketing Intelligence & Planning*, 30. doi:10.1108/02634501211211975
- Alan, H. ve Yeloğlu, O., (2013). Markalaşma ve yenilikçilik. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 1(1), 13–26.
- Ali, A., (2011). Pazarlama Karması Açısından Yurtdışı Fuarlar: KOSGEB Yurtdışı Fuar Desteklerinden Faydalanan KOBİ'lere Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 159–182.
- Alptekin, E., (2007). KOBİ'ler Alternatif Finansman Kaynakları'nın Farkında mı ? *Ar-GE*

Bülten, İzmir Ticaret Odası.

- Altunyıldız, Z. ve Başer, F., (1999). Türkiye ve Avrupa Birliği'nde Dahilde İşleme Rejimi Uygulamaları. *Dış Ticaret Dergisi*, 13, 1–35.
- Ansal, H., (1996). *Esnek Üretimde İşçiler ve Sendikalar (Post-Fordizm'de Üretim Esnekleşirken İşçiye Neler Oluyor?)*. Ankara: Birleşik Metal-İş Sendikası Yayınları.
- Argun, D. ve Eroğlu, N., (2015). Dâhilde İşleme Rejimi Kapsamında Gerçekleşen İşlemlerin Muhasebeleştirilmesi. *Öneri Dergisi*, 11(44), 61–81.
doi:10.14783/OD.V11I44.5000080004
- Arı, T., (2011). *KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Engellerin Belirlenmesi Üzerine Bir Saha Araştırması*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Armağan, E. A., (2004). Aydın İlinde Küçük ve Orta Ölçekli Tarıma Dayalı Sanayi İşletmelerinin Genel Özellikleri ve İhracat Sorunları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 10(1 ve 2), 13–25. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tarekoder/272457> adresinden erişildi.
- Aslanertik, B. E. ve Özgen, I., (2007). Otel işletmelerinde çevresel muhasebe. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 8(2), 163–179.
- Atalay, R., (2017). *Konya'da Makine–Aksam İmalatı Yapan İhracatçı KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Atayeter, C. ve Erol, A., (2011). Türkiye'de uygulanmakta olan ihracat teşvikleri. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1–26.
- Atik, H., (2003). *Küresel Ekonomide Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Rekabet Sorunları*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası AŞ İktisadi Araştırmalar.
- Avcı, İ., (2015). *İhracatta Uygulanan Teşviklerin Uluslararası Pazarlamaya Etkisi ve Bir Uygulama*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Avcıoğlu, D., (1996). *Türkiyenin Düzeni Dün Bugün Yarın (Birinci Kitap)*. İstanbul: Tekin

Yayınevi.

- Aydemir, Ö., (2017). Transit Ticarete Beyannamelere Uygulanan Avrupa Birliği İstisnası. *Mali Çözüm Dergisi*, 27, 191–195.
- Azzi da Silva, P. ve Da Rocha, A., (2001). Perception of export barriers to Mercosur by Brazilian firms. *International Marketing Review*, 18(6), 589–611.
doi:10.1108/EUM00000000006296
- Bagchi-Sen, S., (1999). The Small and Medium Sized Exporters' Problems: An Empirical Analysis of Canadian Manufacturers. *Regional Studies*, 33(3), 231–245.
doi:10.1080/00343409950082427
- Bagozzi, R. P. ve Yi, Y., (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74–94.
- Bağrıaçık, A., (2007). *Etkin İhracat Yönetimi* (2.Baskı.). Ankara: Yaklaşım Yayıncılık.
- Bakan, S. ve Gökmen, S., (2014). Serbest Bölgeler ve Dış Ticaret İlişkisi: Gaziantep Serbest Bölgesi Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(51).
- Balantekin, B. E., (2006). *İhracatta KOBİ' lere sağlanan devlet destekleri ve KOBİ' lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve Kayseri' de bir anket uygulaması*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A., (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Bayülken, Y. ve Kütükoğlu, C., (2012). *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ' ler)* (4. Baskı.). Ankara: TMMOB Oda Raporu (Yayın No: MMO/583).
- BBDK, (2004). *BASEL II Yönlendirme Komitesi. Risk Yönetimi ve BASEL II' nin KOBİ' lere Etkileri Sempozyumu Bildirisi*.
https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/821/Konferans_KOBI_Kitapciigi.pdf adresinden erişildi.
- BBDK, (2020). *Bankacılık Sektörü Temel Göstergeler Raporu-2020 Aralık*. Ankara.
<http://www.bddk.org.tr/Duyuru/EkGetir/733?ekId=757> adresinden erişildi.

- Bedük, A. ve İnce, M., (2005). Türkiye’de İhracatın Geliştirilmesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Önemi. *Öneri Dergisi*, 6(23), 169–179.
- Bilgin, M. ve Haskınacı, Ş., (2002). *İhracat El Kitabı*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (Yayın No: 2002-24).
- Bollen, K. A. ve Stine, R., (1990). Direct and indirect effects: Classical and bootstrap estimates of variability. *Sociological methodology*, 115–140.
- Bozaran, A., Demir, E. ve Elyıldırım, G., (2013). 290 Soruda Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş.(Eximbank). *SERKA*.
<https://www.serka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/046b59f32bba018e3fe6c6af7491124e.pdf> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2021
- Bozkurt, Ö. Ç. ve Dal, N. E., (2017). Antalya’da Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren KOBİ’lerin Pazarlama Sorunları Üzerine Bir Araştırma. *Sobider: Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(12), 1–16.
- Bozkurt, Ö. Ç. ve Tunç, H., (2018). Kobilere Dış Ticaret Sorunları: Antalya İli Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 381–398.
- Büyük, K., (2012). Türkiye’de ve Dünyada KOBİ’ler. Z. Erdoğan (Ed.), *Girişimcilik ve KOBİLER* içinde (ss. 106–124). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Büyükbeşe, T. ve Erşahan, B., (2019). KOBİ’lerin Sorunları. İ. Bakan (Ed.), *Girişimcilik KOBİ’ler ve Strateji* içinde (2.Baskı., ss. 321–347). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çağlak, U., (2009). Kobi’lerde Yatırım Eğilimleri: Konya İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (21), 335–360.
- Çakıcı, A. ve Özer, B. Ş., (2007). Mersin’de Faaliyet Gösteren Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Kurumsallaşma Göstergeleri Açısından İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 87–110.
- Çakır, F. S., (2020). *Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (Pls-Sem)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Camtez, M., (2004). *KOBİ’lerin İhracat Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Araştırma*. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi.

- Canitez, M., (2016). İhracat Kavramı ve Temel Esasları. M. Canitez (Ed.), *Uygulamalı İhracat-İthalat İşlemler ve Dökümantasyon* içinde (ss. 1–57). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Canitez, M., (2017). *Uygulamalı Gümrük Mevzuatı* (2. Baskı.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Cansız, M., (2008). *Türkiye’de KOBİ’ler ve KOSGEB. DPT-Uzmanlık Tezleri*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı, (Yayın No: DPT/2782).
- Cantekin, C., (2014). *Dış Ticaret ve Finansmanı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Çavuşgil, S. T. ve Zou, S., (1994). Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of marketing*, 58(1), 1–21.
- Cebeci, A. K. ve Yılmaz, M., (2013). Dahilde İşleme Rejimi ve Türk Dış Ticareti Üzerine Etkilerinin Analizi (1996-2011). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2).
- Çetin, S., Genç, E., Köse, M. S., Topçu, Y. E. ve Karlı, H., (2021). KOBİ’lerin İhracat Engelleri: Bartın İli Örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 207–231. doi:10.47129/BARTINIIBF.895257
- Chin, W., (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. (M. George, Ed.) *Modern Methods for Business Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Çırak, S., (2018). *Türk Eximbank Uygulamalarında Risk Yönetimi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Çoban, S., (2005). Kayseri Mobilya Sanayinin Dış Ticaret Yapısı ve Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2005(2), 73–82.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/kmusekad/125781> adresinden erişildi.
- Cohen, J., (1988). *Statistical power analysis*. (Hillsdale, Ed.) (2nd Ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Çütçü, İ., Özdemir, A. ve Erkan, H., (2017). Kobi’lerin İhracat Piyasalarında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Algıları: Gaziantep’teki KOBİ’ler Üzerine Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2691–2709.

doi:10.15869/ITOBİAD.342601

- Diken, A., (2020). *Büyüme Sürecince Kobi'lerde Karşılaşılan Sorunlar Ve Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Dilsiz, İ. ve Kölük, N., (2008). *Meslek Yüksekokulları için Girişimcilik* (3. Baskı.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, S., (2010). *Avrupa Birliği'nin girişimcilik politikası: KOBİ yaklaşımı ve Türkiye*. Avrupa Birliği Araştırmaları. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (Yayın No: 2010-80).
- EİB, (2021). Yurtdışı Fuar Desteği.
https://www.eib.org.tr/tr/Sayfa.Asp?SI_Id=808BE57BD5 Erişim Tarihi: 11 Ağustos 2021
- Emecen, E. ve Çiçek, H., (2016). KOBİ'lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Burdur İli İmalat Sektöründeki İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8(1), 141–158.
- Engin, E., (2005). *İşletmelerin Uluslararası Rekabet Stratejileri ve Uygulamalı Bir Araştırma*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Erdil, O., İmamoğlu, S. Z. ve Keskin, H., (2003). Küçük ve Orta Boy İşletmelerde (Kobi'lerde) Ürün Yeniliği Ve Ar-Ge Faaliyetleri. *Öneri Dergisi*, 5(19), 21–29.
doi:10.14783/maruoneri.682597
- Erez, Y., (1994). Orta ve Küçük işletmeler. *Ekonomik Forum Dergisi*, (11), 3–6.
- Erol, S. I., (2017). *Ahilik Teşkilatı*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ersan, A., (2012a). *İhracatta Devlet Yardımları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (Yayın No: 2011-20).
- Ersan, A., (2012b). *Devlet tarafından sağlanan diğer destekler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (Yayın No: 2011-22).
- Ersöz, V., (2010). *AB, Türkiye ve Konya'da KOBİ'lerin Yapısı Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Konya: Konya Ticaret Odası.
- European Commission, (2003). The New SME Definition: User Guide and Model Declaration. *Official Journal of the European Union*, 124/36. <https://eur->

lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EN
adresinden erişildi.

Fornell, C. ve Larcker, D. F., (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA.

GAİB, (2021). Fuar Deskteleri Destek Üst Limitleri Hk.

<https://www.gaib.org.tr/tr/hali/duyurular/fuar-destekleri-destek-ust-limitleri-hk-2798.html> Erişim Tarihi: 11 Ağustos 2021

Garson, G. D., (2016). Partial least squares: regression & structural equation models Asheboro. *North Carolina: Statistical Associates Publishing.*

Geçer, T., (2017). Eximbank “Teminat Mektubu” Toplama Bankası Mı? *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 81–86.
doi:10.30711/UTEAD.334129

Gökgöz, A. ve Şeker, A., (2014). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. Bursa: Dora Yayıncılık.

Gold, A., Malhotra, A. ve Segars, A., (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *J. of Management Information Systems*, 18, 185–214.

Görgün, M. R., (2020a). Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri. M. R. Görgün ve S. Adıgüzel (Ed.), *Uluslararası Pazarlama* içinde (ss. 17–30). Ankara: Akademisyen Kitapevi.

Görgün, M. R., (2020b). Dış Ticaret Finansman Yöntemleri. M. R. Görgün ve S. Adıgüzel (Ed.), *Dış Ticaret İşlemleri* içinde (ss. 17–38). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Gözlüklü, C. B., (2019). *Küresel Marka Yaratmada Turquality Projesi: Bir Sanayi İşletmesinde Uygulama*. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Green, N. G. ve Morgan, H., (1997). Dielectrophoretic separation of nano-particles. *Journal of Physics D: Applied Physics*, 30(11), L41.

Gripsrud, G., (1990). The determinants of export decisions and attitudes to a distant market: Norwegian fishery exports to Japan. *Journal of International Business*

- Studies*, 21(3), 469–485.
- Gül, Y., (2019). *İhracat teşviklerinin etkinliği: Karşılaştırmalı bir çalışma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Gümüştekin, G. E., (2005). KOBİ Niteliğindeki Aile İşletmelerinin Yönetim ve Organizasyon Sorunları : Kütahya Seramik Sanayi Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 71–93.
- Gündüz, A. Y., Kaya, M. ve Aydemir, C., (2012). Ahilik teşkilatında ve günümüzde tüketicilerin korunmasına yönelik çalışmalar üzerine bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 37–54.
- Güneş, R. ve Uğur, A., (2007). KOBİ'lerin İhracat Finansmanında Eximbank Kredileri: Malatya İlinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 21–40.
- Gürbüz, S., (2019). *Amos İle Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, W. C., Bain, B. J. ve Anderson, R. E., (2010). *Multivariate data analysis* (7th Ed.). N.J: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. ve Sarstedt, M., (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Los Angeles: Sage Publications.
- Haşit, G., (2012). KOBİ'lerde Yönetim ve Kurumsallaşma. Z. Erdoğan (Ed.), *Girişimcilik ve KOBİLER* içinde (ss. 126–156). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Hava, H. T., (1999). Serbest bölgeler ve Ege Serbest Bölgesi: bir durum değerlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 113–124.
- Hendricks, W. A. ve Robey, K. W., (1936). The Sampling Distribution of the Coefficient of Variation. *The Annals of Mathematical Statistics*, 7(3), 129–132.
<http://www.jstor.org/stable/2957564> adresinden erişildi.
- Henseler, J., Hubona, G. ve Ray, P., (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116, 2–20. doi:10.1108/IMDS-09-2015-0382
- Henseler, J., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M., (2015). A new criterion for assessing

- discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115–135.
- Hulland, J., (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195–204. doi:[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199902\)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7)
- İlhan, M. ve Çetin, B., (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli (yem) analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26–42.
- İlter, B. ve Çetinkaya, M., (2014). KOBİ'lerin Ticari Fuar Teşviklerinden ve Dış Ticaret Fırsatlarından Yararlanma Düzeyi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 12(24), 226–249.
- İmamoğlu, N., (2018). *Lojistik Performansının, Firma Performansı ve İhracat Performansına Etkisi: TRAI Düzey 2 Bölgesinde Bir Uygulama*. Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- İnanç, M., (2011). Dahilde İşleme veya Geçici Kabul İzin Belgesi Kapsamındaki Mal Teslimlerinde Tecil-Terkin Uygulamasında Son Durum. *Mali Çözüm Dergisi*, (106), 205–218.
- İraz, R., (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- İrjayanti, M. ve Azis, A. M., (2012). Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. *Procedia Economics and Finance*, 4, 3–12. doi:[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00315-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00315-2)
- İşık, N. ve Delice, G., (2007). Küreselleşme Sürecinde Kobi'lerin İhracat Sorunları ve E-Ticaret. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), 75–89. doi:10.18493/kmusekad.69218
- İskender, H. ve Ar, A. A., (2005). Türkiye'de KOBİ'ler Ve KOBİ'lerde Planlama, Uygulama Ve Denetim. *Mevzuat Dergisi*, Yıl 8(Sayı 87). <https://www.mevzuatdergisi.com/2005/03a/06.htm> adresinden erişildi.

- İslambay, T., (2018). *Kobilerin ihracat sorunları Konya imalat sektöründe bir araştırma*. KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Japonya KOBİ Ajansı, (2021). I. Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Temel Yasası. https://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/outline/08/01_01.html Erişim Tarihi: 18 Nisan 2021
- Kadat, N. ve Teker, S., (2019). Turquality Devlet Destekleri ve Markalaşmadaki Önemi. *PressAcademia Procedia*, 9(1), 220–225. doi:10.17261/PRESSACADEMIA.2019.1095
- Kalkınma Bakanlığı, (2018). *Girişimcilik, Kobi'ler, Esnaf ve Sanatkarlar Özel İhtisas Komisyonu Raporu (On Birinci Kalkınma Planı)*. Ankara.
- Karafakıoğlu, M., (1986). Export Activities of Turkish Manufacturers. *International Marketing Review*, 3(4), 34–43. doi:10.1108/eb008316
- Karafakıoğlu, M., (1990). *Uluslar arası pazarlama ve yönetimi*. İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları.
- Karakaya, F. ve Harcar, T., (1999). Barriers to export for non-exporting firms in developing countries. *Academy of Marketing Studies Journal*, 3, 60–77.
- Karakoç, A., (2010). *KOSGEB Kaynaklı KOBİ Destekleri ve Bütçe İlişkisinin Değerlendirilmesi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karayılmazlar, S., Aşkın, A. ve Çabuk, Y., (2007). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tarihsel Gelişimi ve Tanımlama Kriterleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(1), 151–164.
- Katsikeas, C. S. ve Morgan, R. E., (1994). Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17–35. doi:10.1108/03090569410062014
- Kaya, F., (2011). *Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Kaya, G. A., (2014). Elazığ İlinde Kobi'lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerilerine İlişkin Bir Araştırma. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 193–224.

- Kaya, S. ve Ayluhtarhan, A., (2009). Bedelsiz İhracat. *Mali Çözüm Dergisi*, 96–2009, 183–190. [http://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/96malicozum/10 sezai kaya.pdf](http://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/96malicozum/10%20sezai%20kaya.pdf) adresinden erişildi.
- Kemer, O. B., (2003). *Bir dış ticaret politikası aracı ihracat teşvikleri: Teori-uygulama*. Alfa basım yayım.
- Keskin, G., Koşan, A. K. ve Ayık, Y. Z., (2009). Bölgesel gelişme aracı olarak KOBİ'ler ve ihracat sorunları (Erzurum'da bir araştırma). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 279–290.
- Kılıç, S. ve Kendirli, S., (2003). Türkiye'deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ)'lerin İhracat Durumlarına Yeni Bir Çözüm: Elektronik Ticaret ve Çorum'da Faaliyet Gösteren KOBİ'lere Yönelik Uygulama Örneği. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, (140), 36–59.
- Kökocak, A. K., (2008). Geçiş Ekonomilerinde Kalkınmanın Lokomotifini: Kobiler. *II. Uluslararası Girişimcilik Kongresi* içinde (ss. 324–331). Bişkek-Kırgızistan. http://dep.manas.edu.kg/img/files/24/2.Girisimcilik_Kongresi.pdf adresinden erişildi.
- Köksal, M. H. ve Kettaneh, T., (2011). Export problems experienced by high-and low-performing manufacturing companies: A comparative study. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(1), 108–126.
- Korkmaz, Y. ve Korkmaz, E. V., (2019). *Girişimcilere Yönelik Destekler*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- KOSGEB, (2011). KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı 2011-2013. [https://www.tobb.org.tr/SiteAssets/Lists/DuyurularListesi/EditForm/KSEP 2011-2013.pdf](https://www.tobb.org.tr/SiteAssets/Lists/DuyurularListesi/EditForm/KSEP%202011-2013.pdf) Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2020
- KOSGEB, (2015). 2016-2020 Stratejik Plan. Ankara. [https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali Tablolar/KOSGEBN Stratejik Plan/KOSGEB_Stratejik_Plan_\(2016-2020\).pdf](https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KOSGEBN%20Stratejik%20Plan/KOSGEB_Stratejik_Plan_(2016-2020).pdf) Erişim Tarihi: 28 Nisan 2020
- Küçük, O., (2017). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (9.Baskı.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Küçükyılmazlar, A., (2006). *Elektronik Ticaret Rehberi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası

(Yayın No: 2006-3).

- Kutlu, E., (2010). *İthalat ve İhracat Uygulamaları*. (İ. Şıklar, Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kutlu, H. A. ve Demirci, N. S., (2007). Kobi'lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri. *4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi* içinde (s. 187). İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Leonidou, L. C., (2004). An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279–302.
- MacLean, S. ve Gray, K., (1998). Structural equation modelling in market research. *Journal of the Australian market research society*, 6(1), 17–32.
- Mecek, G., (2020). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Uluslararası Tanımlama Ölçütleri ve Kavramlaştırılması. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 6(1), 29–55.
- Mercan, A., (2019). *İhracat Performansını Etkileyen İşletme İçi Faktörler: Konya'da İmalat Sanayii Üzerine Bir Araştırma*. KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Mete, E. ve Akyazı, H., (2017). Avrupa Birliği ve Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Yardımları. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 85–109.
- Mihoğlu, B. A., (2019). *KOBİ'lerin İhracat Davranışları: Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektöründeki KOBİ'ler Üzerine Bir Araştırma*. KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Müftüoğlu, T., (2002). *Türkiye'de Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ'ler*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Müslümov, A., (2002). *21. yüzyılda Türkiye'de KOBİ'ler: sorunlar, fırsatlar ve çözüm önerileri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
https://openaccess.dogus.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11376/577/Muslumov_2002_Kitap.pdf adresinden erişildi.
- Nunnally, J. ve Bernstein, I., (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill Companies.

- OAİB, (2021). Vergi Resim Harç İstisnası Belgesi ve Uygulaması.
<https://www.oaib.org.tr/tr/bilgi-merkezi-sikca-sorulan-sorular-vergi-resim-harc-istisnasi-belgesi-ve-uygulamasi-hakkinda-bilgi-verebilir-misiniz.html> Erişim Tarihi:
 23 Mart 2021
- Onursal, E., (2017). *Mevzuat Ve Teknik Yönleri ile İhracat ve İthalat İşlemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Savaş, A., (2011). KOBİ’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), 58–73.
- Oskay, C. ve Kubar, Y., (2008). Türkiye’de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 367–383.
- Özbaysal, T. ve Onay, M., (2017). Markalaşmanın Uluslararasılaşmaya Etkisi: Turqualiy Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20), 181–198.
 doi:10.18092/ulikidince.323645
- Özbek, A., (2009). *Türk hazır giyim sanayinin örnek ürün bazında (denim pantolon) gelecekteki ihracat performansının incelenmesi*. Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tekstil Eğitimi Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Özçalık, M., (2014). *Türkiye Ekonomisinde İhracat Paradoksu*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Özcan, S. E. ve Atalay, R., (2017). Konya’da Makine-Aksam İmalatı Yapan İhracatçı Kobi’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*.
- Özcan, Z., (2012). *İhracat ve İhraç Kayıtlı Satışlar* (2. Baskı.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özdamar, K., (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitapevi.
- Özdemir, K., (2004). Yükleme Öncesi İhracat Finansmanında Doğrudan Erişimin İhracat Üzerindeki Etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(7), 37–51.
- Özdemir, S., Ersöz, H. ve Sarıoğlu, H., (2007). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve Kobi’lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (53),

173–230.

- Özdemir, Ş. ve Karaca, Y., (2007). Kobiler İçin Dış Ticaret Yöntemleri Ve İhracat Problemleri: Afyon İli Doğal Taş Sektöründe Bir Araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1), 1–19.
- 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.
- Öztürk, Ö., (2007). *İstihdam Konusunda KOBİ'lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü. Uzmanlık Tezi*. Ankara: Türkiye İş Kurumu.
- Öztürk, S., Sözdemir, A. ve Koçbulut, Ö., (2007). Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri Ve AB/DTÖ'ye Uygunluğu. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 179–197.
- Pamuk, O., (2008). *Osmanlı Türkiye İktisadi Tarihi 1500-1914*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pinho, J. C. ve Martins, L., (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small-and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of international Entrepreneurship*, 8(3), 254–272.
- Polat, M., (2018). Eğitim Bilimlerinde PLS-SEM Yaklaşımının Kullanılabilirliği ve Bir Uygulama. *Social Sciences Studies Journal*, 4(25), 5325–5337.
- Polat, Z., Doğruyol, A. ve Balıkcıoğlu, N., (2020). İhracatın Ekonomik Büyümeyle Olan İlişkisi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 9(5), 20–38.
- Preacher, K. J. ve Hayes, A. F., (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior research methods, instruments, & computers*, 36(4), 717–731.
- Şahin, A., (2007). İhracat Prosedürlerini Biliyor Musunuz ? *T.C Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi*. <http://portacal.org/wp-content/uploads/İHRACAT-PROSEDÜRLERİNİ -BİLİYOR MUSUNUZ .pdf> adresinden erişildi.

- Şahin, B. D. ve Özüdoğru, H., (2019). KOBİ'lerde Üretim ve Pazarlama Sorunları: Ostim Örneği 1. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 320–333.
- Şahin, O., (2011). KOBİ'lerde Finansal Performansı Belirleyen Faktörler. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 183–200.
- Saraç, M. ve Bozkurt, İ., (2011). KOBİ'lerin Halka Açılma Eğilimleri ve Gelisen İşletmeler Piyasası'nın KOBİ'lerin Halka Açılma İstekleri Üzerine Etkisi: Çankırı-Kastamonu-Sinop Bölgesi Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (49), 89–98.
- Sarıhan, A. Y., İncaz, S. ve Yaprak, B., (2017). Devlet Teşviklerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi: İstanbul İhracatçıları Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(3), 755–775.
- Şaşmaz, M. Ü. ve Karamıklı, A., (2018). Türkiye'de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 2837–2867.
- Şeker, A., Doğan, M. ve Demirel, B., (2016). KOBİ lerde Girişimcilik Değerleri ve Dış Ticaret Faaliyetleri Arasındaki İlişki: Sanayi İşletmeleri Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 198–223. doi:10.20491/isarder.2016.176
- Selen, U., (2011). *Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Uygulamaları*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Şenol, H. ve Aktürk, A., (2010). Kobiler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi Ve Etkinliğini Arttırılmasına Yönelik Öneriler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 375–391.
- Sezai, K., (2011). Gümrükte Vergi Planlaması. *Mali Çözüm Dergisi*, (105), 109–126.
- Sharkey, T. W., Lim, J.-S. ve Kim, K. I., (1989). Export Development and Perceived Export Barriers: An Empirical Analysis of Small Firms. *Management International Review*, 29(2), 33–40. <http://www.jstor.org/stable/40227924> adresinden erişildi.
- Shrout, P. E. ve Bolger, N., (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: new procedures and recommendations. *Psychological methods*, 7(4), 422.
- Sibiya, V. ve Kele, T., (2019). Barriers and public policies impeding SMEs' international market expansion: A South African perspective. *International Journal of*

- Entrepreneurship*, 23(1), 1–19.
- Silva, R., Ringle, C., Silva, D. ve Bido, D., (2014). STRUCTURAL EQUATION MODELING WITH THE SMARTPLS. *Revista Brasileira de Marketing*, 13, 56–73.
- Şimşek, M., (2002). *Ekonominin Lokomotifi Kobi'lerin Olmazsa Olmazları*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sönmez, E. C., Pirtini, S. ve Berk, G. A., (2020). İşletmelerde Küresel Rekabeti Etkileyen Güçler ve Ulusal Rekabet Avantajı Açısından Turquality Uygulaması. *Academic Review of Humanities and Social Sciences*, 3(1), 190–211.
- Soydal, H., (2006). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde e-ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 539–552.
- Soylu, A., (2013). Türkiye Ekonomisinde KOBİ'ler. C. Oskay ve C. Yüksel (Ed.), *Türkiye Ekonomisinde Güncel Ekonomik Ve Mali Konular* içinde (ss. 1–44). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Soylu, C. ve Demirci, A., (2021). İhracat Teşvik Yöntemleri ve Eximbank Kredilerinin İhracat Üzerindeki Rolü. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 8(23), 22–33.
- Suárez-Ortega, S. M. ve Álamo-Vera, F. R., (2005). SMES' internationalization: firms and managerial factors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(4), 258–279. doi:10.1108/13552550510603298
- Sucu, M. E., (2010). *KOBİ'lerde Stratejik Yönetim ve Bir Araştırma*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Sudarevic, T. ve Radojevic, P., (2014). Internal and external export barriers: analysis from Serbian SMEs point of view. *Industrija*, 42(2), 131–153. doi:10.5937/industrija42-5371
- Takım, A. ve Ersungur, Ş. M., (2010). Dahilde İşleme Rejimi: İhracat ve İthalat Üzerine Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(24).
- Taş, H. Y., (2010). *Avrupa Birliği ve Türkiye'de KOBİ'lerin İstihdam Artırıcı Etkileri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (Yayın No: 2010-39).
- Taş, H. Y. ve Özcan, S., (2015). *Yenilikçi ve sosyal boyutlarıyla Avrupa Birliği ve*

Türkiye 'de KOBİ'ler. Bursa: Ekin Yayınevi.

- Taylan, E., İsmail, E., Gümüş, S. G. ve Akyüz, Y., (2017). Turquality Markalaşma Programı: Gıda İşletmelerinin Profili. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 54(2), 197–205.
- Tayş, Ş., (2012). *Sınai Mülkiyet Hakları Ve TRB 1 Uygulamaları*. Fırat Kalkınma Ajansı.
- Tekelioğlu, S. ve Başer, H., (2013). Makine Sektöründeki KOBİ'lerde İhracat Performansına Etki Eden Faktörler: Ankara Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 112–121. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobiadsbd/237594> adresinden erişildi.
- Tekin, E., (2019). *İhracat teşviklerinin etkinliği: Inegöl Mobilya Sanayi Üzerine Bir Uygulama*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Tekin, Ü., (2017). Dahilde İşleme Rejimi'nin İhracat Ve İthalat Üzerine Etkileri (1996-2016). *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS)*, 3(16), 192–206. doi:10.23929/javstudies.597
- Tesfom, G. ve Lutz, C., (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*.
- TİM, (2021). İhracat Türleri. <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rehberi-ihracat-turleri> Erişim Tarihi: 8 Ağustos 2021
- Toptaş, İ. C. ve Muzaffar, H., (2019). KOSGEB tarafından sağlanan desteklerden KOBİ'lerin yararlanma durumlarının incelenmesi: Ardahan ili örneği. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(3), 23–33.
- Toulova, M., Votoupalova, M. ve Kubickova, L., (2015). Barriers of SMEs internationalization and strategy for success in foreign markets. *International Journal of Management Cases*, 17(1), 4–19.
- TÜBİTAK, (2021). KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı. <https://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/sanayi/ulusal-destek-programlari/1507/icerik-destek-kapsami> Erişim Tarihi: 10 Mart 2021
- Tüfekçi, N. ve Tüfekçi, K., (2006). Bankacılık Sektöründe Farklı Olma Üstünlüğünün ve

Müşteri Sadakatinin Yarattığı Değer: Isparta İlinde Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (4), 170–183.

TÜİK, (2020). Kobi İstatistikleri Raporu. <https://www.tuik.gov.tr/indir/duyuru/kobi-istatistikleri-raporu.pdf> Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2021

Tuncer, D. ve Üner, M., (1993). Ankara Sanayi Odası'na Kayıtlı İhracatçı İşletmelerin Dış Satımda Karşılaştıkları Sorunlar. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11, 1–22.

Turan, M. ve Özel, Ç., (2020). *Tüm Yönleriyle İhracat*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türk Eximbank, (2020). 2020 Yılı Faliyet Raporu.

<https://www.eximbank.gov.tr/content/files/0f9c95e2-a87c-43d8-a45e-22bb498c9107/eximbank-faaliyetraporu-2020> Erişim Tarihi: 24 Mart 2021

Türk Eximbank, (2021). Ürün ve Hizmetlerimiz. <https://www.eximbank.gov.tr/tr/urun-ve-hizmetlerimiz> Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2021

Türkay, H. ve Ünsal, H., (2008). Türkiye’de İhracatta Uygulanan KDV İadesinin İhracata Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz. *Sosyoekonomi*, 8(8).

Türkel, O., (1998). *KOBİ’lerin ihracat sorunları*. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Turquality, (2021a). 2006/4 Sayılı Tebliğ Kapsamındaki Destekler.

<http://www.turquality.com/destekler/2006-4-destekleri> Erişim Tarihi: 22 Mart 2021

Turquality, (2021b). Gelişim Yol Haritası/Stratejik İş Planı.

<https://www.turquality.com/destekler/markalasma-gelisim-yol-haritasi> Erişim Tarihi: 13 Ağustos 2021

Turquality, (2021c). Yönetici Geliştirme Programı.

<https://www.turquality.com/destekler/yonetici-gelistirme> Erişim Tarihi: 13 Ağustos 2021

Tüzün, I., (2011). 556 sayılı markaların korunması hakkında kanun hükmünde kararname çerçevesinde marka, taklit marka ve taklit mal kavramları. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 11–18.

Ulaş, D., (2004). KOBİ’lerin Yabancı Pazarlara Açılmada Kullandıkları Stratejiler. *Gazi*

Universitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(3), 179–204.

- Ulaş, D., (2009). *Küreselleşme Sürecinde Dışa Açılma Stratejileri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Uludağ, İ. ve Serin, V., (1991). *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası (Yayın No: 1991-25).
- Ünal, B. ve Marşap, B. G., (2018). Türkiye’de İhracatı Teşvik Politikaları Kapsamında KDV İadesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 45–57.
- Urdaletova, A., Yılmaz, C. ve Özdil, T., (2008). Küreselleşen Dünyada Küreselleşen Dünyada Kırgızistan ve Türkiye Arasındaki Ekonomik İlişkilerin Girişimcilik Boyutuyla İncelenmesi. *II. Uluslararası Girişimcilik Kongresi* içinde (ss. 169–177). Bişkek-Kırgızistan. http://dep.manas.edu.kg/img/files/24/2.Girisimcilik_Kongresi.pdf adresinden erişildi.
- Vıdır, S., (2007). *Türkiye’de Kobi’lere Yönelik Kamusal Destekler Ve Bunun Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Vurdu, S. A., (2019). *İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kapsamında Marka Teşviğinin Uluslararası Pazarlama Performansına Etkisi Elektrik Elektronik Sektöründe TURQUALITY® Desteği Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Vurucu, M. ve Arı, M. U., (2017). *Bankacılıkta Dış Ticaret İşlemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- World Bank, (2009). Duty and Tax Relief and Suspension Schemes. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/432821468341068443/pdf/518130WP0duty110Box342050B01PUBLIC1.pdf> Erişim Tarihi: 29 Mart 2021
- Yarbaşı, E. ve Gürtan, İ. N., (2012). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Yatbaz, A., (2013, Ocak). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Halka Arz Yoluyla Finansmanı Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP)*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Yilihamu, M., (2020). *Kobilerin Çin'e Olan İhracatlarında Karşılaştıkları Sorunlar: İstanbul Maden İhracatçıları Birliği Örneği*. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yıldırım, E., (2019). Yemek, Ulusal Kimlik ve Milliyetçilik İlişkisi Üzerine: “Çiya” Markası ve “Turquality” Programı Örnekleri Üzerinden Bir Yaklaşım Denemesi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 188–203.
doi:10.30784/EPFAD.580249
- Yıldırım, H., (2010). *KOBİ'lerin Finansmanında Teşviklerin Yeri ve Önemi Kayseri'de Teşvik Uygulamaları*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yıldırım, M. S. ve Özsağır, A., (2013). Avrupa Birliğine Uyum Çerçevesinde Gümrük Rejimlerinin Değerlendirilmesi: Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkileri. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 137–149.
- Yıldız, E., (2020). *SmartPLS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, N., (2007). *Küreselleşme sürecinde küresel reklam stratejileri*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yıldız, S. B., (2019). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Desteklenmesinde Kosgeb'in Rolü*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Yılmaz, H., (2007). Turizm Sektörü Kobilerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (33), 162–170.
- Yılmaz, M., (2018). *Dış Ticarete Giriş* (4.Baskı.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Yılmaz, N. ve Yıldız, E., (2020). Mali Teşvik Uygulamaları Açısından Zafer Kalkınma Ajansı Uşak İli İncelemesi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 499–524.
- Yılmaz, T. ve Alpkan, L., (2004). Türkiye'deki Kobi'lerin Üretim Yönetimi Alanındaki

Sorunları, Çözüm Önerileri ve Sağlanan Destekler. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(23), 115–134.

Yörük, N., (2001). Kobi'lerin Kredi Yoluyla Finansmanında Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1(1–2), 187–204.

Yücel, F., (2015). *Cumhuriyet Türkiye'sinin Sanayileşme Öyküsü*. Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı.



EK 1: Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Yetkili,

Bu anket çalışması, Akdeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri'ne üye KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Bu araştırmada firmanızdan sağlanacak olan veriler, tamamıyla istatistiksel çalışmalar için kullanılacaktır. Toplanan verilerin kesinlikle üçüncü şahıs ya da kurumlarla paylaşılması söz konusu değildir. Araştırmamızın sağlıklı sonuç vermesi ve yaşanan sorunların belirlenerek çözüm sunulabilmesi adına vereceğiniz cevaplar araştırma için büyük önem taşımaktadır.

İlgi ve desteğiniz için teşekkür ederim.

1) İşletmedeki pozisyonunuz nedir?

- a) Şirket Sahibi b) Yönetim Kurulu Üyesi c) İhracat Müdürü/Sorumlusu d) Diğer

2) Eğitim durumunuz nedir?

- a) Ön Lisans b) Lisans c) Lisansüstü d) Diğer

3) İşletmenizin sektörde bulunma süresi nedir?

- a) 0-5 yıl b) 6-11 yıl c) 12 yıl veya daha fazla

4) İşletmenizdeki personel sayısı nedir?

- a) 1-9 arasında b) 10-49 arasında c) 50-249 arasında d) 250'den fazla

5) Yaklaşık olarak yıllık toplam satış hasılatınızın ne kadarını ihracattan temin ediyorsunuz?

- a) İhracat Yapmıyoruz
- b) %10'dan az
- c) %10-20 arasında
- d) %21-40 arasında
- e) %40'tan fazla

6) Yıllık olarak kaç farklı ülkeye ihracat yapmaktasınız?

- a) 1
- b) 2-4 arasında
- c) 5-7 arasında
- d) 8-10 arasında
- e) 10'dan fazla

7) Aşağıda işletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan

ihracatta karşılaştıkları sorunlar maddeler halinde sıralanmıştır. Lütfen bu sorunları kendi işletmenizi göz önüne bulundurarak önemlilik derecesine göre işaretleyiniz.

	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1. Değişik karmaşık ve yabancı bulunan yasalar, dokümantasyonlar, işlemler, protokoller, uygulamalar					
2. Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar					
3. Ürün standartları, etiketlemeler ve işaretlemelerden kaynaklanan sorunlar					
4. Dağıtım kanallarında yer alan araçlar					
5. Uygun dağıtım kanallarının yokluğu					
6. Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği					
7. Problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri					
8. Uluslararası dağıtımçı ve araçlar hakkında bilgi edinmedeki zorluklar					
9. Ödemelerden kaynaklanan sorunlar					
10. Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar					
11. Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar					
12. Depolama sorunları					

13. İhraç pazarlarındaki politik istikrar sorunu					
14. Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar					
15. Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri					
16. İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar					
17. Yabancı pazarlardaki rekabet					
18. Uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları					
19. İhracat pazarlarının analiz edilmesinde toplanan bilgilerin sınırlı olması ve bilgi toplamadaki sorunlar					
20. Yabancı pazarlardaki reklam ve tutundurma ile ilgili faaliyetlerin zorluğu					
21. Yabancı müşterilerin farklı alışkanlıkları ve davranışları					
22. Tüketici özelliklerini öğrenmede ve izlemedeki eksiklikler					
23. Dil ile kültür farklılığı ve iletişim zorlukları					

8) Aşağıda işletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar maddeler halinde sıralanmıştır. Lütfen bu sorunları kendi işletmenizi göz önüne bulundurarak önemlilik derecesine göre işaretleyiniz.

	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne önemli ne önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1. Ulusal pazarlarda talep olduğunda ihraç pazarlarının ihmal edilmesi					
2. Yoğun bir şekilde ulusal pazarlara odaklanmak					
3. Yüksek enflasyon					
4. Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik					
5. İhracatla ilgili kamu kuruluşlarının ağır ve yavaş bürokratik uygulamaları					
6. Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği					
7. Devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği					

8. İhracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları					
9. Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri					
10. İletişim olanakları					
11. Bankacılık hizmetleri					
12. Rüşvet ve kayırma					

9) Aşağıda işletmelerin işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunları maddeler halinde sıralanmıştır. Lütfen bu sorunları kendi işletmenizi göz önüne bulundurarak önemlilik derecesine göre işaretleyiniz.

	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne önemli ne önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1. İhracat faaliyetlerine yönetimin yeteri kadar zaman ayıramaması					
2. İhracat pazarlama planının olmaması veya yapılmaması					
3. İhracat departmanının olmayışı ya da yetersizliği					
4. Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar					
5. Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler					
6. Paketleme sorunları					
7. Ürünün kendisinden kaynaklanan sorunlar					
8. Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar					
9. İhracat pazarlarına yönelik pazar araştırmasının yokluğu ya da yetersizliği					
10. İthalatçının istediği ürün ve kalite standartlarının karşılanmasındaki zorluklar					
11. İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması					
12. İhracatın finansmanında kullanılacak fonların yüksek maliyetli olması					
13. Üretim kapasitesindeki yetersizlikler					

14. Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli					
15. İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar					

