



TARSUS
ÜNİVERSİTESİ

TARSUS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACAT SORUNLARI: MERSİN İLİNDE BİR UYGULAMA

ALİ CAN AYDIN

**ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK
ANABİLİM DALI**

2020, Tarsus-MERSİN

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACAT SORUNLARI MERSİN İLİ ÖZELİNDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ALİ CAN AYDIN

TARSUS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK
ANABİLİM DALI

Danışman
Dr. Öğretim Üyesi M.SAMİ SÜYGÜN

2020, Tarsus-MERSİN



ONAY

Ali Can AYDIN tarafından Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Sami SÜYGÜN danışmanlığında hazırlanan “Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları: Mersin İlinde Bir Uygulama ” başlıklı çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından 12/11/2020 tarihinde yapılan Tez Savunma Sınavı sonucunda oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Eda Yaşa ÖZELTÜRKAY	
Üye	Doç. Dr. Sezen BOZYİĞİT	
Üye	Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Sami SÜYGÜN	

Yukarıdaki Jüri kararı Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun/...../..... tarih ve/.....sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Osman Murat ÖZKENDİR

Lisansüstü Eğitim Enstitü Müdürü

Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak

5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Tarsus Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Tarsus Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Tarsus Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Tarsus University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation Of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Tarsus University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Tarsus University.

12 Kasım 2020 / 12 November 2020

İmza / Signature

Ali Can AYDIN

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
TABLOLAR DİZİNİ	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ	vii
KISALTMALAR VE SİMGELER	vii
1. GİRİŞ	1
2. KOBİ KAVRAMI VE ÖNEMİ	4
2.1. KOBİ Tanımı	5
2.2. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri	8
2.3. KOBİ'lerin Genel Özellikleri	10
2.4. KOBİ'lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri	11
2.5. KOBİ'leri İhracata Yönelten Sebepler	12
2.6. Türkiye'de KOBİ'lere İhracat Desteği Veren Kuruluşlar	13
3. İHRACATLA İLGİLİ KAVRAMLAR	16
3.1. İhracat Çeşitleri	16
3.2. Türkiye'de Cumhuriyet Sonrası İhracatın Gelişimi	19
3.3. Mersin İlinin İhracat Bilgileri	29
3.3.1. Mersin İhracatında Ülke Yoğunlaşması	31
3.3.2. Mersin İhracatında Sektör Yoğunlaşması	35
3.4. KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar	38
3.4.1. İşletme Fonksiyonları İle İlgili Sorunlar	42
3.4.1.1. Finansman Sorunları	43
3.4.1.2. Pazarlama Sorunları	43
3.4.1.3. Üretimle İlgili Sorunlar	44
3.4.1.4. İnsan Kaynakları Sorunu	45
3.4.1.5. Yönetim Sorunları	46
3.4.2. İşletme Dışı Fonksiyonlarla İlgili Sorunlar	46
4. YÖNTEM	48
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	48
4.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Örneklemi	48
4.3. Araştırmanın Hipotezleri	49
4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları	52
4.5. Araştırmanın Verilerinin Analizi	52
5. BULGULAR	53
5.1. Tanımlayıcı İstatistikler	53
5.2. Faktör Analizi	57
5.3. Hipotezlerin Test Edilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular	59
6. SONUÇ	70
KAYNAKLAR	74
EKLER	85
ÖZGEÇMİŞ	89

ÖZET

Ekonomik büyüme, uluslararası rekabeti sağlama, refah düzeyini artırma, işsizliği azaltma gibi konular ülkelerin en önemli önceliklerindendir. Günümüz ekonomik ve rekabet koşulları değerlendirildiğinde bu amaçlara ulaşmak sadece ulusal pazara dönük bir ekonomi modeli ile gerçekleştirilemez. Ekonomik ve sosyal yaşam içerisinde önemli bir yere sahip KOBİ'lerin (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) ihracat yapabilecek seviyeye gelmeleri ülke ekonomileri açısından çok önemlidir. Bu nedenle ülkelerin dış pazarda rekabet edebilmeleri, ihracat rakamlarını artırabilmeleri ve sürdürülebilir bir ekonomik büyümeyi yakalayabilmeleri için KOBİ'lerin ihracat yapmaları ve dış pazarda boy göstermeleri gerekmektedir. Bu sebeple KOBİ'lerin ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunların tespiti ve çözüme kavuşturulması önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, KOBİ'lerin ihracat sorunları algısının, KOBİ'lerin özellikleri ve ihracatı etkileyen faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın örneklemini Mersin ilinde ihracat yapan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Araştırmada veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Mersin ilinde ihracat yapan işletmelere e-posta olarak anket formu gönderilmiş ve 155 KOBİ ankete cevap vermiştir. Araştırmanın analiz bölümünde faktör analizi yapılmış ve sonrasında Kruskal Wallis ve Mann-Whitney U testleri uygulanmıştır. İşletmelerin yaşadıkları sorunların çalışmada yer verilen bağımsız değişkenlere göre faktör bazında farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. İşletmelerin, ihracat yaptığı süre değişkeninde genel ihracat sorunları algı düzeyinde ve ürün adaptasyonu alt boyutunda, KOSGEB desteklerinden faydalanma değişkeninde ürün adaptasyonu boyutunda, ihracat yapılan ülke sayısı değişkeninde ise pazar bilgisi ve nitelikli iş gücü alt boyutlarında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : KOBİ, İhracat, İhracat Sorunları, KOSGEB

Danışman : Dr. Öğretim Üyesi M. Sami SÜYGÜN Tarsus Üniversitesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Finans ve Bankacılık Anabilim Dalı

ABSTRACT

Issues such as economic growth, ensuring international competition, increasing the welfare level and reducing unemployment are among the most important priorities of the countries. Considering today's economic and competitive conditions, achieving these goals cannot be achieved only with an economic model oriented to the national market. It is very important for the economies of the country that SMEs (Small and Medium Sized Enterprises), which have an important place in economic and social life, reach the level that they can export. For this reason, SMEs must export and show up in the foreign market in order for countries to compete in the foreign market, increase their export figures and achieve a sustainable economic growth. For this reason, it is important to identify and resolve the problems that SMEs encounter in the export process.

The purpose of this study is to reveal whether the perception of export problems of SMEs differs according to the characteristics of SMEs and factors affecting exports. The sample of the research consists of SMEs exporting from Mersin province. The data in the study were collected using the questionnaire method. An e-mail questionnaire was sent to the companies exporting from Mersin province and 155 SMEs answered the questionnaire. In the analysis part of the research, factor analysis was performed and then Kruskal Wallis and Mann-Whitney U tests were applied. It was concluded that the problems experienced by the enterprises differ on the basis of factors according to the independent variables included in the study. It has been determined that enterprises differ in perception level of general export problems and product adaptation sub-dimension in the variable of the time they export, product adaptation dimension in the variable of benefiting from KOSGEB supports, market knowledge and skilled labor sub-dimensions in the variable of the number of countries exported.

Key Words : SMEs, Export, Export Issues

Advisor : Dr. M. SAMİ SÜYGÜN Tarsus University, Department of Finance and Banking

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam sırasında yardımını ve desteğini esirgemeyen danışman hocam Sayın Dr. Öğretim Üyesi M. Sami SÜYGÜN'e minnetlerimi sunarım. Yüksek lisans eğitimime başlamama vesile olan ve desteğini her zaman hissettiğim değerli dostum Sayın Doç. Dr. Fatih KAPLAN'a, tez jürimde yer alarak tezimin geliştirilmesine katkı sağlayan Doç. Dr. Eda Yaşa ÖZELTÜRKAY ve Doç. Dr. Sezen BOZYİĞİT'e teşekkürlerimi sunarım. Tez hazırlama sürecinde manevi desteğini her zaman hissettiğim sevgili eşim Didem AYDIN'a ve oğlum Doruk Arif AYDIN'a sevgilerimi sunarım.



TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Çeşitli Ülkelerde KOBİ'lerle İlgili Göstergeler	8
Tablo 2.2. Sektör ve Çalışanlara Göre Girişim Dağılımı	9
Tablo 3.1. Dış Ticaret Göstergeleri	19
Tablo 3.2. Dış Ticaret Göstergeleri (1930-1939)	21
Tablo 3.3. Dış Ticaret Göstergeleri (1940-1950)	22
Tablo 3.4. Dış Ticaret Göstergeleri (1951-1960)	23
Tablo 3.5. Dış Ticaret Göstergeleri (1961-1980)	24
Tablo 3.6. Dış Ticaret Göstergeleri (1981-1990)	25
Tablo 3.7. Dış Ticaret Göstergeleri (1991-2000)	26
Tablo 3.8. Dış Ticaret Göstergeleri (2001-2019)	28
Tablo 3.9. Mersin Gümrüklerinden Yapılan İhracat (1000 USD)	29
Tablo 3.10. Mersin İli İhracatının Gelişimi (Milyon USD)	30
Tablo 3.11. Mersin İhracatının Ana Sektörlere Göre Dağılımı (USD)	30
Tablo 3.12. Mersin İli İhracatının İlk On Ülkeye Göre Dağılımı (1000 USD)	31
Tablo 3.13. Mersin İli İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı	33
Tablo 3.14. Mersin İli İhracatının Ülke Yoğunlaşma Oranları	34
Tablo 3.15. Mersin İhracatında Ülkelere Göre Yoğunlaşma (Herfindahl Endeksi)	35
Tablo 3.16. Mersin İli İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı	35
Tablo 3.17. Mersin İli İhracatının Sektör Yoğunlaşma Oranları	37
Tablo 3.18. Mersin İhracatında Sektörlere Göre Yoğunlaşma (Herfindahl Endeksi)	38
Tablo 3.19. İhracat Engelleri	39
Tablo 5.1. Anketi Cevaplayanların Eğitim Durumu	53
Tablo 5.2. Anketi Cevaplayanların Çalıştığı Departman	53
Tablo 5.3. Anketi Cevaplayanların Çalıştığı Pozisyon	54
Tablo 5.4. İşletme Sahibinin Eğitim Durumu	54
Tablo 5.5. İşletme Çalışan Sayısı	54
Tablo 5.6. Net Satış Hasılatı Miktarları	55
Tablo 5.7. İşletmelerin Hukuki Yapısı	55
Tablo 5.8. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör	55
Tablo 5.9. İşletmelerin Faaliyet Konuları	55
Tablo 5.10. İşletmenin Devlet Desteklerinden Yararlanmaya Yönelik Profesyonel Destek (Danışmanlık Hizmeti) Alma Durumu	56
Tablo 5.11. Yapılan İhracatın Net Satış Hasılatı İçindeki Payı	56
Tablo 5.12. İşletmelerin İhracat Yaptıkları Süreler	56
Tablo 5.13. İhracat Yapılan Ülke Sayısı	57
Tablo 5.14. KOSGEB Desteklerinden Faydalanma	57
Tablo 5.15. İhracat Sorun Algısı Ölçeği Faktör Analizi	58
Tablo 5.16. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Çalışan Sayısı Durumuna Göre Farklılığı	59
Tablo 5.17. İhracat Sorunları Algısı İşletmenin Yıllık Bilanço Durumuna Göre Farklılığı	60
Tablo 5.18. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin İhracat / Net Satış Hasılatı Durumuna Göre Farklılığı	61
Tablo 5.19. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Hukuki Durumuna Göre Farklılığı	62
Tablo 5.20. İhracat Sorunları Algısı İşletmenin İhracat Yaptığı Süreye Göre Farklılığı	62
Tablo 5.21. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin KOSGEB Desteklerinden Yararlanma Durumuna Göre Farklılığı	63
Tablo 5.22. İhracat Sorunları Algısının Firma Sahibinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığı	64
Tablo 5.23. İhracat Sorunları Algısının Firma Faaliyet Alanına Göre Farklılığı	65
Tablo 5.24. İhracat Sorunları Algısının Faaliyet Gösterilen Sektöre Göre Farklılığı	65
Tablo 5.25. İhracat Sorunları Algısının İhracat Yapılan Ülke Sayısına Göre Farklılığı	66
Tablo 5.26. İhracat Sorunları Algısının Danışmanlık Desteği Alma Durumuna Göre Farklılığı	67
Tablo 5.27. İhracat Sorunları Algısının Genel Düzeyde ve Alt Boyutlar Arasında Spearman Korelasyon Testi	68

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 2.1. Eximbank İhracat Kredi Desteğinin Yıllara Göre Dağılımı	14



KISALTMALAR VE SİMGELER

Kısaltma/Simg	Tanım
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AET	Avrupa Ekonomi Topluluęu
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSEP	KOBİ Stratejisi Eylem Planı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TOSYÖV	Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı
IMF	International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri

1.GİRİŞ

İhracat, yurt dışı pazarlara açılma ve yurt dışı pazar paylarının artırılması bakımından ülkelerin makro ve mikro düzeyde ekonomi verilerini etkileyen çok önemli bir unsurdur. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ise yurt dışı pazarlara açılma, ekonomik olarak gelişmişliği sağlamanın yanında sosyal yönden de gelişmişliği arttırmada önemli bir faktördür. Yurt dışı pazarlara hitap etme ve yurt dışı işletmelerle rekabet halinde olma teknolojik yeniliklerin yakından takip edilmesini sağlayacak, yönetim ve organizasyon açısından da gelişmeyi beraberinde getirecektir (Sakarya, 2011, s.118).

Günümüz ekonomik şartlarında ekonomik kalkınmanın sağlanması ve ekonomik büyümenin devam etmesi ihracat artışının sağlanması ile gerçekleşebilir (Terzi ve Akbulut, 2013, s.44). Bu nedenle ülkeler küresel pazardan paylarını alabilmek ve ekonomik büyümeyi sağlayabilmek adına dış pazarlara açılmayı en önemli hedef olarak koymalıdır (Alataş, 2014, s.1). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ) tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de ekonominin temel yapısını oluşturmaktadır. Bu nedenle ülkelerin makroekonomik politikalarının uygulanmasında KOBİ'ler çok önemli bir unsur olmaktadır.

Küreselleşen dünya ekonomisinde KOBİ'lerin rekabet edebilmeleri için örgütlenme, organizasyon, imalat teknikleri, personel durumu, finansman yapısı gibi konularda kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Ancak ülkemizde bulunan KOBİ'lerin birçoğu yapısı itibari ile ve kurumsallaşmada yaşadıkları sorunlar nedeni ile organizasyonlarını iyi yönetememekte ve bu da küreselleşen dünyada rakipleri ile rekabet etmede sorunlar yaşamalarına neden olmaktadır.

KOBİ'lerin daha düşük yatırımlarla istihdam sağlama, daha fazla ürün çeşitliliğine sahip olma, gelişen teknolojiye daha çabuk uyum sağlama ve esnek üretim yapıları göz önünde bulundurularak, KOBİ'leri geliştirmeye yönelik ekonomi politikalarının hazırlanması ve KOBİ'lere sağlanan desteklerin artırılması gerekmektedir (Bilen ve Solmaz, 2014, s.61).

KOBİ'ler tüm ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de faaliyette bulunan işletmelerin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Sadece yurt içi taleplere dayalı ve yurt içi pazarı hedefleyen bir üretim modelinin sürdürülebilir olması çok zordur. Hem dünyanın küreselleşme sürecine çok hızlı geçmesi hem de dünya genelinde uygulanan liberal ekonomik politikalar, bütün ülkeleri dünya genelinde açık pazar haline getirmiştir. Dünyada uygulanan mevcut ekonomik model ile dünya genelinde herhangi bir işletme, yurt içinde de KOBİ'lerin rakibi durumundadır. Bu nedenle yurt içi piyasasında da uluslararası işletmelerle rekabet halinde olan KOBİ'ler, satışlarını artırmak, verimliliklerini yükseltmek ve istenilen mal ve hizmet üretimlerini sağlamak amacı ile teknolojik gelişmeleri takip

edebilmek için yurt dışı pazarlara açılmayı hedeflemeli ve bu doğrultuda pazarlama stratejileri, üretim teknolojileri ve organizasyon yapılarını geliştirmelidir.

Türkiye, Avrupa Birliği (AB) uyum yasaları çerçevesinde ve 1990'lı yıllardan sonra uyguladığı liberal ekonomik politikalar ile diğer ülkelerle ticari anlamda yakın ilişkilerde bulunmaya başlamıştır. Türkiye'nin uygulamaya başladığı yeni ekonomik düzende tarım sektörünün ekonomi içerisindeki payı azalmış, imalat sektörünün ise payı artmaya başlamıştır (Özdemir vd., 2016, s.166). İmalat sektörünün ekonomideki payının artması ise, üretim için gerekli olan hammadde ve ara malların yurt dışından alınmasına neden olmaktadır (Ketboğa, 2019, s.215). İthalatın, ihracata oranla daha fazla yükselmesi de ekonomik olarak bazı sıkıntıları beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, ekonomide çok büyük yer tutan KOBİ'lerin daha fazla ihracata yönelmesi ve yurt dışı pazar payını artırması gerekmektedir.

KOBİ'lerin ulusal ve uluslararası rekabet koşullarına uygun bir şekilde kendilerini geliştirmesi, yurt dışı pazarlarda pay sahibi olabilmeleri açısından önemlidir. İşletmeler yalnızca yurt içi pazarlarda faaliyet gösterdikleri zaman, belirledikleri hedeflere ulaşmadıklarında yurt dışı pazarlara yönelmektedir (Mıhoğlu, 2019, s.45). İhracatı teşvik edici uygulamalar KOBİ'lerin ihracat motivasyonlarını arttıracaktır (Avcı, 2015, s.21-22). Bu nedenle KOBİ'lere sağlanacak ihracat teşviklerinin etkili şekilde uygulanması KOBİ'lerin yurt dışı pazarlara açılmalarını hızlandıracaktır.

KOBİ'ler mevcut yapıları itibari ile işletme içi ve işletme dışı birçok sorunla karşı karşıyadır. Türkiye'de tüm işletmelerin %99,9' unu oluşturan KOBİ'lerin ihracattaki payı, kredilerden yararlanma oranı, toplam yatırım içindeki yeri gibi bazı göstergelerde geri planda kalmalarının sebebi KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlardır (KSEP, 2018, s.28). Genel olarak birçok sorunla mücadele etmek zorunda kalan KOBİ'ler yapıları itibari ile finansman, üretim, nitelikli personel yetersizliği, yönetim ve organizasyon vb. nedenlerden dolayı ihracatta sorunlarla karşılaşmaktadır. Dış pazarlara açılabilme ve ihracat yapabilmek için organizasyon, pazarlama kabiliyeti, finansman yapısı, imalat kapasitesi vb. konularda belirli bir seviyede olmalarının yanında devletin uyguladığı yasal mevzuat ve bürokratik yapının da KOBİ'lerin ihracat yapmalarına kolaylık sağlayacak şekilde olması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda 2019 yılında Mersin ilinde ihracat yapan KOBİ'lere yönelik araştırma yapılmıştır. KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak 2014 yılında Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde (MTOSB) faaliyet gösteren işletmeleri kapsayan bir çalışma yapılmıştır. Ancak Mersin ilinin genelini kapsayan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın güncel olması ve kapsamı ile alanyazındaki bu boşluğu doldurması beklenmektedir.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm konu hakkında genel bilgilerin verildiği giriş bölümüdür. İkinci bölümde KOBİ'lerin tanımı yapılmış, ekonomiye olan etkilerinden bahsedilmiş, özellikleri belirtilmiş, güçlü ve zayıf yönleri ortaya konmuştur. Üçüncü bölümde ise öncelikle ihracat ve dış ticaret ile ilgili kavramlar açıklanmış sonrasında Türkiye'nin Cumhuriyet sonrası ihracat gelişimi ortaya konmuştur. Mersin ilinin ihracat verileri incelendikten sonra ise KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara değinilmiştir. Araştırmanın dördüncü bölümünde araştırmanın amacı, önemi, veri toplama yöntemi, örnekleme, soruları, varsayımları, kısıtlarına yer verilmiştir. Toplanan veriler araştırmanın beşinci bölümünde analiz edilmiş ve hipotezler test edilmiştir. Altıncı bölümde ise KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur.



2. KOBİ KAVRAMI VE ÖNEMİ

Gerek ülkeler arası gerekse aynı ülke içinde bulunan kurumlar arasında kesin bir KOBİ tanımı bulunmamakla birlikte, KOBİ'ler genel olarak kısıtlı imkânlarla sahip, imalat ve pazarlama süreçlerinde sorunlar yaşayan, kendi çabaları ile ürettikleri mal ve hizmetleri yurt içi ve yurt dışı pazarlara ulaştırmaya çalışan işletmelerdir. Büyük işletmeler ekonomik olarak önemli bir konumda olsalar da KOBİ'lerin de şehirler ve ülkeler için önemi bulunmaktadır (Soysal vd., 2009, s.433).

KOBİ'leri büyük işletmelerden ayıran birtakım özellikler bulunmaktadır (Türkoğlu, 2002, s.282). KOBİ'ler büyük işletmelere göre, kurumsal olmayan, organizasyonel sıkıntılar yaşayan, finansman yapıları daha zayıf, finansmana erişim zorlukları yaşayan bir yapıya sahiptir. Ciro, personel sayısı, makine ve tezgâh sayısı, personele verilen ücret ve kalifiye personel gibi konularda büyük işletmelerden ayrılmaktadır. Mevcut durumda KOBİ tanımı yapılırken pek çok ülkede nicel veriler değerlendirilip çalışan sayısı, net satış hasılatı ve mali bilanço toplamı üzerinden KOBİ tanımı yapılmaktadır (Mecek, 2020, s.33).

KOBİ'ler tek tek ele alındığında ekonomik olarak büyük bir değere sahip olmadıkları düşünülse de tüm KOBİ'ler birlikte ele alındığında ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. İstihdam oluşturmada da yine çok önemli görevler üstlenmektedir. Özellikle istihdam konusunda sağlamış olduğu katkı KOBİ'lerin sosyal anlamda da çok büyük role sahip olduğunu göstermektedir (Akdeniz, 2005, s.11). KOBİ'ler gerçekleştirdikleri istihdamı daha düşük maliyetle yapar. Aynı zamanda yatırım maliyetleri de düşüktür. Bu durum, kişisel tasarrufların ekonomiye aktarılmasında önemlidir. Pazarda değişen taleplere daha hızlı karşılık verebilir. Bu etkileri düşünüldüğünde ekonominin gelişmesi açısından KOBİ'lerin desteklenmesi önemli bir konudur (Sevinç ve Eren, 2019, s.413).

Gelişmekte olan ülkeler küresel ekonomik krizlerden ve değişkenlik gösteren küresel finans piyasalarından daha olumsuz etkilenmektedir (Karacan, 2014,s.763). Bu gibi durumlarda iç pazara dönük pazarlama stratejileri KOBİ'lerin büyük problemi olmakta ve ekonomik krizlerden daha fazla etkilenmelerine sebep olmaktadır. Yeterli sermayeye sahip olamamalarından dolayı da KOBİ'lerdeki bu sorun ülke geneline hızlıca yayılmakta ve ekonomik krizlerin bütün ülkede daha fazla hissedilmesine neden olmaktadır. Bu durum sosyal anlamda da ülkelerin sıkıntı yaşamasına neden olmaktadır. Bu nedenle sağlıklı finansal bir yapıya sahip teknoloji ve bilgi seviyesini yükseltmiş ve dış pazar odaklı KOBİ'ler ekonominin yanı sıra ülkelerin sosyal yapılarının da en önemli yapı taşı durumundadır.

2.1. KOBİ Tanımı

Ülkeler arasında ortak bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Tarhan, 2013, s.8). Bununla birlikte tanımlamalarda genel olarak çalışan sayısı, net satış hasılatı ve yıllık bilanço toplamı kullanılmaktadır (Zor, 2017, s.9).

Avrupa Birliği'nde 1 Ocak 2005'te yürürlüğe giren KOBİ tanımı çalışan kişi sayısı, yıllık ciroları veya bilanço büyüklüğü kriterlerinden oluşan ölçüleri kapsamaktadır. Avrupa Birliği'ne göre KOBİ'ler 250'den az kişiyi istihdam eden ve yıllık cirosu 50 milyon euroyu aşmayan veya yıllık bilanço toplamı 43 milyon euroyu aşmayan şirketlerden oluşmaktadır. Avrupa Birliği tarafından yapılan KOBİ sınıflandırılması orta ölçekli işletmeler, küçük işletmeler ve mikro işletmeler olarak yapılmıştır (European Commission, 2005, s.32).

- Orta ölçekli işletmeler 250'den az çalışanı olan ve yıllık cirosu 50 milyon eurodan az, yıllık bilanço toplamı 43 Milyon eurodan az olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır.
- Küçük işletmeler, 50' den az çalışanı olan ve yıllık cirosu veya yıllık bilanço toplamı 10 milyon euroyu geçmeyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır.
- Mikro işletmeler, 10'dan az kişiyi istihdam eden ve yıllık cirosu veya yıllık bilanço toplamı 2 milyon euroyu geçmeyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır.

Dünya Bankasına göre ise, KOBİ tanımı 300 çalışanı olan işletmeleri ve yıllık 15 milyon ABD dolarına varan toplam satışları kapsamaktadır. Dünya Bankası tarafından kullanılan KOBİ tanımı üç alt kategori içermektedir (www.infodev.org).

- Mikro işletme: 10 ve aşağısında çalışanı olmalı, toplam aktifler veya toplam yıllık satışlar 100.000 ABD doları, cirosu 400.000 ABD dolarını ve maddi duran varlıklar 200.000 ABD dolarını aşmamalıdır.
- Küçük işletme: 10 ila 50 arasında çalışanı olmalı, toplam varlıklar veya toplam yıllık satışlar 100.000 ABD doları ile 3 milyon ABD doları arasında olmalıdır.
- Orta ölçekli işletme: 50 ila 300 çalışanı olmalı, toplam aktifler veya toplam yıllık satışlar 3 milyon ABD doları ile 15 milyon ABD doları arasında olmalıdır.

Türkiye'de 2005 yılına kadar ortak bir KOBİ tanımı bulunmamaktaydı. Birçok kurum ve kuruluşun belirlediği KOBİ tanımları bulunuyordu ve KOBİ'lerin ölçeklerinin belirlenmesinde yine bu kurum ve kuruluşların belirlediği kriterler etkindi. Ortak bir KOBİ tanımının olmaması;

- Kamu kurum ve kuruluşlarının teşvik ve desteklerinden bazı KOBİ'lerin yararlanıp bazılarının yararlanmaması,

- Kurum ve kuruluşların KOBİ destekleri için farklı uygulamalar yapması,
- Bazı KOBİ tanımlarının sadece imalatçı KOBİ'leri kapsamamasından dolayı diğer sektörlerde yer alan KOBİ'lerin teşvik ve desteklerden yararlanamaması gibi bazı durumları ortaya çıkarmıştır (Bayülken, 2017, s.3).

Türkiye'de farklı kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan KOBİ tanımları aşağıda belirtilmiştir

KOSGEB, 12.04.1990 tarih ve 3624 sayılı kanuna göre 1-50 çalışanı olan imalatçı KOBİ'leri küçük ölçekli, 51-150 çalışanı olan imalatçı KOBİ'leri orta ölçekli olarak tanımlamıştır. Halk Bankası, 2000 yılında yaptığı tanımlamaya göre teşvik belgesine sahip, toplam personel sayısı 100'ü geçmeyen sabit yatırım toplamı 100 milyar TL'yi aşmayan işletmeleri KOBİ olarak kabul etmektedir. Diğer işletme türlerinde ise çalışan sayısı 250'yi geçmeyen ve toplam makinalarının kayıtlı değeri 400 milyar TL'yi aşmayan işletmeler KOBİ olarak tanımlanmıştır (Mecek, 2020, s.46). Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. KOBİ ihracat kredisi için 1-200 çalışan ve sabit sermaye yatırımı 2 milyon doları geçmeyen işletmeleri KOBİ olarak tanımlamıştır (Erkan, 2017, s.8).

Hazine Müsteşarlığı, imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren, arsa ve bina hariç sabit yatırım tutarı 950.000,00 TL'yi aşmayan;

- 1-9 işçi çalıştıran işletmeleri çok küçük ölçekli
- 10-49 işçi çalıştıran işletmeleri küçük ölçekli
- 50-250 işçi çalıştıran işletmeleri ise orta ölçekli işletmeler olarak ifade edilmiştir (Durman ve Önder, 2007, s.8).

Ekonomi Bakanlığı imalat sanayinde faaliyet gösteren, 1-200 arası çalışanı olan ve sabit sermaye tutarı 2 milyon doları aşmayan işletmeleri KOBİ olarak kabul etmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Kalkınma Bakanlığı, 1-9 işçi çalıştıran işletmeleri çok küçük ölçekli, 10-49 işçi çalıştıran işletmeleri küçük ölçekli, 50-250 işçi çalıştıran işletmeleri ise orta ölçekli KOBİ olarak tanımlanmıştır.

Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (TOSYÖV), 1-5 arası işçi çalıştıran işletmeleri çok küçük ölçekli, 6-100 arası işçi çalıştıran işletmeleri küçük ölçekli, 101-200 arası işçi çalıştıran işletmeleri ise orta ölçekli KOBİ olarak tanımlamıştır (Bayülken ve Kütük, 2012, s.5).

Sanayi Bakanlığı 2005 yılında imalat sektöründe faaliyet gösteren 1-9 arası işçi çalıştıran ve net satış geliri yıllık 1 milyon TL'nin altında olan işletmeler çok küçük ölçekli, 10-49 arası işçi çalıştıran ve net satış geliri yıllık 5 milyon TL'nin altında olan işletmeleri küçük ölçekli, 50-250 arası işçi çalıştıran ve net satış geliri yıllık 25 milyon TL'nin altında olan işletmeleri orta ölçekli KOBİ olarak kabul etmiştir.

2005 yılında Avrupa Birliği'nde ortak KOBİ tanımının yürürlüğe girmesi ve AB'ye üye ve üyelik sürecinde olan ülkelere tavsiye niteliği taşıması sonucunda 2005 yılında Resmi Gazetede

yayınlanan ve 18 Mayıs 2006 yılında yürürlüğe giren “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik” ile KOBİ tanımı yapılırken çalışan sayısı, net satış hasılatı ve mali bilanço toplamı esas alınmıştır. 2005 yılında yayınlanan bu yönetmeliğe göre, iki yüz elli kişiden az çalışanı olan ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 25 milyon yeni Türk lirasından az olan işletmeler KOBİ olarak nitelendirilmiştir. (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, 2005). Ayrıca bu yönetmeliğe göre;

- 10 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 1 milyon yeni Türk lirasını aşmayan işletmeler mikro işletme,
- 50 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 5 milyon yeni Türk lirasını aşmayan işletmeler küçük işletme,
- 250 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 25 milyon yeni Türk lirasını aşmayan işletmeler ise orta ölçekli işletme olarak sınıflandırılmıştır.

2012 yılına gelindiğinde ise 28457 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan yönetmelik ile KOBİ tanımı revize edilmiş ve 250’den az çalışanı olan ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 40 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler olarak değiştirilmiştir (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, 2012). Bu yönetmeliğe göre;

- 10 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 1 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler mikro işletme,
- 50 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 8 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler küçük işletme,
- 250 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 40 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler ise orta büyüklükte işletme olarak sınıflandırılmıştır.

24 Haziran 2018 tarih ve 30458 sayılı resmi gazetede yayınlanan yönetmelik ile KOBİ tanımı revize edilerek 250’den az yıllık çalışanı olan ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler şeklinde değiştirilmiştir (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, 2018). Bu yönetmeliğe göre;

- 10 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 3 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler mikro işletme,
- 50 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 25 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler küçük işletme,

- 250 kişiden az çalışanı olan ve net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125 milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler ise orta büyüklükte işletme olarak sınıflandırılmıştır.

2.2. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türkiye’de 1980 yılından itibaren serbest ekonomi modeline geçilmesi nedeni ile özel teşebbüslerin sayısı hızla artmaya başlamış ve bu teşebbüsler gelişen süreçte istihdam sağlama, ihracat, teknolojik gelişmeler gibi birçok konuda ülke ekonomisine katkı sağlamışlardır. İmalat ve hizmet sektörlerinde faaliyetlerinin hızla artmış olması büyük ölçekli işletmelerin tedarikçisi olmaları, mal ve hizmet çeşitliliğinin sağlanması açısından KOBİ’ler son derece önemlidir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ihracata sağladıkları katkı KOBİ’leri çok değerli hale getirmektedir.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)’nin KOBİ Stratejisi Eylem Planında 2013 yılına ait verilere göre Türkiye’de KOBİ’ler tüm işletmelerin %99,9’unu oluşturmaktadır. Bununla beraber 2015 yılında ihracatın % 55,1’ i ithalatın ise % 37,7’si KOBİ’ler tarafından gerçekleştirilmiştir (TÜİK, 2015).

Tablo 2.1. Çeşitli Ülkelerde KOBİ’lerle İlgili Göstergeler (TOBB, 2017)

ÜLKELER	Tüm İşletmeler İçindeki Oranı (%)	Toplam İstihdam İçindeki Oranı (%)	Toplam Yatırım İçindeki Oranı (%)	Katma Değer İçindeki Oranı (%)	Toplam İhracat İçindeki Oranı (%)	Toplam Kredilerden Aldığı Oran (%)
ABD	97,2	50,4	38	36,2	32	42,7
Almanya	99,8	64	44	49	31,1	35
Japonya	99,4	81,4	40	52	38	50
İngiltere	99,67	53,59	51,2	52,06	54	44,1
Güney Kore	97,8	61,9	35,7	34,5	20,2	46,8
Fransa	99,9	63,05	53	57,79	47	48
İtalya	99,8	79,28	-	67,97	-	-
Türkiye	99,9	75,2	53,2	55	59,2	26

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)’nin 2017 yılında yayınlamış olduğu ve Tablo 2.1.’de sunulan veriler incelendiğinde Türkiye’de KOBİ’lerin ihracattaki payının % 59,2’ ye çıktığı görülmektedir. Bununla beraber toplam kredilerden yararlanma oranı ise % 26’dır. Diğer ülkelerde ise KOBİ’ler ihracattaki oranlarının daha düşük olmasına rağmen kredi kullanma oranları Türkiye’den daha yüksektir. Bu tabloya göre ihracatının önemli bir bölümünü KOBİ’ler aracılığı ile gerçekleştiren Türkiye’nin ekonomik açıdan daha gelişmiş bir seviyeye ulaşabilmesi, sürdürülebilir bir kalkınmayı

gerçekleştirebilmesi ve dış pazar payını arttırabilmesi için özellikle KOBİ'lere yönelik daha stratejik planlamalar yapılması gerektiği söylenebilir.

KOBİ'ler tüm sektörlerde faaliyet gösterebilmeleri açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu özelliklerinden dolayı KOBİ'ler ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişmişlik durumlarının en önemli parçası konumundadır (Özdemir vd., 2007, s.175). KOBİ'lerin genel durumlarına yönelik gerçekleştirilen iyileşme, büyüme, rekabet seviyelerinin artması ve teknoloji seviyelerinin yükselmesi, ülke çapında görülebilecek bir ekonomik iyileşmenin başlangıcı olacaktır. Bu nedenle, makro düzeyde yapılan ekonomik planlamalarda, KOBİ'lerin her zaman ön planda olması gerekmektedir.

Tablo 2.2. Sektör ve Çalışanlara Göre Girişim Dağılımı (KOSGEB KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2015-2018)

Sektör (Nace Rev 2)	Çalışan Sayısında Göre Girişim Sayısı				
	0-9	10-49	50-249	0-249	>250
A Tarım, Ormanlık ve Balıkçılık	28.619	1.517	211	30.697	22
B Madencilik ve Taş Ocakçılığı	5.475	1.437	352	7.264	60
C İmalat	371.608	44.668	8.882	425.158	1.627
D Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı	3.931	418	167	4516	62
E Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri	3.044	384	103	3.531	81
F İnşaat	210.095	36.027	7.115	253.237	510
G Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı	1.189.401	47.583	4.272	1.241.256	472
H Ulaştırma ve Depolama	548.578	10.929	1.387	560.864	219
I Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri	290.907	12.715	1.597	305.219	307
J Bilgi ve İletişim	37.877	2.401	426	40.704	86
K Finans ve Sigorta Faaliyetleri	24.702	1.026	161	25.889	75
L Gayrimenkul Faaliyetler	49.662	1.562	160	51.384	15
M Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	182.344	9.697	738	192.779	117
N İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	39.727	5.382	2.840	47.949	876
P Eğitim	21.307	6.284	885	28.476	345
Q İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	37.682	3.995	870	42.547	291
R Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlenme ve Spor	33.470	837	138	34.445	13

S Diğer Hizmet Faaliyetleri	224.781	3.672	263	228.716	32
TOPLAM	3.300.210	190.554	30.567	3.524.331	5.210
Ölçeklerine Göre İşletmelerin Dağılımı	%93,6	%5,4	%0,9	%99,9	%0,1
AB 28' de Ölçeklere Göre Dağılım	%92,4	%6,4	%1	%99,8	%0,2

KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki önemini görebilmek amacı ile Tablo 2.2' de KOBİ'lerin faaliyetlerini sürdürdükleri sektörler gösterilmektedir. Tabloda sunulan veriler incelendiğinde KOBİ'lerin tüm sektörlerde faaliyet gösterdikleri ve ekonominin her alanında etkin oldukları görülmektedir.

2.3. KOBİ'lerin Genel Özellikleri

KOBİ'ler personel, pazarlama, finansman, üretim ve yönetim gibi işletme fonksiyonları haricinde, makine parkı, istihdam sayısı, kullandıkları enerji miktarı, sermayeleri, kapasite düzeyi, piyasa payı gibi ölçülebilen değerler yönünden farklılık göstermektedir. Tüm bu özellikler bir arada düşünüldüğünde KOBİ'ler nitel ve nicel özellikleri açısından değerlendirilebilir (Çatal, 2007, s.334).

Müftüoğlu ve Durukan'a göre KOBİ'lerin bazı nicel ve nitel özellikleri aşağıdaki gibidir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s.72-75).

Nicel özellikler;

- Çalışan sayısı
- Günlük/ haftalık/ aylık çalışma süreleri
- Satış miktarı, kar hacmi
- Makina parkuru ve makinelerin toplam iş-zaman değeri
- Amortisman miktarları
- İşletme varlıklarının toplam değeri
- Enerji tüketimi ve maliyeti
- Toplam sermaye tutarı
- Sipariş miktarları ve tutarları
- İşletme kapasitesi ve kapasite kullanım oranı
- Mal ve hizmetin pazar büyüklüğü
- İşletmenin pazar payı
- İşyeri toplam alanı ve kullanılan alan
- Ürünün teknik özellikleri
- Kullanılan hammadde malzeme miktarı ve maliyeti

Nitel özellikler;

- İşletme sahibi ve yöneticiler genellikle aynı kişilerdir.
- Emek-yoğun imalat ve hizmet süreçleri vardır.
- Geleneksel imalat ve hizmet yöntemlerini uygularlar.
- İşletme sahibi ile çalışanlar arasında kişisel ilişki ön plandadır.
- İşletme sahibi de genellikle fiili olarak çalışır.
- Finansal konular ve kredi olanakları yeterince değerlendirilmemektedir.
- Kredi temin etmede olumsuz şartlara sahiptirler.

2.4. KOBİ'lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri

KOBİ'ler sayıları ve yapıları itibarı ile ülke ekonomisinde çok önemli yer tutarlar. İstihdam sağlama açısından ise sosyal anlamda da büyük bir öneme sahiptir. Kurulum ve yatırım maliyetleri düşüktür (Yalçınkaya, 2017, 302). Bu nedenle istihdam başına düşen yatırım maliyeti de daha az olmaktadır. KOBİ'ler daha fazla emek yoğun bir üretim sürecine sahip oldukları için daha az nitelikli işçi çalıştırarak istihdam sorununa karşı dirençleri yüksektir (Topçu, 2006, s.10-11). Esnek yapıları sayesinde kriz dönemlerinde daha çabuk önlem almaya ve gerekirse iş kolu değiştirmeye müsaittir. Bulundukları pazarda, müşteri taleplerini daha hızlı alabilir ve bu talepleri karşılamak amacı ile üretim yöntemini ve çeşitliliğini hızlıca değiştirebilir (Özyiğit, 2015, s. 8). KOBİ'ler üretim sürecini ve makine parkurunu daha hızlı yenileyebilir ve gelişen teknolojiye daha hızlı uyum sağlayabilir (Bellek, 2016, s.9). Bulundukları bölgede faaliyet gösteren büyük işletmelerin en önemli tedarikçileri konumundadır. Sosyal açıdan ise, kişilerin bireysel tasarruflarının ekonomiye kazandırılmasına öncülük eder. Fiziki ve sosyal nedenlerden dolayı büyük işletmelerin yatırım yapmaktan kaçındığı bölgelerde ekonominin öncü görevini üstlenir. Bu sayede ülkede gelir adaletsizliğin giderilmesinde de rol oynar ve bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesini sağlar (Taş, 2010, s.166). KOBİ'lerin sahip olduğu güçlü yönleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012, s.31-34).

- Daha düşük maliyetli yatırımlar ile daha çok ürün ve üretim çeşitliliği sağlar.
- Birim istihdam maliyetleri büyük işletmelere göre daha düşüktür.
- Emek yoğun çalışma şekillerinden dolayı istihdama katkı sağlamaktadır.
- Pazarın talep değişikliğine çabuk karşılık verir.
- Ekonomik kriz zamanlarında yönetim esnekliğinden dolayı daha hızlı karar verebilir.
- Üretim süreçleri teknolojik değişiklikleri uygulamaya daha müsaittir.
- Bölgesel kalkınmada aktif rol oynar.
- Kişisel birikimlerin ekonomiye kazandırılmasını sağlar.
- Gelir dağılımının dengelenmesinde yardımcı olur.

- Büyük işletmelerin tedarik zincirinde aktif rol oynar.
- Ekonomideki paylarının çok yüksek olmasından, toplumsal yapının dengelenmesini sağlar.

KOBİ'ler imalat ve yönetim fonksiyonları konularında birçok avantaja sahip oldukları gibi, yine aynı konularda, yapıları itibari ile dezavantajları da bulunmaktadır. KOBİ'ler modern makine parkuruna sahip olamamaları, hammadde, nitelikli eleman ve alt yapı eksikliklerinden dolayı üretimde kalite ve verim kaybı yaşar (Yıldırım, 2010, s.20). Satış ve pazarlama konularında piyasa şartlarının iyi analiz edilememesi, gelirlerin arttırılmasını engellemektedir. Sektör ve pazara yönelik bilimsel çalışmalar KOBİ'ler tarafından pek gerçekleştirilememektedir. Sermaye yetersizliği, teknik bilgi eksikliği KOBİ'lerin teknoloji düzeyini düşük seviyede tutmaktadır. Eski teknolojinin kullanılması sonucu kalite problemi yaşar (Sezgin ve Özdamar, 2011, s.159). Ürün kalitesinde yaşanan problemler, bilgi birikim eksikliği, yönetim sorunları vb. aksaklıklar KOBİ'lerin ihracat yapabilmeleri önünde bir engeldir. Özkaynaklarının yetersizliği ve yönetsel sorunlar, mali dalgalanmaların olduğu piyasa koşullarında finansal durumlarını daha zora sokabilir ve bu olumsuz şartlarda da yatırım yapmak ve işlerini geliştirmede sorunlarla karşılaşır (Kutlu ve Demirci, 2007, s. 192). KOBİ'lerin zayıf yönleri başlıklar halinde aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012, s.34-38).

- Verimlilikleri düşüktür.
- Sektör ve pazar bilgileri eksiktir.
- Teknik bilgileri yetersizdir.
- Yönetim ve organizasyonel olarak sorunludur.
- Pazarlama, tanıtım konularına bilgi ve alt yapıları yetersizdir.
- Ürün ve hizmet kalitesi istenen seviyede olmayabilir.
- Ürün ve hizmette yakalanamayan standartlar ve bilgi eksikliği ihracat potansiyellerini düşürür.
- Finansal açıdan yetersizdir.
- İşletme fonksiyonlarında yaşanan sorunlar rekabet gücünü azaltır.
- Yatırım yapma ve iş geliştirmede sorunlar yaşayabilir.

2.5. KOBİ'leri İhracata Yönelten Sebepler

Makro düzeyde ülkeler, mikro düzeyde de bütün işletmeler uluslararası rekabete karşı dayanaklı ve güçlü olabilmek için dış pazarlara açılmak durumundadır. İşletmelerin üretim kapasitelerinin artması üretim çıktılarını arttırmış, hammadde ve satılması gereken ürünler için yeni ve farklı pazar ihtiyaçları doğmasına neden olmuştur (Güçlü, 2013, s.47). Bu durum işletmeleri dış pazara yönlendirmektedir. Bununla birlikte işletmelerin ihracat amaçlı büyük üretimler gerçekleştirmesi, işletmenin rekabet gücünü arttırmakta ve üretim maliyetlerini düşürmektedir (Pirtini ve Melemen, 2004, s.5). Ülkeler arasında yapılan anlaşmalar ve işbirlikleri küresel düzeyde ticaret hacmini çok geliştirmiştir. Bu nedenle sadece yurt içi talep ve beklentilere göre tasarlanmış bir üretim modeli uzun süre hayatını devam ettiremeyecektir. Küreselleşme öncesi işletmeler yurt içi pazarı kendilerine yeterli

görmekte iken, ekonominin liberalleşmesi ve uluslararası ticaretin yaygınlaşması ile işletmelerin tercih şansları azalmıştır (Akgemci vd., 2005, s.142). Yurt dışı pazarlara girmek için de stratejiler belirlemeli ve planlamasını bu yönde yapmalıdır. İhracatın KOBİ'lere sağladığı yararlar şu şekilde sıralanabilir (Özcan ve Atalay, 2017, s.57; Işık ve Delice, 2007, s.77).

- İç pazarın talebine olan bağlılık azalır.
- İşletmenin satış gelirleri ve karlılığını arttırır.
- İşletmenin ölçeğinin büyümesini sağlar.
- İşletmenin verimliliğini arttırarak sahip olunan fazla kapasitenin satılmasını sağlar.
- Dünya piyasasından pay alınmasını sağlar.
- Elde bulunan stokların tüketilmesini sağlar.
- Dış pazarda güçlü rakiplerle girilen rekabet sonucu iç pazarda rakiplere karşı avantaj sağlar.
- İç pazarda yaşanan dalgalanmalardan daha az etkilenir.
- Ulusal düzeyde yaşanan ekonomik sorunlardan daha az etkilenir.
- Dış pazarda edinilen tecrübe ile yeni iş fikirleri ortaya çıkabilir ve teknolojik olarak daha çabuk gelişme gösterir.
- Farklı kültürlerle ilişkiye girilmesi motivasyonun artmasını sağlar.
- Verimliliğin ve kapasite kullanımının artması birim maliyetleri düşürecektir. Bu da rekabette avantaj sağlar.

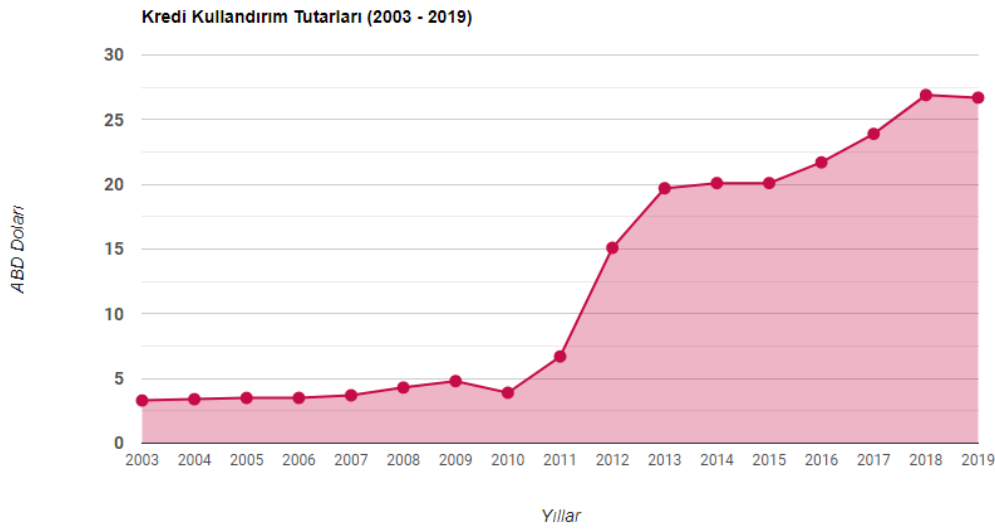
2.6. Türkiye’de KOBİ’lere İhracat Desteği Veren Kuruluşlar

Çalışmanın bu bölümünde KOBİ'lere ihracat desteği veren kurum ve kuruluşlara yer verilecektir. Devlet desteklerinin birçoğu Ticaret Bakanlığına bağlı kuruluşlar bünyesinde toplanmıştır. Ancak Ticaret Bakanlığı ile koordineli olarak Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Hazine ve Maliye Bakanlığı ve bu bakanlıklara bağlı kuruluşlar da KOBİ'lere destek sunmaktadır. Devlet kurumları bünyesindeki ilgili ve ilişkili kuruluşlar ile birlikte meslek odaları ve sivil toplum kuruluşları da KOBİ'lere ihracat desteği sunmaktadırlar. Başlıca kurum ve kuruluşlar şunlardır:

İhracat Genel Müdürlüğü; İhracatın ülke ekonomisi yararına düzenlenmesi ve desteklenmesi amacıyla Ticaret Bakanlığı bünyesinde yer almaktadır. Müdürlüğün başlıca görevleri; ihracata ilişkin düzenlemeler, ihracatın geliştirilmesi yönünde ürün ve ülke bazında tedbirler almak, pazar araştırması yapmak, ihracata dair mevzuat hazırlamak, ihracata yönelik devlet destekleri sürecini yürütmek, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birlikleri ile ilgili mevzuatı hazırlamak ve yayımlamaktır (Ticaret Bakanlığı, 2020).

Türk Eximbank: Eximbank ihracatçıya verdiği finansman desteği ile ön plana çıkmaktadır. Bu destekler kapsamında kısa vadeli, orta ve uzun vadeli ihracat kredileri, döviz kazandırıcı hizmet

kapsamındaki krediler ve uluslararası proje kredileri yer almaktadır. Aynı zamanda banka hazine başlığı adı altında ihracatçı işletmeyi döviz riskinden korumayı amaçlarken, alacak sigortası hizmeti ile de ihracatçı işletmeye daha güvenli bir yol göstermektedir. Banka, finansman desteğinin yanı sıra ihracatın gerçekleştirilmesine yönelik bir takım destekler de vermektedir. Bunlar; ihraç mallarının sigortalanması, ihraç mal çeşitliliği desteği, uluslararası pazar ar-ge desteği, rekabet desteğidir. Şekil 2.1.'de Eximbank'ın 2003-2019 yılları arasında vermiş olduğu kredi desteği yer almaktadır 2011 yılı itibariyle kullandırılan kredi miktarında artış görülmektedir. 2017 yılında 23,9 milyar USD, 2019 yılında ise 26,7 milyar USD olmuştur (Eximbank, 2020).



Şekil 2.1. Eximbank İhracat Kredi Desteğinin Yıllara Göre Dağılımı (Eximbank, 2020).

İhracatçı Birlikleri: Dış ticarete haiz olan gerçek ve tüzel kişi işletmelerin sorunlarına çözüm önerileri geliştiren, gümrük beyannamelerini onaylayan kuruluşlardır. İhracatçı Birlikleri aynı zamanda Türkiye İhracatçılar Meclisi koordinesinde hareket ederek ihracata konu olan ürünlerin pazara ulaştırılması konusunda destek sağlayan kuruluş olarak da faaliyet yürütür. Türkiye İhracatçılar Meclisi bünyesinde faaliyetlerini yürüten birlikler toplamda yirmi yedi farklı sektörde seksen beş bin mal, beş bin hizmet olmak üzere toplamda doksan bin ihracatçıya destek vermektedir (TİM, 2020).

Ticaret ve Sanayi Odaları: Dış ticaret konusunda üyelerinin taleplerini ilgili kurumlara yönlendirerek üyelerine rehberlik hizmeti sunarlar. Bununla birlikte üyelerine bir takım belgeler düzenleyerek ihracat işlemlerinin daha kolay şekilde yürütülmesine yardım eder (TOBB, 2020).

KOSGEB: Kuruluş amacı KOBİ'lerin ihtiyaçlarını karşılamak olan kurum, yurt dışı destek programının yürürlüğe girmesiyle birlikte, KOBİ'lerin, yurt dışı pazar paylarını arttırmak, uluslararası rekabetin aktörleri haline getirmek, ihracata ve e-ticarete başlayan KOBİ sayısını arttırmak amacıyla pazara giriş destekleri sunmaya başlamıştır (KOSGEB,2020).

TÜBİTAK: TÜBİTAK, 1507 kodlu TÜBİTAK KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı kapsamında KOBİ'lere kurumsal, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) nitelikli ve yenilikçi faaliyetler yapmaya özendirilmesi için destek sunmaktadır. Projelere program kapsamında sağlanacak desteklerle KOBİ'lerin, teknoloji ve yenilik kapasitelerinin geliştirilerek daha rekabetçi olmaları, sistematik proje yapabilmeleri, katma değeri yüksek ürün geliştirebilmeleri, kurumsal araştırma teknoloji geliştirme kültürüne sahip olmaları, ulusal ve uluslararası destek programlarında daha etkin yer almaları hedeflenmektedir (TÜBİTAK, 2020).

KOBİ'lere ihracat işlemlerinde yardımcı olan sivil toplum kuruluşları (STK) ve özel kurumlar da vardır. Bu kurumlar dış ticaret şirketlerine finansman, rehberlik, lobi ve aracılık hizmetleri, eğitim gibi alanlarda destek hizmet sunmaktadır. İş insanı dernekleri, vakıflar, özel bankalar, lojistik işletmeleri, sigorta, gümrükleme, gözetim işletmeleri bu kurumlara örnek olarak verilebilir.



3. İHRACATLA İLGİLİ KAVRAMLAR

Dış ticaret, ülkeler ve işletmeler açısından büyümenin en önemli faktörlerinden birisidir. Özellikle ihracat uluslararasılaşmanın en önemli unsurudur (Altıntaş ve Tanrıverdi, 2019, s.294). İhracat, ülkelerin ürettiği mal ve hizmetleri diğer ülkelere satması olarak tanımlanmaktadır (Şaşmaz ve Karamıklı, 2018, s.2843). Bu sayede elde edilen döviz geliri ile ülkeler kendi ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ülkelerin refah düzeyinin artması ekonomik gelişmişliği sağlaması ve rekabet düzeyini geliştirmesi için ihracat önemli bir faktördür (Pirtini ve Melemen, 2004, s.38).

İhracat yapan işletmeler ihracatı genelde iki şekilde yapmaktadır. İhracatla ilgili deneyimi ve bilgisi olmayan işletmeler, yurt içindeki aracı bir işletme sayesinde mal ve hizmetlerini sattıkları zaman dolaylı ihracat yapmış olur. Dolaylı ihracat yapan işletmeler yurt dışı pazarlara ilişkin kısıtlı bilgilere sahip olmaktadır. Hedef pazar ile doğrudan yapılmayan bu uygulama, işletmelerin strateji belirlemelerinde zorluk çıkarmaktadır. Ayrıca, elde edilen satış gelirleri daha kısıtlı olmaktadır. Bu tarz olumsuzluklarına karşın, dolaylı ihracat yapan işletmeler yurt dışında müşteri arayışı içine girmemekte ve doğacak maliyetlerden kurtulmaktadır (Karakoca, 2019, s.36).

Dolaysız ihracat ise, işletmelerin aracı kullanmadan başka ülkelere mal ve hizmet satmalarıdır. Dolaysız ihracat yapan işletmelerin de karşılaştıkları sorunlar ve edindikleri kazanımlar bulunmaktadır. İşletmelerin dolaysız ihracat yapabilmek için örgütlenmeleri, ihracat maliyetini arttırmakla beraber pazarlama riskini de yükseltmektedir. Bununla beraber elde edebilecekleri yüksek karlılık ve tüm süreçlere hâkim olma durumları dolaysız ihracatı işletmeler için cazip hale getirmektedir (Canitez, 2004, s.76).

3.1. İhracat Çeşitleri

Her ülkenin kendi mevzuat çerçevesi ve uygulamaları kapsamında farklı ihracat tanımlamaları ve türleri olabilmektedir. Türkiye’de de ihracat türleri 2006/06 İhracat Yönetmeliği ile düzenlenmiştir. Bu yönetmeliğe göre ihracat türleri aşağıda belirtilmiştir (İhracat Yönetmeliği, 2006).

- Özellik Arz Etmeyen İhracat
- Kayda Bağlı İhracat
- Kredili İhracat
- Konsinye İhracat
- İthal Edilmiş Malların İhracı
- Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat
- Bağlı Muamele veya Takas Yoluyla Yapılacak İhracat
- Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracat
- Transit Ticaret

- Bedelsiz İhracat
- Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım

Özellik Arz Etmeyen İhracat: Herhangi bir şekilde kanunlar, anlaşmalar vb. kararlar kapsamında ihracı yasaklanmış olan mallar grubunda yer almayan malların ihraç edilmesi özellik arz etmeyen ihracat olarak nitelendirilmektedir. Bu ihracat türünde ihracatçıların, gümrük beyannamelerini İhracatçı Birliklerine onaylatmaları ve ilgili Gümrük İdaresine müracaat etmeleri yeterlidir (Şahin,2003, s.64).

Kayda Bağlı İhracat: İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ içeriğinde belirlenen kayda bağlı mallar listesinde yer alan malların ihraç edilmesidir. Bu ihracat türüne göre, gümrük beyannameleri İhracatçı Birliklerine sunulduktan sonra, onay alındığı tarihten itibaren 30 günlük süre içerisinde gümrük idarelerine sunulur ve ihracat gerçekleştirilir (Paçaman, 2010, s.29).

Kredili İhracat: İki ve çok taraflı kredi anlaşmaları dışında kalmak kaydı ile ihracat bedelinin kambiyo mevzuatında öngörülen süreleri aşacak şekilde yurda getirilmesine imkân tanıyan ihracat şeklidir. Kredili ihracat talepleri ile ilgili müracaatlar mal cinsi, ödeme planı ve ödeme süresini içeren satış sözleşmesinin aslı ve Türkçe tercümesi ile birlikte İhracatçı Birliklerine yapılır. Kredili ihracat taleplerinin uygun görülmesi halinde İhracatçı Birliklerince gümrük beyannamesi üzerine kredili ihracat meşruhatı düşülerek onaylanır. Fiili ihraç tarihinde başlayan kredili ihraç süresi dayanıksız tüketim mallarında iki yılı, diğer mallarda beş yılı geçemez (İhracat Yönetmeliği, 2006).

Konsinye İhracat: Bu ihracat türünde ihraç ürününün kesin satışının daha sonra yapılmak üzere dış alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurt dışındaki şube veya temsilciliklerine mal gönderilmesi sağlanır. Konsinye ihracat ile ilgili İhracatçı Birliklerine yapılan başvuru, malların durumuna göre Müsteşarlıkça veya İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince sonuçlandırılır. İhracatçı Birliklerince onaylanan mallara ilişkin gümrük beyannameleri 30 gün içerisinde ilgili Gümrük İdarelerine bildirilir. Malların ihraç tarihinden itibaren 1 yıl içerisinde kesin satışının yapılması gerekmektedir. Ayrıca ihracatçı, kesin satışını yapılmasını müteakiben 30 gün içerisinde kendileri tarafından kesilen satış faturası örneği ve diğer ilgili belgeleri ilgili İhracatçı Birliği Genel Sekreterliğine bildirmekle mükelleftir (www.tim.org.tr).

İthal Edilmiş Malların İhracatı: İhracatı gerçekleşmiş, vergileri ödenmiş malların ihracı özellik arz etmeyen malların ihracatı kapsamında gerçekleştirilir. Bu ihraç türünde teşvik ve KDV istisnalarından yararlanılamaz (www.tim.org.tr).

Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat: Serbest Bölgeler, fiziki olarak kurulduğu ülke sınırları içerisinde olmasına rağmen, yapılan ekonomik uygulamalar ve devlet teşvikleri ülkede yürürlükte olan uygulamalara göre farklılık gösterebilmektedir. Bu tür ihracatlar, ihracat mevzuatı hükümlerine göre

yapılmaktadır. Serbest Bölgelerde uygulanan bazı teşvikler ve sağlanan avantajlar şu şekildedir (Dündar, 2006, s.9).

- ✓ Vergi, resim, harç, gümrük ve kambiyo mükellefiyetlerine dair mevzuat hükümleri uygulanmamaktadır.
- ✓ Türkiye ile Serbest Bölgeler arasında yapılan ticarette dış ticaret rejimi hükümleri uygulanmaktadır.
- ✓ Serbest Bölgede mallar süre sınırı olmadan kalabilmektedir.
- ✓ Faaliyetlerle ilgili her türlü ödemeler döviz olarak yapılmaktadır.
- ✓ Serbest Bölge altyapısı gelişmiş ülke standartlarındadır.

Ticari Kiralama Yolu ile İhracat: Bu yöntemle yapılan ihracat ile mal belirli bir süre geçici olarak bir bedel karşılığında yurt dışına çıkarılmaktadır. Üyesi olunan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine yapılan başvurunun uygun bulunması neticesinde fiili ihraç tarihinden itibaren 1 yıllık süre içerisinde Ticari Kiralama Yöntemi ile ihracata izin verilir. Bu süre, bitim tarihinden önce başvuru yapılmak şartı ile 1 yıl daha uzatılabilir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2019).

Transit Ticaret: Alış ve satış fiyatı üzerinde lehte fark olması durumunda, ihraç edilmek üzere ithal edilmiş veya yerli malı bir ürünün ithalat ve ihracat rejimleri hükümlerine bağlı olmaksızın ihracatının gerçekleşmesi işlemidir. Transit ticaret talepleri bankalara yapılmaktadır (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2019).

Bedelsiz İhracat: Bu ihracat türü ile ülkeye yurt dışından herhangi bir bedel getirilmemektedir. 2011 yılında T.C. Ekonomi Bakanlığı kurulmadan önce faaliyette bulunan Dış Ticaret Müsteşarlığının Bedelsiz İhracata İlişkin Tebliği ile bedelsiz olarak ihraç edilebilecek mallar aşağıda listelenmiştir (Bedelsiz İhracata İlişkin Tebliğ, 2008).

a) Gerçek veya tüzel kişiler tarafından götürülen veya gönderilen hediyeler, miktarı ticari teamüllere uygun numuneler ile reklam ve tanıtım malları, yeniden kullanıma veya geri dönüşüme konu ithal edilmiş mal ve ambalaj malzemeleri,

b) Daha önce usulüne uygun olarak ihraç edilmiş malların bedelsiz gönderilmesi ticari örf ve adetlere uygun parçaları, fireleri ile garantili olarak ihraç edilen malların garanti süresi içinde yenilenmesi gereken parçaları,

c) Yabancı misyon mensuplarının, Türkiye'de çalışan yabancıların, yurt dışına hane nakli suretiyle gidecek Türk vatandaşlarının, daimi veya geçici görevle yurt dışına giden kamu görevlilerinin, bu durumlarının ilgili mercilerce belgelenmesi şartıyla, beraberlerinde götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek mal ve taşıtlar,

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

d) Kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler ve üniversitelerin; görevleri veya anlaşmalar gereği gönderecekleri mal ve taşıtlar,

e) Savaş, deprem, sel, salgın hastalık, kıtlık ve benzeri afet durumlarında; kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler, üniversiteler, Kızılay ile kamu yararına çalışan dernek ve vakıfların gönderecekleri insani yardım malzemeleri.

Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım: Uluslararası ticari fuarlara ve sergilere, gerek ülkemizi temsilen ulusal düzeyde gerekse bireysel olarak katılacak işletme ve kuruluşlarca yurt dışına gönderilecek bedelli veya bedelsiz mallar ile yurt dışında düzenlenecek bilim, sanat, kültür veya tanıtım amaçlı fuar/sergi, konferans, seminer gibi etkinliklere kişi veya kuruluşlarca gönderilecek bedelli veya bedelsiz malların yurt dışına çıkışıyla ilgili başvurular doğrudan ilgili gümrük idarelerine yapılır. Gümrük idareleri söz konusu malların yurt dışına çıkışı için yapılan talepleri ilgili mevzuat çerçevesinde inceleyip sonuçlandırır (İhracat Yönetmeliği, 2006).

3.2. Türkiye’de Cumhuriyet Sonrası İhracatın Gelişimi

1. Dünya Savaşı ve Kurutuluş Savaşı’ndan çıkmış olan Türkiye ekonomisi birçok sorunla karşı karşıya kalmıştır. 1923-1930 yılları arasında ülkede ekonomik düzene hâkim yabancı sermayenin ülkeyi terk etmesi, ulaşım alt yapısında yaşanan sorunlar, yeterli sermaye birikiminin olmaması, nitelikli iş gücü eksikliği vb. sorunlar ülke ekonomisini olumsuz etkilemiştir. Ülkede yeterli sermayenin olmaması yerli girişimleri engellemiş, ülkenin içinde bulunduğu olumsuz ekonomik koşullar ise yabancı sermayenin ülkeye girişini zorlaştırmıştır. Ülkenin ekonomik durumunu değerlendirme amacı ile 1923 yılında toplanan İzmir İktisat Kongresi ile çiftçi, tüccar, sanayici ve işçilerin durumları ele alınmış ve yabancı sermayenin ülkeye gelmesi için gerekli çalışmaların yapılması hamlesi başlatılmıştır (Savrul vd., 2013, s.61).

Tablo 3.1. Dış Ticaret Göstergeleri (1923-1929) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1923-1929 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat/ithalat Karşılama Oranı
1923	50 790		86 872		- 36 082	137 662	58,5
1924	82 435	62,3	100 462	15,6	- 18 027	182 897	82,1
1925	102 700	24,6	128 953	28,4	- 26 253	231 653	79,6
1926	96 437	-6,1	121 411	-5,8	- 24 974	217 848	79,4

1927	80 749	-16,3	107 752	-11,3	- 27 003	188 501	74,9
1928	88 278	9,3	113 710	5,5	- 25 432	201 988	77,6
1929	74 827	-15,2	123 558	8,7	- 48 731	198 385	60,6

1930 yılına kadar sürdürülen liberal ekonomi politikaları, sermaye yetersizliği, teknik bilgi eksikliği ve 1929 yılında dünya genelinde yaşanan ekonomik buhrandan dolayı istenilen başarıyı gösterememiştir. Tabloda görüleceği üzere 1929 yılında yaklaşık 75 milyon dolar ihracat yapılmışken, yapılan ithalat miktarı ise yaklaşık 124 milyon dolar olmuştur. Bu nedenle 1930 yılından itibaren dışa bağımlılığı azaltacak ekonomi politikaları geliştirilmeye başlanmıştır. Bu dönem için sektörel faaliyetler incelendiğinde tarım ürünleri ihracatında artış olduğu görülmektedir (Özdemir, vd., 2016, s.152).

1923-1929 yılları arasında, savaş koşullarının ortadan kalması ile savaşan erkeklerin tekrardan toprak işleri ile ilgilenmeye başlaması ve tarıma dönük olumlu politikaların vergi ve fiyatlandırma konusunda çiftçilerin lehine faaliyetlerde bulunulması sonucunda tarımsal üretimde ciddi bir artış yaşanmıştır. Bu dönemin ilk yıllarında buğday üretimi yıllık 1 milyon tonun altında iken, 1928-1929 yılları ortalaması 2 milyon tona çıkmıştır (Boratav, 2003, s.51).

1929 yılına kadar ekonomide uygulanan liberal politika, 1928 yılında Osmanlı İmparatorluğunun borçlarının ödenmesi ve 1929 yılı büyük buhranın etkisi ile özel girişimin devlet teşvikleri ile kalkınamayacağı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Dünya pazarlarında tahıl fiyatlarının düşmesi sonucu, Türkiye'nin ihracat geliri azalmış ve buna bağlı olarak devletin ekonomiye daha fazla müdahale ettiği ve daha korumacı olduğu bir döneme girilmiştir (Özçelik ve Tuncer, 2007, s.255).

Devletçilik ilkesinin her alanda etkisini gösterdiği 1930-1938 döneminde Merkez Bankası kurulmuş, Türk Parasının Değerini Koruma Kanunu çıkarılmış, sanayi ve tarımda devlet her alanda öncülük etmiştir (Koçtürk ve Gölalan, 2010, s.57-58). Bu dönemde çıkarılan gümrük kanunu ile devlet ithalata her koşulda müdahale edebilmiştir. Dikkat çeken en önemli konulardan biri ise Almanya ile dış ticarete yapılan işlemlerdir. Almanya ile yapılan ithalat 1933'te %25 iken, 1935-1938 yıllar arasında %46'ya çıkmış İhracat ise aynı dönemler için %15'ten %44'e yükselmiştir. (Durmuş ve Aydemir, 2016, s.166).

Mustafa Kemal Atatürk'ün ölümüne kadar olan süre 2 dönem olarak incelendiğinde, 1929 yılına kadar olan süreçte istenen ekonomik gelişmenin gerçekleştirilemediği görülmektedir. Ülkenin mevcut durumunun (yerli sermaye olmaması, teknik bilgi ve nitelikli iş gücü eksikliği vb.) liberal ekonomiye geçişte sorunlar yaratması, Lozan Barış Anlaşmasında, gümrük tarifelerinin 24.08.1928 tarihine kadar 1916 düzeyinde kalması şeklinde karar alınması, ülkeyi ithal mallara açık bir hale getirmiştir (Özel, 2002, s.241). İthalat kolaylığı yüzünden Avrupa menşeli malların kullanımı büyük kentlerde çok hızlı şekilde artmıştır. Tablo 3.1' de görüleceği üzere 1923-1929 yılları arasında ithalat

ihracattan daha fazla gerçekleşmiş olup, 1929'da ihracatın ithalatı karşılama oranı % 60,6 ile en düşük seviyeye inmiştir

Sanayileşmenin ekonomi içerisinde daha fazla yer edinmesini ve daha planlı hale getirilmesi amacı ile 1933'te sanayileşme programı hazırlanmış ve bu program doğrultusunda 1934 yılında Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı başlatılmıştır (Ezer, 2005, s.3). Bu plan sadece sanayi sektörünü kapsamıştır. Tarım ve hizmet sektörü plana dâhil edilmemiştir. Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı ile ana hammaddeyi ülkede yetişen veya üretilen, hızlıca temini mümkün olan sanayi sektörleri hedef alınmıştır. Bu planlama doğrultusunda, dokuma, maden, kâğıt, kimya ve taş-toprak sektörlerinde 23 fabrika kurulması amaçlanmıştır (Yücel, 2015, s.36-37). Bu fabrikaların kurulması için gerekli sermaye ise yine bu dönemlerde kurulan Sümerbank ve İş Bankası tarafından temin edilecekti. Bu durum devletçilik ilkesinin etkin bir şekilde uygulandığını göstermektedir. Yapılan bu planlamalar neticesinde Tablo 3.2' de görüleceği üzere 1933 yılından itibaren ihracat sürekli olarak artış göstermiştir. 1939 yılına kadar, 1938 yılı hariç ihracat ithalattan daha fazla olmuştur. 1936'da yılından sonra Birinci Beş Yıllık Sanayi Planının süresi dolmadan İkinci Beş Yıllık Sanayi planı için çalışmalar yapılmaya başlanmış olsa da 2. Dünya Savaşı nedeni ile uygulamaya konulamamıştır (Özçelik ve Tuncer, 2007, s.261).

1923-1939 yılları arasında gerçekleştirilen bazı ekonomik faaliyetler aşağıda listelenmiştir.

- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası kuruldu.
- Türk Parasının Kıymetini koruma kanunu çıkarıldı.
- Sümerbank, Etibank, Denizbank, Belediyeler Bankası, Türkiye Halk Bankası, T.C. Ziraat Bankası, Türk Ticaret Bankası kuruldu.
- Toprak Mahsulleri Ofisi kuruldu.
- Maden Tetkik Arama Enstitüsü kuruldu.

Tablo 3.2. Dış Ticaret Göstergeleri (1930-1939)(TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1930-1939 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat/ithalat Karşılama Oranı
1930	71 380	-4,6	69 540	-43,7	1 840	140 920	102,6
1931	60 226	-15,6	59 935	-13,8	291	120 161	100,5
1932	47 972	-20,3	40 718	-32,1	7 254	88 690	117,8
1933	58 065	21,0	45 091	10,7	12 974	103 156	128,8
1934	73 007	25,7	68 761	52,5	4 246	141 768	106,2
1935	76 232	4,4	70 635	2,7	5 597	146 867	107,9
1936	93 670	22,9	73 619	4,2	20 051	167 289	127,2
1937	109 225	16,6	90 540	23,0	18 685	199 765	120,6
1938	115 019	5,3	118 899	31,3	- 3 880	233 918	96,7
1939	99 647	-13,4	92 498	-22,2	7 149	192 145	107,7

1940 yılından 1946 yılına kadar 2. Dünya Savaşı' na girmemesine rağmen savaş ekonomisinin uygulandığı ve 1950 yılına kadar etkisinin devam ettiği bir döneme girilmiştir (Tekerek, 2012, s.24). 1930 yılından itibaren uygulanan ekonomi politikaları ile azalan ithalat, savaş dönemine girildiğinde yarı yarıya azalmış, savaş döneminde de yapılan ihracat ithalattan daha fazla olmuştur. Bu durum, ulusal koşullardan daha çok uluslararası şartlardan ileri gelmiştir. Türkiye savaşa girmemesine rağmen, sürekli savaşa girecek bir pozisyon içinde hazır bulunması, erkeklerin silah altına alınması, tarımsal üretim ve tarım ürünleri ihracatını sektöre uğratmıştır (Dokuyan, 2014, s.26). 2. Dünya Savaşı sonrasında ekonomik gelişmelerin tekrar hızlanması neticesinde dış ticaret hacminde bir artış gerçekleşmiştir. Bütün olumsuz koşullara karşın 1930 yılından 1950 yılına kadar dış ticaret hacmi 4 kat artmıştır (Özdemir, vd., 2016, s.154).

Aşırı değerlenen Türk lirası için 1946 yılında devalüasyon uygulanmış ve Türk lirası dolar karşısında % 166 değer kaybına uğramıştır (Şanlı, 1998, 187). Ancak devletin gelir elde etmek amacı ile ihracat üzerine vergi getirmesi, ihracatın hem fiziksel olarak hem de ekonomik olarak düşmesine neden olmuştur (Sezgin, 2009, s. 177).

Tablo 3.3.Dış Ticaret Göstergeleri (1940-1950) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1940-1950 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat/ithalat Karşılama Oranı
1940	80 904	-18,8	50 035	-45,9	30 869	130 939	161,7
1941	91 056	12,5	55 349	10,6	35 707	146 405	164,5
1942	126 115	38,5	112 879	103,9	13 236	238 994	111,7
1943	196 734	56,0	155 340	37,6	41 394	352 074	126,6
1944	177 952	-9,5	126 230	-18,7	51 722	304 182	141,0
1945	168 264	-5,4	96 969	-23,2	71 295	265 233	173,5
1946	214 580	27,5	118 889	22,6	95 691	333 469	180,5
1947	223 301	4,1	244 644	105,8	- 21 343	467 945	91,3
1948	196 799	-11,9	275 053	12,4	- 78 254	471 852	71,5
1949	247 825	25,9	290 220	5,5	- 42 395	538 045	85,4
1950	263 424	6,3	285 664	-1,6	- 22 240	549 088	92,2

1950-1960 dönemi ekonomide 2. liberal dönem olarak geçmektedir. 2. Dünya Savaşı' ndan sonra Türkiye, ekonomik sorunların artmasından dolayı Uluslararası Para Fonu (IMF)' a üye olmuştur (Alpagu, 2001, s.78) Ekonominin dışa açık hale gelmesi ve Türk lirasının değerinde yaşanan düşüş, sürekli olarak dış ticaret açığının artmasına sebep olmuştur. Bu nedenle 1956 yılında Koruma Yasasının tekrardan yürürlüğe girmesi iç ve dış ticarete fiyat kontrollerine gidilmiştir (Kanca, 2012,

s.59). Sanayi imalatının ithal ürünlere bağlı olması ve ithalatın azaltılmasına dönük tedbirlerinin devam ettirilmesi sanayi imalatında bir daralmaya sebep olmuştur (Savrul vd., 2013, s.67).

Bu dönemin ekonomi politikaları sonucu, tarımda makineleşme anlamında icraatlar yapılmış ve ürün fiyatlarının desteklenmesi ile tarım sektörü köklü değişimlere uğramıştır. Yerli üretim için özel sektöründe katkısı amaçlanmıştır. Ekonominin dışa açılması sonucunda 1950’de yaklaşık 22 milyon dolar olan dış ticaret açığı Tablo 3.4’te görüldüğü üzere 193 milyon dolara ulaşmıştır.

Tablo 3.4. incelendiğinde 1953 yılında 396 milyon dolar düzeyinde olan ihracat, 1960 yılına kadar bu seviyelere bir daha ulaşamamıştır. Buna karşılık ise bu dönemlerde ithalatın genel olarak daha yüksek bir seviyede olduğu görülmektedir.

Tablo 3.4. Dış Ticaret Göstergeleri (1951-1960) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1951-1960 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat/ithalat Karşılama Oranı
1951	314 082	19,2	402 086	40,8	- 88 004	716 168	78,1
1952	362 914	15,5	555 920	38,3	- 193 006	918 834	65,3
1953	396 061	9,1	532 533	-4,2	- 136 472	928 594	74,4
1954	334 924	-15,4	478 359	-10,2	- 143 435	813 283	70,0
1955	313 346	-6,4	497 637	4,0	- 184 291	810 983	63,0
1956	304 990	-2,7	407 340	-18,1	- 102 350	712 330	74,9
1957	345 217	13,2	397 125	-2,5	- 51 908	742 342	86,9
1958	247 271	-28,4	315 098	-20,7	- 67 827	562 369	78,5
1959	353 799	43,1	469 982	49,2	- 116 183	823 781	75,3
1960	320 731	-9,3	468 186	-0,4	- 147 455	788 917	68,5

Türkiye küreselleşen ekonomik düzene daha fazla uyum sağlamak, siyasi, askeri ve sosyo-kültürel anlamda gelişim sağlama için 1959 yılında Avrupa Ekonomi Topluluğuna (AET) üyelik başvurusunda bulunmuştur (Doğan, 2015, s.1). Bu başvurunun amacı, AET ülkeleri ile yeni ticari ilişkiler kurma ve bu sayede ticaret hacmini artırmaktır. AET ise tam üyelik süreci sonuçlanıncaya kadar, Türkiye ile ekonomik ve ticari alanda bazı anlaşmaların yapılması kararını almıştır. Yine aynı dönemde, 1961 yılında IMF’den ilk borç alınmıştır (Özdemir, vd.,2016, s.154).

1960’tan 1980 yılına kadar olan dönem planlı kalkınma ve sanayileşme dönemi olarak adlandırılabilir (Takım, 2011, s.155). Bu dönemin en önemli özelliği sanayinin her alanında hızlı

kalkınması ve sanayinin ekonomi içindeki ağırlığının artırılması üzerine kurulu olması idi. Bu sanayileşme hamlesi aynı zamanda kamunun alt yapı, yol, ulaşım, haberleşme ve enerji gibi alanlarda yatırım yapmasını sağlamıştır. Sanayileşmenin etkisi ile 1950 yılında tarımsal ürünlerin ihracattaki payı % 90' ın üzerinde iken, 1980 yılında bu oran % 57' ye kadar düşmüştür. Sanayi sektörünün payı ise % 36' ya kadar ulaşmıştır (Özdemir, vd.,2016, s.160). Bu sanayileşme süreci, ihracatı olduğu kadar ithalatı da değiştirmiştir. Daha önceleri ithalat daha çok tüketim ürünleri üzerine yoğunlaşmışken, sanayileşmenin etkisi ile bu dönemde hammadde üzerine yoğunlaşmıştır. Bu da hem ithalatın yüksek seviyelerde kalmasını sağlamış, hem de dış ticaret açığını sürekli yüksek tutmuştur. İhracatın ithalatı karşılama oranı 1960 yılında % 69 iken 1980 yılına gelindiğinde % 37' ye düşmüştür (www.kisi.deu.edu.tr). 1970 yılında yapılan devalüasyon, ihraç edilmeyen milli ürünlerin ihraç edilmesini, yurt dışında yaşayan vatandaşların ülkeye para getirmesine, ülkenin turizm gelirlerinin artmasına bir miktar katkı vermiş olsa da istenilen ekonomik iyileşmeyi tam olarak sağlayamamış ve dış ticaret açığı büyümeye devam etmiştir (Çelebi, 2001, s.61).

Bu dönemde yaşanan siyasi istikrarsızlığın da dış ticaret işlemlerinde dengesizlik yaşanmasına ve ekonomi politikalarının istenilen başarıya ulaşamamasına etkisi olmuştur. Aynı şekilde sanayileşmenin sonucunda yaşanan enerji ihtiyaçları ve 1973-1974 yıllarında dünyada yaşanan petrol şoklarının da etkisi ile ithalat sürekli olarak artmıştır (Öztürk ve Özyakışır, 2005, s.3). Tablo 3.5. incelendiğinde petrol şoklarının yaşandığı 1974 yılında ihracat bir önceki yıla göre % 16 düzeyinde artmasına rağmen ithalat bir önceki yıla göre % 81 düzeyinde artış göstermiştir. 1961-1980 yılları arasındaki 20 yıllık dönem de en yüksek artış 1974 yılında olmuştur. 1980' e kadar takip eden yıllarda da genel olarak ithalattaki artış oranı ihracattaki artış oranından daha fazla olmuş ve ihracatın, ithalatı karşılama oranı bu dönemde sürekli % 50'nin altında kalmıştır.

Tablo 3.5. Dış Ticaret Göstergeleri (1961-1980) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1961-1980 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat /İthalat Karşılama Oranı
1961	346 740	8,1	507 205	8,3	- 160 465	853 945	68,4
1962	381 197	9,9	619 447	22,1	- 238 250	1 000 644	61,5
1963	368 087	-3,4	687 616	11,0	- 319 529	1 055 703	53,5
1964	410 771	11,6	537 229	-21,9	- 126 458	948 000	76,5
1965	463 738	12,9	571 953	6,5	- 108 215	1 035 691	81,1
1966	490 508	5,8	718 269	25,6	- 227 761	1 208 777	68,3
1967	522 334	6,5	684 669	-4,7	- 162 335	1 207 003	76,3

1968	496 419	-5,0	763 659	11,5	- 267 240	1 260 078	65,0
1969	536 834	8,1	801 236	4,9	- 264 403	1 338 070	67,0
1970	588 476	9,6	947 604	18,3	- 359 128	1 536 081	62,1
1971	676 602	15,0	1 170 840	23,6	- 494 239	1 847 442	57,8
1972	884 969	30,8	1 562 550	33,5	- 677 581	2 447 519	56,6
1973	1 317 083	48,8	2 086 216	33,5	- 769 133	3 403 299	63,1
1974	1 532 182	16,3	3 777 501	81,1	-2 245 319	5 309 683	40,6
1975	1 401 075	-8,6	4 738 558	25,4	-3 337 483	6 139 633	29,6
1976	1 960 214	39,9	5 128 647	8,2	-3 168 433	7 088 862	38,2
1977	1 753 026	-10,6	5 796 278	13,0	-4 043 252	7 549 304	30,2
1978	2 288 163	30,5	4 599 025	-20,7	-2 310 862	6 887 187	49,8
1979	2 261 195	-1,2	5 069 432	10,2	-2 808 236	7 330 627	44,6
1980	2 910 122	28,7	7 909 364	56,0	-4 999 242	10 819 486	36,8

1960-1980 dönemi ithalat yerine ithal ikamesi yöntemine dayanan sanayileşmeyi amaçlamaktadır (Beylan, 2011, s.98). Bu strateji ile yurt dışında üretilen ürünlerin Türkiye’de üretilmesi amaçlanmıştır. Ancak, üretilmek istenen ürünlerin hammaddelerinin yüksek miktarlarda ithal ediliyor olması ithalat miktarını da aynı düzeyde arttırmaktaydı (Egeli, 2001, s.157). Ayrıca serbest piyasada resmi döviz fiyatının, yabancı paraların değerlerinin altında belirlenmesi ihracatı engellemekte ve ithalatı özendirilmekteydi (Demirbaş, 2003, s.235).

2. Dünya Savaşı’ndan sonra ekonomide yaşanan küreselleşmeye ayak uydurabilmek adına bir takım kararlar alınmıştır. 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlar doğrultusunda, öncelikli olarak enflasyonla mücadele, ihracatın artırılarak dış ticaretin dengelenmesi amaçlanmıştır (Karaçor ve Alptekin, 2006, s.308). Alınan tedbirlerin de etkisi ile dış ticaret hacminde artışlar yaşanmış ve Tablo 3.6’da görüleceği üzere 1981 yılından itibaren ihracatın ithalatı karşılama oranında artış gözlenmiştir. 1988 yılına gelindiğinde ise ihracat önceki yıllara göre en yüksek seviyeye ulaşmış ve ithalatı karşılama oranı %81,4’ e ulaşmıştır

Tablo 3.6. Dış Ticaret Göstergeleri (1981-1990) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1981-1990 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat /ithalat Karşılama Oranı
1981	4 702 934	61,6	8 933 374	12,9	-4 230 439	13 636 308	52,6

1982	5 745 973	22,2	8 842 665	-1,0	-3 096 692	14 588 639	65,0
1983	5 727 834	-0,3	9 235 002	4,4	-3 507 168	14 962 836	62,0
1984	7 133 604	24,5	10 757 032	16,5	-3 623 429	17 890 636	66,3
1985	7 958 010	11,6	11 343 376	5,5	-3 385 367	19 301 386	70,2
1986	7 456 726	-6,3	11 104 771	-2,1	-3 648 046	18 561 497	67,1
1987	10 190 049	36,7	14 157 807	27,5	-3 967 757	24 347 856	72,0
1988	11 662 024	14,4	14 335 398	1,3	-2 673 374	25 997 422	81,4
1989	11 624 692	-0,3	15 792 143	10,2	-4 167 451	27 416 835	73,6
1990	12 959 288	11,5	22 302 126	41,2	-9 342 838	35 261 413	58,1

1990'lı yılların başında dünya ekonomisinde yaşanan durgunluk ve bölgemizde gerçekleşen “Körfez Sorunu” Türkiye dış ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir. 1993 yılına kadar yapılan ihracat yatay seyirde devam etmiş ve Tablo 3.7.’de görüleceği üzere 3 yıllık sürede ihracat artışı yaklaşık % 12 civarında kalmıştır. Buna karşın aynı dönemde ithalatın % 29 civarında arttığı görülmektedir. Ülke ekonomisini olumsuz etkileyen, yüksek enflasyon, borç stoku vb. iç faktörlerden dolayı 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz neticesinde Türk lirası yüksek oranda değer kaybı yaşamıştır (Turan, 2001, s.63). Türkiye bu krizin ardından, 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütüne üye olmuş, 1996 yılında ise Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliğine gidilmesine karar vermiştir. Ekonomik olarak yaşanan bu gelişmeler Türkiye’nin ihracata dönük devlet destekleri modelinin de değişmesine neden olmuştur. 1980 yılından itibaren işletmelerin ihracat performansı göz önünde bulundurularak yapılan nakdi yardımlar kaldırılmış, uluslararası yükümlülükleri de göz önünde bulundurarak, “İhracata Yönelik Devlet Yardımları” programları uygulanmaya başlanmıştır. Yine bu dönemde KOBİ’leri desteklemeye yönelik olarak KOSGEB kurulmuş ve ihracatın “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri” olarak bilinen çok ortaklı şirketler vasıtası ile yapılması gündeme gelmiştir (Kılıç, 2011, s.27-28).

1990'lı yıllarda iç piyasa talebinin daha fazla kısıtlanamaması dolayısı ile artan iç talep artışı ihracatın önemini azaltmıştır (Doğanlar vd., 2004, s.93). İhracatın ithalatı karşılama oranı bu süreçte sürekli düşük seviyelerde kalmıştır.

Tablo 3.7. Dış Ticaret Göstergeleri (1991-2000) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 1991-2000 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat /ithalat Karşılama Oranı
1991	13 593 462	4,9	21 047 014	-5,6	-7 453 552	34 640 476	64,6

1992	14 714 629	8,2	22 871 055	8,7	-8 156 426	37 585 684	64,3
1993	15 345 067	4,3	29 428 370	28,7	-14 083 303	44 773 436	52,1
1994	18 105 872	18,0	23 270 019	-20,9	-5 164 147	41 375 891	77,8
1995	21 637 041	19,5	35 709 011	53,5	-14 071 970	57 346 052	60,6
1996	23 224 465	7,3	43 626 642	22,2	-20 402 178	66 851 107	53,2
1997	26 261 072	13,1	48 558 721	11,3	-22 297 649	74 819 792	54,1
1998	26 973 952	2,7	45 921 392	-5,4	-18 947 440	72 895 344	58,7
1999	26 587 225	-1,4	40 671 272	-11,4	-14 084 047	67 258 497	65,4
2000	27 774 906	4,5	54 502 821	34,0	-26 727 914	82 277 727	51,0

Tablo 3.8. ‘de görüleceği üzere 2000’ li yılların başında Türkiye’nin ihracatında bir artış görülmektedir. Bu durumun nedeni olarak, Türk lirasının devalüe edilmesi ve ülke içi talepte yaşanan daralma neticesinde işletmelerin krizden çıkabilmek için ihracata yönelmek istemeleri gösterilebilir. Bu doğrultuda Tablo 3.8. incelendiğinde 2001 krizinin etkisinin devam ettirdiği 2003 yılının sonuna kadar ihracatın % 50 seviyesinde artmıştır. Bu durum, iç talebin hala düşük seviyelerde olması, sanayi üretimindeki artış ve iş gücü verimliliğinin artmasından kaynaklanmaktadır. İhracat verilerinde yaşanan bu artış sonucunda, ihracatın 2002 yılında ekonomik büyümeye etkisi % 4.2, 2003 yılında ise % 6.3 olarak gerçekleşmiştir (Kılıç, 2011, s. 28-29).

2003 yılının ikinci yarısından itibaren yaşanan ekonomik gelişmelerin ihracata önemli katkısı olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri Merkez Bankası’nın faiz indirimi uygulaması neticesinde Amerikan doları diğer ülkelerin para birimleri karşısında değer kaybetmiştir. 2003 yılının Mayıs ayında da enflasyonun negatif çıkması sonucunda dolardan, Türk lirasına geçişi hızlandırmıştır. Euro/dolar paritesinde ise ibre euro lehine dönmeye başlamıştır. Yaşanan bu gelişmelerin neticesinde, ihracatı euro birimi üzerinden, imalata dayalı ithalatı da dolar birimi üzerinden gerçekleştiren Türkiye’nin ihracat ve dış ticaret değerleri 2003 yılından itibaren ciddi bir artış göstermiştir (Turan, 2015, s.227).

Bu dönemde alınan ekonomik kararların, uygulamaya konulan kanunların etkisi ve komşu ülkeler ile geliştirilen pozitif ilişkiler ve artan ticaret hacimleri dolayısı ile ihracat Tablo 3.8.’e göre 2008 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %23 oranında artarak, bu döneme kadar ki en yüksek ihracat değeri olan 132 milyar dolara ulaşmıştır. Özellikle, Afrika, Orta Doğu, Uzak Doğu ülkeleri, Latin Amerika ve Çin ile dış ticarete başlayan yakın ilişkiler ihracat ve dış ticaret değerlerinin artmasını sağlamıştır (Babacan, 2011, s.131).

ABD’ de ortaya çıkan Mortgage krizinin daha sonra uluslararası finans krizine dönüşmesi nedeni ile 2008 yılından itibaren ekonomik bir yavaşlama dönemine girilmiştir (Kaderli ve

Küçükaya, 2012, s.86). Türkiye'nin 2009 yılı dış ticaret hacmi bir önceki yıla göre yaklaşık 90 milyar dolar azaldığı aynı şekilde ihracatta da yaklaşık % 22'lik bir azalma yaşandığı ve 102 milyar dolar seviyesine indiği Tablo 3.8.'de görülmektedir. Dış ticaretin bu şekilde daralmasının temel nedeni yaşanan küresel ekonomik krizdir. Dış ticaret açığı ise enerji ithalatından kaynaklanmaktadır. 2010 yılından itibaren 2008 ekonomik krizinin etkileri azalmaya başlamış olmasına rağmen, küresel ekonomik durağanlık Türkiye adına da devam etmiştir. Bu süre zarfında ihracat, Tablo 3.8.'e göre 2013-2015 ve 2016 yıllarında azalmasına rağmen, diğer yıllarda artış göstermiştir. 2013 yılında en yüksek seviyeye ulaşan dış ticaret hacmi, sonraki yıllarda azalmıştır. 2019 yılı verilerine bakıldığında ise, ihracat %2,1 artarak 171 milyar dolar seviyelerine çıkmış, ithalat ise 202 milyar dolar seviyelerinde kalmıştır. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise % 84,6 olmuştur.

Tablo 3.8. Dış Ticaret Göstergeleri (2001-2019) (TÜİK, Yıllara göre dış ticaret, 2001-2019 özel ticaret sistemi)

Yıllar	İhracat (.000 \$)	Değişim (%)	İthalat (.000 \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Dengesi (.000 \$)	Dış Ticaret Hacmi (.000 \$)	İhracat /ithalat Karşılama Oranı
2001	31 334 216	12,8	41 399 083	-24,0	-10 064 867	72 733 299	75,7
2002	36 059 089	15,1	51 553 797	24,5	-15 494 708	87 612 886	69,9
2003	47 252 836	31,0	69 339 692	34,5	-22 086 856	116 592 528	68,1
2004	63 167 153	33,7	97 539 766	40,7	-34 372 613	160 706 919	64,8
2005	73 476 408	16,3	116 774 151	19,7	-43 297 743	190 250 559	62,9
2006	85 534 676	16,4	139 576 174	19,5	-54 041 499	225 110 850	61,3
2007	107 271 750	25,4	170 062 715	21,8	-62 790 965	277 334 464	63,1
2008	132 027 196	23,1	201 963 574	18,8	-69 936 378	333 990 770	65,4
2009	102 142 613	-22,6	140 928 421	-30,2	-38 785 809	243 071 034	72,5
2010	113 883 219	11,5	185 544 332	31,7	-71 661 113	299 427 551	61,4
2011	134 906 869	18,5	240 841 676	29,8	-105 934 807	375 748 545	56,0
2012	152 461 737	13,0	236 545 141	-1,8	-84 083 404	389 006 877	64,5
2013	151 802 637	-0,4	251 661 250	6,4	-99 858 613	403 463 887	60,3
2014	157 610 158	3,8	242 177 117	-3,8	-84 566 959	399 787 275	65,1
2015	143 838 871	-8,7	207 234 359	-14,4	-63 395 487	351 073 230	69,4
2016	142 529 584	-0,9	198 618 235	-4,2	-56 088 651	341 147 819	71,8
2017	156 992 940	10,1	233 799 651	17,7	-76 806 711	390 792 592	67,1

2018	167 920 613	7,0	223 047 094	-4,6	-55 126 481	390 967 708	75,3
2019	171 503 063	2,1	202 705 473	-9,1	-31 202 410	374 208 536	84,6

Dünya Bankası verilerine göre 2019 yılında dünya genelinde yapılan mal ve hizmet ihracatı 24,754 trilyon \$'dır. Türkiye yapmış olduğu 238,501 milyar \$'lık mal ve hizmet ihracatı ile dünya ihracatının %0,96 'lık bir payına sahiptir. Yapılan mal ve hizmet ithalatında ise dünya genelinde 24,266 trilyon \$'lık bir ithalat gerçekleşmiştir. Türkiye 2019 yılında yapmış olduğu 224,665 milyon \$'lık mal ve hizmet ithalatı ile dünya genelinde % 0,93' lük bir paya sahiptir (www.data.worldbank.org).

3.3. Mersin İlinin İhracat Bilgileri

Çalışmanın uygulama kısmının yürütüldüğü Mersin ili, Türkiye ihracatı açısından önemli bir yere sahiptir. Gerek ilden gerçekleştirilen ihracat gerekse hinterlandına sağladığı imkanlar Mersin'i önemli bir dış ticaret şehri kılmaktadır. Limanı, serbest bölgesi, gelişmiş tarım potansiyeli ve Doğu Akdeniz, Doğu Anadolu ve Orta Anadolu ve komşu ülkeler için bir geçiş kapısı konumunda olması nedeniyle dış ticaret için çok büyük avantajlara sahip bir ildir. Doğu Akdeniz Bölgesi Türkiye için stratejik bir öneme sahiptir. Mersin'in GAP bölgesine yakınlığı, bölge ürünlerinin ihracatının ağırlıklı olarak Mersin limanından yapılmasına yol açmaktadır. Ayrıca Türkiye'nin önemli bir sanayi ve tarım bölgesi olan Çukurova'nın Mersin'in de içinde bulunduğu Doğu Akdeniz Bölgesinde olması, Kerkük-Yumurtalık ve planlanan Bakü-Ceyhan petrol boru hatlarının bu bölgede son bulması ve dünya piyasasına sunulması, KKTC' ye yakınlığı gibi nedenler Mersin'in önemini daha da artırmaktadır. Ancak Mersin'in bu konumunu fırsata çevirmesi Mersin'de faaliyet gösteren işletmelerin bu fırsatları iyi değerlendirmesiyle mümkün olacaktır. 2018 yılı itibariyle Mersin ilinde faaliyet gösteren işletmelerin yaptığı toplam ihracat, Mersin hinterlandından yapılan ihracatın ancak %16,9'unu oluşturmaktadır (Tablo 3.9). 2016-2018 yıllarına ait Mersin Gümrüklerinden yapılan ihracat ve Mersin ilinde faaliyet gösteren işletmelerin ihracatı Tablo 3.9' da verilmiştir.

Tablo 3.9. Mersin Gümrüklerinden Yapılan İhracat (1000 USD) (Kaynak:TİM)

	2016	2017	2018
Mersin Gümrük Müdürlüğü	6.571.934	7.490.203	9.666.328
Mersin Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü	464.949	592.388	105.909
Mersin Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü	201.157	216.397	280.967
Mersin Akaryakıt Gümrük Müdürlüğü	142.276	146.836	44.664
Mersin Taşucu Gümrük Müdürlüğü	247.123	287.795	284.604
Toplam	7.627.439	8.733.619	10.382.472

Mersinli firmaların ihracatı	1.494.998	1.529.190	1.759.742
Pay (%)	19.6	17.5	16.9

Mersin, Türkiye'nin en önemli limanlarından birine sahip olması ve içinde bulunduğu bölgenin avantajlarına rağmen, Türkiye ihracatına katkısı bakımından görece düşük bir paya sahiptir. 2016 yılında Mersin ili toplam ihracatı 1.5 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiş olup Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı %1.04'tür. 2016-2018 döneminde il ihracatında önemli bir artış olmasına rağmen ülke ve bölge ihracatına katkısı sınırlı düzeylerde kalmıştır. 2017 yılında 1.505 milyon dolar olarak gerçekleşen il ihracatı, ülke toplam ihracatının %0.95'ini oluşturmaktadır. Tablo 3.10'da yer alan verilere göre 2018 yılında 1.726 milyon dolar olarak gerçekleşen il ihracatı, ülke toplam ihracatının %1.02'ini oluşturduğu görülmektedir. Mersin ili ihracatının 2016-2018 yıllarına ait ihracat bilgileri Tablo 3.10'da verilmiştir.

Tablo 3.10. Mersin İli İhracatının Gelişimi (Milyon USD) (Kaynak: TİM)

	Mersin	Akdeniz Bölgesi	Türkiye	Mersin/Akdeniz %	Mersin/Türkiye %
2016	1.493	7.188	142.529	20.77	1.04
2017	1.505	8.423	156.992	17.87	0.95
2018	1.726	9.610	167.920	17.96	1.02

Mersin ilinin ihracatı ana sektörler itibariyle incelendiğinde, tarım ve ormancılık ve balıkçılık sektörlerinin ağır bastığı görülmektedir. 2016-2018 döneminde tüm sektörlerde artış görülmektedir. Ancak bu yıllar çerçevesinde en fazla artış oranı ve ağırlıklı sektör tarım ve ormancılık olmuştur (Tablo 3.11).

Tablo 3.11. Mersin İhracatının Ana Sektörlere Göre Dağılımı (USD) (Kaynak: TİM)

YIL	Toplam	Tarım ve ormancılık	Balıkçılık	Madencilik ve taşocakçılığı	İmalat	Elektrik, gaz ve su	Toptan ve perakende ticaret	Diğer sosyal, toplumsal ve kişisel hizmetler
2016	1.493.352	674.421	20.396	26.342	770.792	-	1.401	1
2017	1.505.844	675.893	17.138	23.286	786.953	-	2.557	16
2018	1.726.540	826.360	21.070	28.030	846.466	-	4.604	10

Mersin ilinden, 200'den fazla ülkeye ihracat yapılmaktadır. Tablo 3.12'de en çok ihracat yapılan 10 ülke ve bu ülkelerin il ihracat içindeki paylarına yer verilmiştir. Tablo 3.12'ye göre ilk on ülke arasında Irak, %23,7 ile birinci sırada yer almaktadır. Yıllara göre ülke sıralamaları farklılık gösterse de gelişmişlik düzeyleri farklı olan birçok ülkeye ihracat yapılmaktadır. Yine Tablo 3.12'deki veriler incelendiğinde 2016-2018 dönemi ihracat değerlerinde artış olduğu görülmektedir.

Tablo 3.12. Mersin İli İhracatının İlk On Ülkeye Göre Dağılımı (1000 USD) (Kaynak:TİM)

Ülke	2016		Ülke	2017		Ülke	2018	
	1000 USD	Pay %		1000 USD	Pay %		1000 USD	Pay %
Irak	354.316	23,7	Irak	307.011	20,1	Irak	292.729	16,6
Suriye	134298	8,9	Rusya	152.757	9,0	Rusya	169767	9,6
Rusya	97119	6,4	Suriye	104.879	6,8	Suriye	92978	5,2
Almanya	73.729	4,9	Almanya	78.327	5,1	Almanya	84.302	4,7
Ukrayna	44138	2,9	Mısır	40.133	2,6	İsrail	65.414	3,7
KKTC	43.135	2,8	KKTC	39.583	2,5	Mısır	54759	3,1
Lübnan	36683	2,4	Lübnan	39.246	2,5	Ukrayna	52965	2,9
Mısır	34643	2,3	Ukrayna	37.233	2,4	Lübnan	47306	2,6
Arabistan	33820	2,2	Arabistan	34.615	2,2	KKTC	39.817	2,2
İngiltere	29.765	1,9	İran	32.323	2,1	ABD	39.112	2,2
Toplam	881.646	58,4	Toplam	866.107	55,3	Toplam	939.149	52,8
Genel toplam	1.494.998	100,0	Genel toplam	1.529.190	100,0	Genel toplam	1.759.742	100,0

3.3.1. Mersin İhracatında Ülke Yoğunlaşması

Dış ticaret hesaplamalarında ülkelerin ya da sektörlerin ihracat değerleri üzerinde hesaplamalar yapılmaktadır. Ancak, dış ticarete ülke ya da ürün gruplarının ağırlıklarını hesaplayabilmek için kullanılan araç yoğunlaşma hesabıdır. Yoğunlaşma için yaygın olarak iki ölçüt kullanılır. Bunlar; Yoğunlaşma oranı(CR_m) ve Herfindahl (H-I) endeksidir (Özbek ve Fidan 2016).Yoğunlaşma oranı (CR_m), kolayca hesaplanabilmesi nedeniyle, yaygın olarak kullanılan bir yoğunlaşma ölçüsüdür. Yoğunlaşma oranı, belli sayıdaki işletme, ürün, fasıl (sektör) veya ülkenin toplam paylarını ifade eden bir kavramdır. Burada CR1 en büyük birimin payı, CR_m ise m'inci birimin kümülatif payıdır. M değerinin seçilme işlemi tamamen keyfidir. Genellikle yapılan çalışmalarda, CR4, CR8 değerleri hesaplanmaktadır. Birim sayısının az oluşu yoğunlaşmanın artması ve dış ticaretin az sayıdaki birim tarafından kontrol edilmesi anlamına gelir. Herfindahl endeksi, birim sayısı olmak üzere endeks, $1/n \leq H-I \leq 1$ değer aralığında bulunur. Tek bir birim için hesaplandığında indeks değeri 1'dir. Tüm birimler eşit dağılmış ise, endeks en küçük değer olan 1/n bulunur. Endeks, zaman boyutu içerisinde her birimin dağılımdaki paylarının değişikliklerini göstermekle birlikte, tüm dağılımı hesaba kattığı ve birim sayısındaki değişikliklere duyarlı olduğu için iyi bir ölçüttür. Birim sayısı (n) arttıkça H değeri azalmakta veya birimlerin büyüklükleri arasında eşitsizlik arttıkça H

indeksi yükselmektedir. Böylece rekabet ortamı az, yoğunlaşma yüksek olmaktadır (Özbek ve Fidan, 2016, s.147-151).

Çalışmanın bu bölümünde Mersin ilinin ihracat yoğunlaşması incelenecektir. Mersin ili merkezli işletmelerin en çok ihracat yaptığı ülkeler ve bu ülkelerin yoğunlaşma oranları Tablo 3.13 ve Tablo 3.14’de verilmiştir. Tablo 3.13’e göre Mersin ili ihracatı Akdeniz ve Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere birçok kıta ülkelerine kadar ulaşmaktadır. 2016-2018 yılları arası ülke sıralamalarına bakıldığında ilk üç sırayı Irak, Suriye ve Rusya almaktadır. Tablo 3.14’te verilen ülke yoğunlaşma oranlarına göre Mersin ili ihracatının 2016-2018 yılları arasında CR₄ endeksine göre sırasıyla %44,3, %41,6 ve %36,7 olduğu görülmektedir. Yine bu yıllar arasında ilk sekiz ülkeyi gösteren CR₈ endeksi de sırasıyla %55,1, %52,0 ve %49,0 olmuştur. Yıllara göre artan bu oranlar ülke sayısındaki azalmayı ve ihracattaki kırılganlığı bize göstermektedir.



Tablo 3.13. Mersin İli İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (Kaynak:TİM)

	2016			2017			2018	
Ülke	1000 USD	Pay %	Ülke	1000 USD	Pay %	Ülke	1000 USD	Pay %
Irak	354.316	23,8	Irak	307.011	20,2	Irak	292.729	16,9
Suriye	134.298	8,9	Rusya	152.757	9,3	Rusya	169767	9,6
Rusya	97.119	6,5	Suriye	104.879	6,9	Suriye	92978	5,5
Almanya	73.729	5,1	Almanya	78.327	5,2	Almanya	84.302	4,7
Ukrayna	44138	3,2	Mısır	40.133	2,8	İsrail	65.414	3,7
KKTC	43.135	2,9	KKTC	39.583	2,7	Mısır	54759	3,1
Lübnan	36.683	2,4	Lübnan	39.246	2,5	Ukrayna	52965	2,9
Mısır	34.643	2,3	Ukrayna	37.233	2,4	Lübnan	47306	2,6
S.Arabistan	33.820	2,2	S. Arabistan	34.615	2,3	KKTC	39.817	2,2
İngiltere	29.765	1,9	İran	32.323	2,1	ABD	39.112	2,2
Sudan	29.412	1,9	İsrail	31.486	2,0	Arabistan	37.949	2,1
İran	27.279	1,8	ABD	30.757	2,0	Sudan	31.918	1,8
Abd	25.761	1,7	İngiltere	27.801	1,8	Polonya	29.874	1,6
Cezayir	22.547	1,6	Polonya	24.772	1,6	İtalya	28.798	1,6
Mersin S. Bölge	21.728	1,5	Azerbaycan	23.514	1,5	Bulgaristan	28.197	1,6
Polonya	21.359	1,5	Mersin S. Bölge	20.396	1,3	İran	28.111	1,6
İsrail	20.123	1,4	Sudan	19.982	1,3	İngiltere	28.008	1,6
Çin	19.032	1,3	Bulgaristan	18.966	1,2	Azerbaycan	25.747	1,4
Bulgaristan	18.652	1,3	İtalya	18.685	1,2	İsveç	23.084	1,3
Beyaz Rusya	17.852	1,2	Türkmenistan	17.808	1,2	Hollanda	21.012	1,2
İtalya	16.701	1,1	Çin	16.822	1,1	Mersin S. Bölge	20.720	1,1
Hollanda	15.098	1,0	Hollanda	16.545	1,1	Katar	19.502	1,1
Azerbaycan	14.590	0,9	İsveç	13.977	0,9	Türkmenistan	18.570	1,0
Malezya	13.715	0,8	Beyaz Rusya	13.275	0,9	Kanada	18.329	1,0
Japonya	13.144	0,8	Cezayir	12.918	0,8	Özbekistan	18.269	1,0
Fransa	12.444	0,8	Gürcistan	12.811	0,8	Libya	18.109	1,0
Avusturya	11.959	0,8	Avusturya	12.335	0,8	Romanya	18.001	1,0
Bangladeş	11.767	0,7	Fransa	12.309	0,8	Pakistan	17.954	1,0
Diğer	280,189	18,7	Diğer	317.910	20,7	Diğer	388.427	22,7
Genel toplam	1.494.998	100,0	Genel toplam	1.529.190	100,0	Genel toplam	1.759.742	100,0

Tablo 3.14. Mersin İli İhracatının Ülke Yoğunlaşma Oranları (Kaynak:TİM)

CR _m	Ülke	2016		Ülke	2017		Ülke	2018	
		Pay %	CR _i		Pay %	CR _i		Pay %	CR _i
CR ₁	Irak	23,8	23,8	Irak	20,2	20,2	Irak	16,9	16,9
CR ₂	Suriye	8,9	32,7	Rusya	9,3	29,5	Rusya	9,6	26,5
CR ₃	Rusya	6,5	39,2	Suriye	6,9	36,4	Suriye	5,5	32,0
CR ₄	Almanya	5,1	44,3	Almanya	5,2	41,6	Almanya	4,7	36,7
CR ₅	Ukrayna	3,2	47,5	Mısır	2,8	44,4	İsrail	3,7	40,4
CR ₆	KKTC	2,9	50,4	KKTC	2,7	47,1	Mısır	3,1	43,5
CR ₇	Lübnan	2,4	52,8	Lübnan	2,5	49,6	Ukrayna	2,9	46,4
CR ₈	Mısır	2,3	55,1	Ukrayna	2,4	52,0	Lübnan	2,6	49,0
CR ₉	S.Arabistan	2,2	57,3	S. Arabistan	2,3	54,3	KKTC	2,2	51,2
CR ₁₀	İngiltere	1,9	59,2	İran	2,1	56,4	ABD	2,2	53,4
CR ₁₁	Sudan	1,9	61,1	İsrail	2,0	58,4	Arabistan	2,1	55,5
CR ₁₂	İran	1,8	62,9	ABD	2,0	60,4	Sudan	1,8	57,3
CR ₁₃	ABD	1,7	64,6	İngiltere	1,8	62,2	Polonya	1,6	58,9
CR ₁₄	Cezayir	1,6	66,2	Polonya	1,6	63,8	İtalya	1,6	60,5
CR ₁₅	Mersin S. Bölge	1,5	67,7	Azerbaycan	1,5	65,3	Bulgaristan	1,6	62,1
CR ₁₆	Polonya	1,5	69,2	Mersin S. Bölge	1,3	66,6	İran	1,6	63,7
CR ₁₇	İsrail	1,4	70,6	Sudan	1,3	67,9	İngiltere	1,6	65,3
CR ₁₈	Çin	1,3	71,9	Bulgaristan	1,2	69,1	Azerbaycan	1,4	66,7
CR ₁₉	Bulgaristan	1,3	73,2	İtalya	1,2	70,3	İsveç	1,3	68,0
CR ₂₀	Beyaz Rusya	1,2	74,4	Türkmenistan	1,2	71,5	Hollanda	1,2	69,2
CR ₂₁	İtalya	1,1	75,6	Çin	1,1	72,6	Mersin S. Bölge	1,1	70,3
CR ₂₂	Hollanda	1,0	76,6	Hollanda	1,1	73,7	Katar	1,1	71,4
CR ₂₃	Azerbaycan	0,9	77,5	İsveç	0,9	74,6	Türkmenistan	1,0	72,4
CR ₂₄	Malezya	0,8	78,3	Beyaz Rusya	0,9	75,5	Kanada	1,0	73,4
CR ₂₅	Japonya	0,8	79,1	Cezayir	0,8	76,3	Özbekistan	1,0	74,4
CR ₂₆	Fransa	0,8	79,9	Gürcistan	0,8	77,1	Libya	1,0	75,4
CR ₂₇	Avusturya	0,8	80,7	Avusturya	0,8	77,9	Romanya	1,0	76,4
CR ₂₈	Bangladeş	0,7	81,4	Fransa	0,8	78,7	Pakistan	1,0	77,4

Tablo 3.15. Mersin İhracatında Ükelere Göre Yoğunlaşma (Herfindahl Endeksi) (Kaynak:TİM)

Yıllar	Herfindahl endeksi	H-I(2016=100)
2016	0,12734433	100,0
2017	0,15710179	123,4
2018	0,19522861	124,3

Mersin ihracatında ülkelere göre yoğunlaşma oranları ve bu oranlardan hareketle türetilen Tablo 3.15'te yer alan endeks değerleri incelendiğinde, ülkelere göre ihracat yoğunlaşma endeksinin artış eğilimli bir seyir izlediği görülmektedir. 2016-2018 döneminde artan bir görünüm sergileyen Herfindahl Endeksi, dönem içinde yükselme eğilimindedir. 2016 endeks değeri 100 kabul edildiğinde 2018 yılında 124,3 değerine ulaşan endeks, Mersin ihracatında yoğunlaşmanın arttığını ve daha az sayıda ülkeye bağımlı bir ihracat yapısının oluştuğu izlenimini vermektedir (Tablo 3.15).

3.3.2. Mersin İhracatında Sektör Yoğunlaşması

Bu bölümde Mersin ili ihracatında yoğunlaşan sektörler ve bu sektörlerin yoğunlaşma hesaplamaları yer almaktadır.

Tablo 3.16. Mersin İli İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı (Kaynak:TİM)

	2016		2017		2018	
	1000 USD	PAY %	1000 USD	PAY %	1000 USD	PAY %
Çelik	57.640	3,8	62.971	4,1	87.943	5,0
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	12.432	0,8	9.184	0,6	9.725	0,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	8.049	0,5	13.695	0,8	27.467	1,6
Deri ve Deri Mamulleri	4.622	0,3	3.662	0,2	2.928	0,2
Diğer Sanayi Ürünleri	252	0,01	400	0,01	486	0,01
Elektrik Elektronik ve Hizmet	6.984	0,4	5.828	0,3	7.030	0,5
Fındık ve Mamulleri	7.124	0,5	13.275	0,8	19.354	1,1
Gemi ve Yat	762	0,03	90	0,001	6.297	0,4
Halı	2.327	0,1	2.726	0,1	4.047	0,3
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	31.961	2,3	34.070	2	33.312	1,9
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	484.602	32,4	430.960	28,1	445.357	25,3
İklimlendirme Sanayii	28.741	1,8	21.158	1,1	22.608	1,2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	91.621	6,5	106.784	10	118.538	6,7
Kuru Meyve ve Mamulleri	13.419	0,8	16.341	1	22.011	1,2
Madencilik Ürünleri	31.759	2,1	30.211	2	39.436	2,2
Makine ve Aksamları	84.895	5,6	96.976	6,1	113.281	6,4
Meyve Sebze Mamulleri	20.691	1,5	23.963	1,3	28.353	1,6
Mobilya,Kağıt ve Orman Ürünleri	41.112	2,9	48.946	3,1	59.259	3,4
Mücevher	132	0,01	14	0,002	194	0,01
Otomotiv Endüstrisi	26.414	1,7	37.197	2,1	39.480	2,2
Savunma ve Havacılık Sanayii	130	0,01	373	0,01	629	0,01
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	58.048	3,8	74.259	4,2	76.409	4,3
Süs Bitkileri ve Mam.	2.805	0,1	1.597	0,1	2.040	0,1
Tekstil ve Hammaddeleri	16.022	1	17.814	1	21.978	1,2
Tütün	10.623	0,7	11.134	0,7	8.819	0,6

Yaş Meyve ve Sebze	450.341	30,3	461.692	30,1	556.264	31,6
Zeytin ve Zeytinyağı	1.476	0,04	3.857	0,2	6.486	0,4
TOPLAM	1.494.998	100,0	1.529.190	100,0	1.759.742	100,0

Mersin ili ihracat yoğunlaşma oranlarının ülke paylarına bakıldıktan sonra bu ülkelere olan ürün gruplarını görebilmek için sektör payları Tablo 3.16’da, sektör yoğunluk oranları Tablo 3.17’de ve Herfindahl endeks değerleri Tablo 3.18’de verilmiştir. Tablo 3.16’ya göre sektör payları içerisindeki en büyük payın tarım ürünlerine ait olduğu görülmektedir. Tablo 3.17’de CR_i yoğunlaşma endeks değerleri verilmiştir. CR_4 ve CR_8 endeks değerlerine bakıldığında yıllara göre sektör ilk dört ve ilk sekiz sektör grubunda artış görülmektedir. Bu artış eğilimi sektör gruplarının çeşitliliğinin sabit kaldığını göstermektedir. Tablo 3.18. Herfindahl endeksi de bu durumu destekler niteliktedir.

Tablo 3.17. Mersin İli İhracatının Sektör Yoğunlaşma Oranları (Kaynak:TİM)

		2016			2017			2018	
		PAY %	CR _i		PAY %	CR _i		PAY %	CR _i
CR ₁	Çelik	3,8	3,8	Çelik	4,1	4,1	Çelik	5,0	5,0
CR ₂	Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	0,8	4,6	Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	0,6	4,7	Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	0,6	5,6
CR ₃	Demir ve Demir Dışı Metaller	0,5	5,1	Demir ve Demir Dışı Metaller	0,8	5,5	Demir ve Demir Dışı Metaller	1,6	7,2
CR ₄	Deri ve Deri Mamulleri	0,3	5,4	Deri ve Deri Mamulleri	0,2	5,7	Deri ve Deri Mamulleri	0,2	7,4
CR ₅	Diğer Sanayi Ürünleri	0,01	5,41	Diğer Sanayi Ürünleri	0,01	5,71	Diğer Sanayi Ürünleri	0,01	7,41
CR ₆	Elektrik Elektronik ve Hizmet	0,4	5,81	Elektrik Elektronik ve Hizmet	0,3	6,01	Elektrik Elektronik ve Hizmet	0,5	7,91
CR ₇	Fındık ve Mamulleri	0,5	6,31	Fındık ve Mamulleri	0,8	6,81	Fındık ve Mamulleri	1,1	9,01
CR ₈	Gemi ve Yat	0,03	6,34	Gemi ve Yat	0,001	6,811	Gemi ve Yat	0,4	9,41
CR ₉	Halı	0,1	6,44	Halı	0,1	6,911	Halı	0,3	9,71
CR ₁₀	Hazırgiyim ve Konfeksiyon	2,3	8,74	Hazırgiyim ve Konfeksiyon	2	8,911	Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,9	11,61
CR ₁₁	Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	32,4	41,14	Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	28,1	37,011	Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	25,3	36,91
CR ₁₂	İklimlendirme Sanayii	1,8	42,94	İklimlendirme Sanayii	1,1	38,111	İklimlendirme Sanayii	1,2	38,11
CR ₁₃	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	6,5	49,44	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	10	48,111	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	6,7	44,81
CR ₁₄	Kuru Meyve ve Mamulleri	0,8	50,24	Kuru Meyve ve Mamulleri	1	49,111	Kuru Meyve ve Mamulleri	1,2	46,01
CR ₁₅	Madencilik Ürünleri	2,1	52,34	Madencilik Ürünleri	2	51,111	Madencilik Ürünleri	2,2	48,21
CR ₁₆	Makine ve Aksamaları	5,6	57,94	Makine ve Aksamaları	6,1	57,211	Makine ve Aksamaları	6,4	54,61
CR ₁₇	Meyve Sebze Mamulleri	1,5	59,44	Meyve Sebze Mamulleri	1,3	58,511	Meyve Sebze Mamulleri	1,6	56,21
CR ₁₈	Mobilya,Kağıt ve Orman Ürünleri	2,9	62,34	Mobilya,Kağıt ve Orman Ürünleri	3,1	61,611	Mobilya,Kağıt ve Orman Ürünleri	3,4	59,61
CR ₁₉	Mücevher	0,01	62,35	Mücevher	0,002	61,613	Mücevher	0,01	59,62
CR ₂₀	Otomotiv Endüstrisi	1,7	64,05	Otomotiv Endüstrisi	2,1	63,713	Otomotiv Endüstrisi	2,2	61,82
CR ₂₁	Savunma ve Havacılık Sanayii	0,01	64,06	Savunma ve Havacılık Sanayii	0,01	63,723	Savunma ve Havacılık Sanayii	0,01	61,83
CR ₂₂	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	3,8	67,86	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	4,2	67,923	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	4,3	66,13
CR ₂₃	Süs Bitkileri ve Mam.	0,1	67,96	Süs Bitkileri ve Mam.	0,1	68,023	Süs Bitkileri ve Mam.	0,1	66,23
CR ₂₄	Tekstil ve Hammaddeleri	1	68,96	Tekstil ve Hammaddeleri	1	69,023	Tekstil ve Hammaddeleri	1,2	67,43
CR ₂₅	Tütün	0,7	69,66	Tütün	0,7	69,723	Tütün	0,6	68,03
CR ₂₆	Yaş Meyve ve Sebze	30,3	99,06	Yaş Meyve ve Sebze	30,1	99,823	Yaş Meyve ve Sebze	31,6	99,63
CR ₂₇	Zeytin ve Zeytinyağı	0,04	100,0	Zeytin ve Zeytinyağı	0,2	100	Zeytin ve Zeytinyağı	0,4	100,0

Tablo 3.17’de CR_i endekslerine göre ilk 4 grupta imalat sanayi yer alırken ilk 8 sektör arasında hizmet sektörünün de yer aldığı görülmektedir. Yine ilk 8 sektörde artış eğilimi görülmektedir. Bu durum Mersin ili ihracatına konu olan sektörlerin belli alanlarda sabit kaldığını göstermektedir.

Tablo 3.18. Mersin İhracatında Sektörlere Göre Yoğunlaşma (Herfindahl Endeksi) (Kaynak:TİM)

Yıllar	Herfindahl endeksi	H-I(2016=100)
2016	0,0476106	100,0
2017	0,04989248	104,8
2018	0,05524861	110,7

Herfindahl endeksi hesaplamalarına göre yıllar itibariyle sektör yoğunlaşmasının arttığı görülmektedir. İhracatta artış yaşansa da sektör yoğunlaşmasının artış göstermesi ihracatının belli sektörlerde yoğunlaştığını göstermektedir.

3.4. KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar

KOBİ'ler yapıları itibari ile bulundukları ülkenin sosyo-ekonomik, finans, insan kaynağı, üretim teknolojileri seviyesi gibi faktörlere göre faaliyetlerini sürdürmektedir. Ülkelerin kendine özgü ekosistemleri, KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların ve bu sorunların çözülmesine yönelik atılması gereken adımların da her ülkeye göre farklılık göstermesine neden olmaktadır. Bu nedenle sorunların çözümü için bütün ülkelerde aynı yolların izlenmesi doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Genel bir çerçeve ile bakıldığında KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak bilimsel verilere dayanan çalışmalar yapılması ve ülke koşulları da dikkat alınarak çözümler üretilmesi gerekmektedir (İnan ve Nakıboğlu, 2009, s.243).

Leonidou 2004 yılında yapmış olduğu çalışma ile ihracatta karşılaşılan sorunları içsel faktörler ve dışsal faktörler olarak gruplandırmış ve bu gruplandırmanın işletmeyi etkileme düzeyini yapmış olduğu çalışma ile ortaya koymuştur (Leonidou, 2004, s.285). Leonidou'ya göre işletmenin ihracatını etkileyen faktörler şunlardır:

İçsel Engeller: İşletmenin kendi iş ve işleyişinden kaynaklan engellerdir.

Bilgi odaklı engeller, genel olarak işletmelerin dış pazarlara ait bilgilere erişme, bu bilgilerin derlenmesi ve analiz edilmesi ve yurt dışı müşteriler ile iletişime geçilmesi ile ilgili sorunları tanımlamaktadır.

Fonksiyonel engeller, işletmelerin personel, imalat ve finans gibi problemleri ifade etmektedir. Fonksiyonel engellerin işletmelere etkisi orta ve düşük seviyede kalmaktadır (İnan ve Nakıboğlu, 2009, s.230).

Pazarlama odaklı engeller, ihracat yapan işletmelerin en fazla problem yaşadıkları engellerdir. Leonidou yapmış olduğu çalışmada pazarlama engellerini, ürün, fiyatlandırma, dağıtım, lojistik ve yurt dışı promosyon faaliyetleri olarak gruplandırmıştır. Leonidou'ya göre pazarlama faaliyetlerinin tamamını kapsayan bu engellerin işletmelere olan etkisi ise değişkenlik göstermektedir. Dağıtım

faaliyetleri ve fiyatlandırma sorunlarının ise daha yüksek düzeyde etki yaptığı ortaya konmuştur (Leonidou, 2004, s.288).

Dışsal Engeller: İhracat yapan işletmelerin ihracat süreçleri boyunca dış faktörlerden dolayı karşılaştıkları engeller olarak tanımlanmaktadır. Dışsal engeller, prosedürler, yasal işlemler ile ilgili engeller, ihracat işlemleri süresince, evrak, belge ve dokümantasyon işlemlerinin fazla olması ve ihracatla ilgili öngörülemeyen yasa değişiklikleri ve ödeme süreçlerinde yaşanan problemler işletmelerin ihracatına yönelik engellerdir. Bu engeller işletmelerin içsel engellerine göre daha ez etki etmektedirler (Fliess ve Busquets, 2006,s.9).

Çevresel engeller, ihracat yapılacak olan dış pazarlardaki olumsuz ekonomik koşullar, siyasi konjonktür, yürürlükte olan katı kurallar ve düzenlemelerin işletmenin ihracatına yaptığı olumsuz etkilerdir. Bu engeller işletme ihracatını yüksek düzeyde olumsuz etkilemektedir (İnan ve Nakıboğlu, 2009, s.231). İşletmelerin ihracat başarısı çevresel engelleri değiştirmeye çalışmakla değil, bu koşullara kalite, mal, fiyat ve diğer özellikler ile uyabilmekle gerçekleşir (Atabay, 2004, s. 20).

Hamil ve Gregory 1997 yılında yapmış oldukları çalışmada İngiltere KOBİ'lerinin uluslararasılaştırılmasında elektronik pazarlama konusunu incelerken, KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunları 4 başlık altında gruplandırmıştır.

Tablo 3.19. İhracat Engelleri (Hamil ve Gregory, 1997, s. 21)

Psikolojik engeller	Yer merkezli değil, kültür merkezli ve kısa dönemli bakış açılarına sahip olma, ihracatı riskli ve problemli kabul edip, kendileri için uygun görmeme
İşlemler İle İlgili engeller	İhracat işlemleri (dokümantasyon), yabancı dil ve iletişim kaynaklı konular, ödemelerin ertelenmesi ve finansal riskler
Organizasyonel engeller	Yönetimsel ve finansal kaynak yetersizlikleri, yabancı pazarlar hakkında bilgi eksikliği, uluslararası tecrübesi olan eleman ve dış temsilcisi eksikliği
Ürün/Pazar Odaklı engeller	Ürünlerin yabancı pazarlara uygun olmaması, yüksek maliyetli ürün uyumlaştırma faaliyetlerinin gerekmesi, dış pazar analiz ve araştırmaları için kaynak bulamama, tarife ve tarife dışı ticaret engelleri

Bu konu ile yapılan çalışmalar incelendiğinde işletmelerin ihracat yaparken karşılaştıkları sorunlar genelde işletme içi, ulusal ve uluslararası sorunlar olarak gruplandırılmıştır.

Silva ve Roca (2000) Brezilyalı ihracat işletmelerinin Güney Amerika ortak pazarı olan Mercosur'a ihracat engellerini algısını değerlendirme için bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Silva ve Roca'ya göre ihracat engellerinin algılanması sanayi türü, işletme büyüklüğü, ihracat tecrübesi ve

ihracat hedefine göre değişmektedir. 69 işletmenin cevapladığı anket sonucunda, ihracatta karşılaşılan en önemli on engelden birinin işletme içinde olduğu ortaya konmuştur. Dış pazarlara ilişkin bilgi eksikliği dışındaki diğer dokuz nedenin işletme dışı nedenler olduğu belirtilmiştir. Yetersiz ihracat teşvikleri, döviz kuru dengesizliği, güçlü uluslararası rekabet, nakliye ve sigorta maliyetlerinin yüksek olması, bürokratik engeller, ödemelerde yaşanan sorunlar, ürün kalitesinde yaşanan sorunlar ihracatı olumsuz etkileyen önemli etkenler olduğu belirtilmiştir.

Altıntaş ve Tokol (2007), Türkiye genelinde yaptıkları çalışma ile algılanan ihracat performansları üzerinde ihracatta karşılaşılan engellerin etkilerini incelemişlerdir. Bu çalışma ile Türkiye genelinde 6 ihracatçı birliğinde kayıtlı bulunan 2000 işletmeye anket çalışması gönderilmiş ve 145 yönetici tarafından yanıtlanan anketler incelenmiştir. Çalışmanın sonunda prosedürel engellerin, ihracat performansı üzerinde en etkili sorun olduğu, ikinci en etkili sorunun ise yurt dışı pazarlarda yaşanan rekabet olduğu ortaya konmuştur. İhracat prosedürlerinin ve yurt dışı pazarlarda yaşanan rekabetin etkisi azaldıkça, ihracat performansının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Karalakis vd. (2008), Yunanistan'da şarap imalat eden işletmelere yönelik ihracat sorunlarının algılanması üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada 110 işletmeye anket uygulaması yapılmış ve çıkan sonuçlar analiz edilmiştir. Bu işletmelerin yetersiz pazarlama organizasyonu, dağıtım ile ilgili sorunlar, ihracat kısıtlamaları ve etkisiz ulusal ihracat politikaların ihracatta daha fazla sorun olarak karşılarına çıktıklarını ortaya koymuşlardır.

Taşpınar (2008), yapmış olduğu çalışmada işletmelere dönük ihracat teşviklerinin tam olarak bilinmemesi ve kalifiye eleman eksikliğinin ihracat yapmada büyük bir sorun teşkil ettiğini belirtmiştir.

Savcı (2009), yapmış olduğu çalışmada, KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları en temel sorunların, finansman, pazarlama kalifiye eleman ve üretimde kaliteninim yakalanamaması olduğunu belirtmiş ve bu sorunların giderilebilmesi için Üniversite-Sanayi iş birliğinin sağlıklı şekilde uygulanması gerektiğini, KOBİ'lerin finansmana daha kolay ulaşabilmesi için devletin gerekli düzeltmeleri gerçekleştirmesi gerektiğini ifade etmiştir.

İslambay (2009), KOBİ'lerin ihracat sorunlarını, işletme içi faktörler, işletme dışı ulusal faktörler ve işletme dışı uluslararası faktörler olarak 3 grupta incelemiştir. Çalışmaya göre 3 farklı grupta yer alan bu sorunların çözümü olarak, işletmelerin kalite anlayışlarının değiştirilmesi gerektiği, pazarlama faaliyetlerinin belirli standartlar ve stratejiler doğrultusunda yapılması gerektiği, döviz kurlarının KOBİ'leri tehdit edecek şekilde seyretilmemesi için gerekli önlemlerin alınması gerektiği, KOBİ'lerin kurumsallaşma çalışmaları yapmaları gerektiği ve devlet teşviklerinden daha etkin yararlanabilmek için gerekli düzenlemelerin yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Aksoy ve Yıldırım (2013), Zonguldak ilinde ihracat yapan işletmelere yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. 35 işletmeye yapılan bu çalışma sonucunda ekonomik ve finansal sorunlar, taşıma depolama ve dağıtım sorunları, uluslararası rekabet koşulları ilgili sorunlar, üretim maliyetleri ile ilgili sorunlar, ihracatta vergi, resim ve harç ile ilgili sorunlar ve gümrük tarifeleri ile ilgili sorunlarla daha sık karşılaşıldığını ortaya koymuşlardır.

Eminoğlu (2013), yapmış olduğu çalışmada, KOBİ'lerin ihracatla ilgili devlet desteklerinin KOBİ'ler tarafından çok fazla bilinmemesinin ihracat yapmanın önünde önemli bir engel olduğunu belirtmiştir. Ayrıca yürürlükte olan birçok ihracat desteğinin yeteri kadar uygulanmadığını ortaya koymuştur. Bu sorunun kaynağını ise işletmeler ve destek kuruluşlar arasında yeterli mutabakatın sağlanmaması olarak görmüştür.

Özeltürkay ve Çerçel (2014), Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi (MTOSB)'nde faaliyet gösteren ve ihracat yapan 49 işletme üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışma sonucunda işletmelerin kendi yetersizliklerinden dolayı karşılaştıkları sorunlara değinmişlerdir. Uygun acentenin bulunamaması, niteliksiz iş gücü ve yönetsel sorunlar, işletmelerin yurt dışı pazarları tanınamaması işletmelerin kendi yetersizliklerinden dolayı ihracatta karşılaştıkları sorunlar olarak nitelemişlerdir. Özeltürkay ve Çerçel'e göre yurt dışı pazarlarla ilgili bilgi eksikliği ve yabancı müşterilerle yaşanan iletişim sorunları da işletmelerin ihracat yapmasında sorunlar oluşturmaktadır.

Kayabaşı vd. (2015), yaptıkları çalışma ile İnegöl'de faaliyet gösteren işletmelerin ihracat performanslarını belirleyen unsurları incelemiştir. Yapmış oldukları bu çalışma ile ihracat performansında artış gösterebilmek için KOBİ'lerin rekabetçi stratejiler belirlemesi gerektiği sonucuna ulaşmış ve KOBİ'lerin pazarlama, teknolojik alt yapı ve dış pazarlara ait gerekli incelemenin yapılmamasının ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunları olduğunu ortaya koymuştur.

Çütcü, Özdemir ve Erkan (2017), Gaziantep ilinde 112 işletme üzerinde bir saha araştırması yapmış ve KOBİ'lerin ihracat piyasalarında karşılaştıkları sorunlara ilişkin algılarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu çalışmada, KOBİ'lerin güçlü sermaye yapısına sahip olmamaları, nitelikli personel eksiklikleri, üretim ve satış süreçlerinde yaşadıkları sorunların dış pazarlara açılmada sorun oluşturduğunu ortaya koymuştur. Çütcü vd. aynı zamanda KOBİ'lerin aile şirketi statüsünde olmalarının dış pazarlarda KOBİ'ler açısından karlılık anlamında sorun çıkardığını belirtmişlerdir. KOBİ'lerin ihracat deneyimlerini artırarak ihracat performanslarının daha da iyileştiği sonucuna ulaşmışlardır. Bunu sağlayabilmek için ise orta ve uzun vadeli planlarda KOBİ'lerin daha fazla yer alması, nitelikli eleman istihdamı eksikliğinin giderilmesi ve finansal konularda daha fazla teşviklerin verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Özcan ve Atalay (2017), Konya'da makine aksam imalat sanayinde ihracat yapan 83 işletme üzerine yaptıkları araştırma sonucunda, çevre ülkelerle yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlıkların

ihracatta karşılaşılan en önemli sorun olduğunu ortaya koymuşlardır. Bununla birlikte kalifiye eleman sorunu, döviz kurlarındaki istikrarsızlık, uluslararası piyasada yaşanan yoğun rekabet, yüksek vergiler ve hammadde maliyetlerinin yüksek olmasının Konya’da imalat sanayinde ihracat yapan işletmelerin ihracatlarını olumsuz etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Zerenler ve Cura (2017), Konya Ticaret ve Sanayi Oda’sına kayıtlı olan ve otomobil yan sanayinde ihracat faaliyetleri sürdüren 169 işletmenin 146’sına anket uygulamıştır. Zerenler ve Cura bu çalışma ile işletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar ile ihracat tecrübeleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ulaşılan sonuçlara göre işletmelerin ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunların, uluslararası pazarlarda yaşanan rekabet ve döviz kurlarında yaşanan belirsizlik olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, Zerenler ve Cura ihracat tecrübesi daha az olan işletmelerin ihracatta yaşadıkları sorunları daha önemli gördüklerini, ihracat deneyimi arttıkça ise sorunların daha kolay aşıldığını ortaya koymuşlardır.

Bozkurt ve Tunç (2018), Antalya ilinde faaliyet gösteren 119 işletmeye yönelik bir anket çalışması gerçekleştirmiş ve ortaya çıkan sonuçlara göre KOBİ’lerin dış ticaret sorunlarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Yapılan bu çalışma neticesinde Antalya ilinde faaliyet gösteren KOBİ’lerin, döviz kurunda yaşanan hareketlilik, ekonomide yaşanan istikrarsızlık, dış ticaret mevzuatlarında yaşanan sürekli değişiklikler ve ihracat desteklerinin yeterli seviyede olmamasından dolayı dış ticarete sorunlar yaşadıklarını ortaya koymuştur.

KOBİ’lerin genellikle aile şirketi profilinde olmalarından dolayı, hiyerarşik olarak işletme ile ilgili konularda karar verici konumunda çoğunlukla aile bireyleri bulunmaktadır. Bu tarz yönetim şekli “ailesel yönetim” olarak adlandırılmaktadır (Serinkan ve Cabar, 2009, s.6). KOBİ’lerin küçük sermayeler ile kurulan aile şirketleri olmaları genel olarak karşılaştığı sorunların temelini oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde KOBİ’lerin karşılaştıkları sorunların genel olarak işletme içi ve işletme dışı sorunlar olarak gruplandırıldığı görülmüştür.

3.4.1. İşletme Fonksiyonları İle İlgili Sorunlar

KOBİ’ler üretimde esneklik, düşük maliyetlerde imalat, yurt içi pazar bilgilerine sahip olma, teknik gelişmelere yatkınlık, müşterilerin taleplerini daha yakından bilme vb. konularda birçok avantaja sahiptir (Erol, 2010, s.174). Bu tür avantajlara rağmen, KOBİ’lerin her konuda iş yeri sahibine bağlı bir yönetim anlayışında olması, işletmenin vizyon ve gelişmesinin işyeri sahibinin bilgi birikimine tamamen bağlı olmasından dolayı KOBİ’ler işletme bünyesinde bir çok problem ile karşılaşmaktadırlar. Bunlar; finansman, pazarlama, üretim, insan kaynakları ve yönetim sorunları başlığı altında incelenecektir.

3.4.1.1. Finansman Sorunları

Finansman sorunları KOBİ'lerin kendi bünyelerinde karşılaştıkları en önemli sorunların başında gelmektedir. Çünkü yeterli sermayenin olmaması, yatırım yapmasını zorlaştırmaktadır. Bu da imalatla gerekli olan teknoloji seviyesini yakalayamamak anlamına gelmektedir. Bununla beraber KOBİ'lerin finansal durumu ülkenin mevcut ekonomik durumu ile doğrudan ilintilidir. Ülkelerde görülen ekonomik dalgalanmalar KOBİ'lerin mali durumlarını doğrudan etkilemektedir. Çünkü KOBİ'lerin ekonomik olarak kırılgan bir yapıları bulunmaktadır. Bu durum KOBİ'lerin gerekli finansmana ulaşma maliyetlerini de arttırmaktadır. Finans kuruluşları bu kırılgan yapıları nedeniyle KOBİ'lere kredi vermeye yanaşmamakta ya da şartları zorlaştırmaktadırlar (Erol, 2010, s.175).

KOBİ'lerde genellikle ilk finansman ihtiyacı öz sermaye ile karşılanır ancak bu yeterli olmamaktadır (İskender, 2009, s.34). Belirli bir süre birikim yapmış mevduat sahipleri bu mevduatlarını girişime döndürerek işletmelerini kurmuşlardır. Kısıtlı imkânlarla kurulan KOBİ'lerin finansal yapısı, dış çevre faktörlerinin de etkisi ile sürekli kırılgan yapıdadır. Bu durum, işletmelerin gelişmesi ve yenilik çalışmaları için de engel teşkil etmektedir. Finans kuruluşlarının da mali bilançoları daha sağlam işletmeleri tercih etmelerinden dolayı KOBİ'ler özellikle kuruluşlarının ilk yıllarında finansal kaynak sıkıntısı yaşamaktadırlar (Özyiğit ve Yiğiter 2016, s.682).

Küresel ekonomik krizler KOBİ'lerin finansal durumlarını olumsuz etkilemektedir (Emir ve Eyüpoğlu, 2010, s.38). Ayrıca ekonomik krizler ve uygulanan ekonomi politikaların da KOBİ'lerin finansal sorunlarını tetiklediği görülmektedir. Bu sarmal KOBİ'ler için zorlu bir süreci beraberinde getirmektedir (Erdem, 2019, s.19). İşletme sahiplerinin daha çok imalat kökenli olmaları ve finansal konularda bilgi sahibi olmamaları, bununla beraber uzman kişilerden destek alma isteksizliği finansal sorunları derinleştirmektedir (Eminoğlu, 2013, s.51). Bankalar dönem dönem KOBİ'ler için işletme kredisi hizmet sunmaktadır. Ancak, finansal açıdan çok iyi durumda olmayan işletmelerden yüksek miktarlarda teminat istemektedir. Ayrıca vade, faiz ve limit konularında da işletmeler için çok avantajlı olmayan teklifler sunmaktadır. İhracat yapabilmek için, yatırım, ihracat finansmanı konusunda maliyetleri üstlenmekte sorun yaşayan KOBİ'lerin darboğazdan çıkmasına engel olmakta ve ihracat yapabilmek veya yurt dışı pazarlarını genişletebilmeyi zorlaştırmaktadır (Ersöz, 2010, s.6).

3.4.1.2. Pazarlama Sorunları

KOBİ'lerde pazarlama faaliyetlerini genellikle işletme sahibi yürütür (İskender, 2009, s.31). Küreselleşme ve artan rekabet ortamında pazarlama konusu her geçen gün daha önemli bir hal almıştır. Çünkü teknolojinin gelişmesi ve artan bilgi birikimi sayesinde KOBİ'ler üretimde belirli bir standart ve kaliteyi yakalasalar bile ürettikleri mal ve hizmeti iyi bir şekilde pazarlayamadıkları takdirde gerekli karlılığa ulaşamayacaklardır. KOBİ'ler müşterilerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını ne

kadar iyi anlarsa, üretimlerine daha kolay yön verebilir (Kılıç vd.,2015, s.57). Bu nedenle pazarlama ve üretim faaliyetlerini birlikte ele almak ve bu iki faaliyeti uyumlu bir şekilde yürütmek gerekmektedir. Pazarlama fonksiyonunu ciddi şekilde ele almak ve bilimsel verilere göre gerçekleştirmek bu uyumu sağlamaya yardımcı olacaktır (Özüdoğru ve Şahin, 2019, s.324).

KOBİ'lerin pazarlama sorunlarının temelinde pazarlama ile satış faaliyetlerinin aynı veya benzer olduğunu düşünmeleri yatmaktadır. Özellikle 1990'larda yaygın olan bu anlayış şimdilerde yerini modern pazarlama anlayışına bırakmaya başlasa da henüz tam olarak benimsenememiştir. Modern pazarlama anlayışının en büyük farklılığı ise pazarlama faaliyetlerini bir sistem olarak nitelendirmesidir. Bu sistemin amacı mevcutta ve potansiyel tüketicilerin beklentilerini tüketicileri memnun edecek düzeyde planlamak, fiyatlandırmak, tutundurmak ve dağıtmaktır (Koncuk, 2019, s.47).

KOBİ'lerin pazarlama konusunda yaşadıkları sorunlardan bir diğeri de ürün fiyatlandırmasıdır. KOBİ'ler fiyatlandırmada genellikle rakiplerin fiyatları üzerinden değerlendirme yapar ve ürün fiyatı hammadde fiyatının üzerine belirli bir miktar kar konularak oluşturur (Özüdoğru ve Şahin, 2019, s.324). KOBİ'lerin fiyatlandırmada yaptığı en önemli hatalardan birisi fiyatların çok düşük belirlenmesidir (Yıldırım ve Özdemir, 2017, s.29). Bu durum KOBİ'ler açısından bir avantaj olarak görünse de fiyatların büyük işletmeler tarafından daha aşağı çekilmesi durumu KOBİ'ler açısından sorun yaratacaktır. Bununla beraber yurt dışı pazarlara açılmak için gerekli olan yabancı dil bilen personel eksikliği de yurt dışı pazarlarda yapılması gereken pazarlama faaliyetlerini zora sokmaktadır.

3.4.1.3. Üretimle İlgili Sorunlar

KOBİ'ler üretim açısından bazı avantajlara sahip olsalar da, uyguladıkları üretim modeli gereği sorunlarla karşılaşmaktadır. KOBİ'ler emek yoğun, atölye tipi ve siparişe göre üretim modelini uygulamaktadır. Bu durum kapasite düşüklüğünü ve birim maliyet yüksekliğini getirmektedir. Üretimde kullanılan teknolojinin yetersizliği, bilgi eksikliği ve maliyetleri düşürme çabası beraberinde verimsiz bir üretimi ve kalite eksikliğini getirmektedir (Ayık ve Keskin, 2008, s.475).

Üretilen mal ve hizmetin uluslararası pazarlarda kabul görebilmesi ve talep edilmesi için müşteri taleplerini karşılayacak standartlar, kalite ve özelliklerde olması gerekmektedir. Rakip işletmelerle rekabet şartını sağlayacak ürünlerin istenilen kalite ve düşük maliyetlerde üretilebilmesi için gerekli teknolojik alt yapının oluşturulması ve makine parkurunun hazırlanması gerekir (Güleş ve Çağlıyan, 2002, s.66). Bununla birlikte sürekli iyileşme amaçlanmalı ve üründe talep edilen şekilde AR-GE çalışmalarına önem verilmelidir (Sevimler vd., 2011, s.88). AR-GE çalışmaları için kaynak sorunları düşünüldüğünde ise ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından destek talep edilmelidir. Ürünlerde

standartlaşma çalışmaları da önemli bir faaliyettir. İstenilen özelliklerin yüksek oranlarda sağlanması, ürünün geri bildirimi açısından önemli olacak ve ürünle ilgili memnuniyet düzeyini arttıracaktır (Aksoy ve Yıldırım, 2013, s.253).

Üretim süreçlerinin tamamı ele alındığında ise tedarik yönetimi ve üretim birim maliyetleri de KOBİ'lerin karşısına sorun olarak çıkmaktadır. İmalat gerçekleştirebilmek için işletmelerin hammadde ve malzemelere ihtiyaçları vardır. KOBİ'ler finansal açıdan büyük işletmelere nazaran daha zayıf oldukları için daha küçük miktarlarda hammadde ve malzeme siparişi vermektedir (Erdem ve Duru, 2010, s.87). Bu durum ise satın alımlarda pazarlık şansını azaltmaktadır. Böylece büyük işletmelere göre üretim maliyetlerinde artış olacaktır. Aynı şekilde hammadde ve malzeme tedarikinde yaşanacak olan gecikmeler, siparişlerin termin süreleri ile ilgili sorun teşkil edecektir (Yılmaz ve Alpkan, 2004, s.123). Tedarik süreleri ve hammadde malzeme maliyetlerini azaltabilmek için yüklü miktarda siparişler verildiği zaman ise stok maliyeti devreye girecektir. Bu nedenle, üretim süreçlerinde hammadde ve malzeme tedarikinden son ürünün teslimine kadar olan sürecin iyi bir şekilde yönetilmesi ve tam zamanında üretim mantığı ile hareket ederek maliyetleri azaltıcı tedbirler alınması gerekmektedir (Balantekin, 2006, s.48-49).

3.4.1.4. İnsan Kaynakları Sorunu

Kalifiye iş gücü bulmak bütün sektörlerde önemli bir sorundur. Hem imalat konularında hem de yönetici pozisyonunda kalifiye iş gücü problemi KOBİ'lerin gelişmesine ve büyümesine engel olmaktadır. Piyasa şartları gereği, personele daha düşük ücret verme eğiliminde olan işletme sahipleri personellerinden yeterli katkıyı alamamaktadır. Büyük ölçekli işletmelerin de ekonomik güçlerinden dolayı kalifiye personelleri kendilerine çekmeleri KOBİ'ler açısından olumsuz bir tablo oluşturmaktadır (Kahraman, 2012, s.33).

KOBİ'lerde işletme sahipleri genellikle maliyet hesabı yapmakta ve maliyetleri kırmak üzerine politika uygulamaktadırlar. İşletmede çalışan personellere gerekli eğitimleri vererek onları geliştirmek, işletme sahipleri tarafından maliyet olarak değerlendirildiği için çalışan personelin bilgi birikimi artmamakta ve yeterli gelişmeyi gösterememektedirler. Yetersiz personellerle yapılan imalat da verimsiz, kalitesiz ve maliyetli olmaktadır. Bu durum KOBİ'lerin rekabet gücünü zayıflatmakta ve ihracat potansiyelini azaltmaktadır.

KOBİ'lerin rekabetçi bir şekilde piyasada kalabilmeleri, gelişmelerini sürdürebilmeleri ve gelişmelere ayak uydurabilmeleri, gerek işletme bünyesinde gerekse işletme dışından sağlanan eğitimlerle mümkün olabilmektedir. Ülkedeki eğitim sistemi piyasa ihtiyaçlarını karşılayacak iş gücü yetiştiremiyorsa ve işletmeler de personellerine gelişmeleri için gerekli eğitim fırsatı sağlayamıyorsa KOBİ'leri ihracat yapmaları ve özellikle yurt dışı pazarda rekabet edebilmeleri çok zor bir hal

alacaktır. Bu durumda da KOBİ'lerin varlıklarını sürdürebilmeleri mümkün olmayacaktır (Can ve Doğuç, 2015, s.35).

3.4.1.5. Yönetim Sorunları

KOBİ'lerde girişimcilik, idarecilik ve mülkiyet aynı kişidedir (İbrahimoğlu ve Uğurlu, 2013, s.121). İşletme sahipleri de ya mühendis kökenli, ya teknisyen ya da ustalardır (Eryılmaz, 2004, s.38). İmalat bilgisi çok iyi olan KOBİ sahipleri, yönetim ve organizasyon açısından ise zafiyet göstermektedir. Her şeyi kontrol etme ve her şeyden haberdar olma içgüdüğü ile hareket eden işletme sahipleri işletmelerini ancak kendi kapasiteleri kadar ileri taşıyabilmektedir (Bedük v.d.,2005, s.9).

Planlama ve yönetim bir işletmenin en önemli fonksiyonlarından. Planlamada yapılan hatalar ve yönetim başarısızlığı işletmeler için önemli bir sorun oluşturmaktadır. KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelere göre daha kısa vadeli planlarla çalışır. Kısa vadeli planlar yaparak çalışmak da KOBİ'lerin dış faktörlerden daha fazla etkilenmelerine neden olmaktadır. Planlama ve yönetim için bilimsel verilerin ve yöntemlerin kullanılması, inisiyatifin tamamen işletme sahiplerinde olması, kalifiye personellerle çalışılmaması, alınan kararların riskini artırmaktadır (Kılıç, vd., 2015, s.55-56).

Değişen ve gelişen teknoloji, küreselleşme ve bilgi ekonomisi, yeni pazar fırsatları ve ekonomik krizlerin bulunduğu bir ortamda, işletme faaliyetleri daha karmaşık hale gelmektedir (Serinkan ve Cabar, 2008, s.6). İşletme sahiplerinin bilgilerinin yetersiz kalması, işletmelerin değişime uyum sağlamasını güçleştirmektedir (Özgener, 2003, s.139). Özellikle ihracat yapmak ve ihracat payını arttırmayı hedefleyen işletmelerin sürekli olarak kendisini güncellemesi gerektiği düşünüldüğünde yönetim sorunu büyük bir engel olarak KOBİ'lerin karşısına çıkacaktır (Gümüştekin, 2005, s.75).

KOBİ'lerde işletme sahipleri tüm fonksiyonları kendisi yerine getirmeye çalışır (Demir,2018, s.150). İşletme sahipleri de imalat konusunda teknik bilgiye sahip olsa bile, diğer işletme fonksiyonları hakkında kısıtlı bilgiye sahip olabilir. KOBİ'lerin üretim, muhasebe, pazarlama vb. konularda tecrübe bilgisi olmayan müteşebbisler tarafından yönetilmesi, ölçekleri itibari ile bu fonksiyonlar için departmanlar kurulamaması yönetim zafiyetini arttırmaktadır (Canbaz, 2014, s. 176).

3.4.2. İşletme Dışı Fonksiyonlarla İlgili Sorunlar

KOBİ'ler, finansal, idari ve teknik açıdan çevresel faktörlerden daha fazla etkilenmektedir. Çünkü işletme içi fonksiyonlarda yaşadıkları problemler KOBİ'leri çevresel faktörler karşısında daha kırılgan bir yapıya sürüklemektedir. Ulusal boyutta, güven vermeyen bir ekonomik durum, istikrarsız bir siyasi yapı, dengesiz piyasa şartları, KOBİ'leri rahat hareket edebilme, yatırım yapabilme ve başka pazarlara açılma konusunda olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte uluslararası piyasada yaşanan

güçlü rekabet ve dış pazarlarda ülke ve işletmenin olumsuz imajı ihracatı olumsuz yönde etkilemektedir. Hedef pazarda daha önce faal olan bir işletmenin yarattığı olumsuz algı neticesinde, aynı ülkeden başka bir işletmenin ilgili pazara giriş faaliyetleri de olumsuz etkilemektedir (Aksoy ve Yıldırım, 2013, s.255).

Bozkurt ve Tunç 2018 yılında Antalya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin dış ticarete yaşadıkları sorunları irdelerken daha önce yapılan çalışmalardan yaptığı derleme ile KOBİ'lerin ihracat yapmalarını olumsuz etkileyen işletme dışı fonksiyonları aşağıdaki şekilde sıralamıştır.

- İhracat konusunda yetersiz devlet teşvikleri
- Ulusal ekonomide yaşanan istikrarsızlık
- İhracat işlemlerinde prosedürlerin çokluğu ve bürokrasi
- Hedef pazar ülkenin uyguladığı kota
- Dış pazarlarda yaşanan güçlü rekabet
- Bankacılık hizmetlerinde yaşanan aksaklıklar
- Navlun sigorta bedellerinin yüksek olması
- Döviz kurunda yaşanan dalgalanmalar
- Dış pazarlarda olumsuz ülke imajı
- Müşterilerin ürünlere karşı farklı tutumları
- Dil farklılığından dolayı yaşanan iletişim sorunları
- Yüksek tarife ve tarife dışı engeller
- Kültür farklılıkları

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma ile ihracat hedefleri doğrultusunda KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunları ortaya koymak, belirlenen sorunlar için çözüm önerileri geliştirmek amaçlanmaktadır. Bu sorunların çözümü ve yasal zorunlulukların ihracatı teşvik edici şekilde düzenlenmesi, uluslararası piyasada KOBİ'lerin rekabet düzeyini artıracak ve bununla beraber ülke ekonomisinin gelişmesi açısından olumlu katkıları olacaktır.

Alanyazın incelendiğinde KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik birçok çalışmanın (Zerenler ve Cura, 2017; Aksoy ve Yıldırım, 2013; Karalakis, 2008; Altıntaş ve Tokol, 2007; Silva ve Roca, 2000; Özcan ve Atalay, 2017; Bozkurt ve Tunç, 2018; Çütçü, Özdemir ve Erkan, 2017; Kayabaşı vd. 2015; Eminoğlu, 2013; İslambay, 2009; Savcı, 2009) olduğu görülmüştür. Mersin'de yerleşik işletmelerin, ihracat sorunlarının tespit edilmesi ve bu çerçevede çalışma kapsamında sunulacak önerilerin işletmelere, meslek örgütlerine, politika yapıcılara ve diğer paydaşlara yol göstermesi ve böylelikle işletmelerin ihracat rakamlarını artırması bakımından çalışma sonuçlarının fayda sağlaması beklenmektedir. Ayrıca çalışmanın geçmiş benzer çalışmalardan farklı olarak örnekleme, değişkenleri ve bulguları ile de alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Örnekleme

Araştırma evreni, araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneği seçtiği ve elde ettiği verilerin sonuçları genelleştirebileceği grup olarak tanımlanır. Belli bazı sınırlamalar getirilerek her türlü grubu evrene dönüştürmek mümkündür. Kendisini diğer gruplardan ayıran en az bir özellik bulunduran gruplar evren olarak nitelendirilir. Örneklem ise bir çalışma içerisinde seçildikleri evreni temsil etmektedir. Örneklemen amacı araştırmacıya evren hakkında genelleme yapabilecek tüm bilgileri vermek, tüm evrene tek tek uygulamadan kurtarmak ve kolaylık sağlamaktır (Altunışık v.d.,2007, s.123).

Bu çalışmada, Constantine ve Robert (1994) tarafından yapılan “Firma Büyüklüğüne ve İhracat Pazarı Deneyimine Bağlı İhracat Sorunları Algılarındaki Farklılıklar” adlı araştırma için hazırlanan ölçek formundan yararlanılmıştır. Türkçe'ye çevirisinin ardından geçerlik güvenirlik çalışması yapılmış ve ulaşılan sonuçların ölçeğin kullanımına uygun olduğu görülmüştür. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tanımlayıcı sorular, ikinci bölümde ise işletme sorun algı ölçeği yer almaktadır.

Araştırma evreni sektör farkı gözetilmeksizin Mersin ilinde 2019 yılında ihracat yapan işletmelerden KOSGEB Mersin Müdürlüğü veri tabanında kayıtlı bulunan 845 işletme olarak belirlenmiştir. 845 işletmenin e-mail adreslerine anket formu 12.12.2019 tarihinden itibaren gönderilmeye başlanmış ve veri toplama süreci 10.06.2020 tarihi itibarıyla tamamlanmıştır. İşletmelerin birçoğuna telefonla da ulaşılmış olup işletmenin ihracat ile ilgili personelinden gönderilen anketi doldurması talep edilmiştir. Ancak covid-19 pandemi sürecinde yaşanan sorunlardan dolayı işletmelerden 155 tanesi, yönetici/firma sahibi ve çalışan düzeyinde anketi doldurmuşlardır. Ankete cevap veren 155 işletme araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1:İhracat sorunları algısı işletmenin çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.

H1a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.

H1b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.

H1c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.

H1d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.

H2: İhracat sorunları algısı işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılık göstermektedir.

H2a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılık göstermektedir.

H2b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılık göstermektedir.

H2c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılık göstermektedir.

H2d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılık göstermektedir.

H3: İhracat sorunları algısı işletmenin ihracat / net satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H3a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat / net satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H3b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat / net satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H3c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat / net satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H3d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat / net satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H4: İhracat sorunları algısı işletmenin hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.

H4a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.

H4b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.

H4c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.

H4d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.

H5: İhracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı süreye göre farklılık göstermektedir.

H5a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı süreye göre farklılık göstermektedir.

H5b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı süreye göre farklılık göstermektedir.

H5c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı süreye göre farklılık göstermektedir.

H5d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı süreye göre farklılık göstermektedir.

H6: İhracat sorunları algısı işletmenin KOSGEB Desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H6a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı KOSGEB Desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H6b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı KOSGEB Desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H6c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin KOSGEB Desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H6d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin KOSGEB Desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H7:İhracat sorunları algısı firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H7a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H7b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H7c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H7d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H8:İhracat sorunları algısı işletmenin faaliyet alanına göre farklılık göstermektedir.

H8a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin faaliyet alanına göre farklılık göstermektedir.

H8b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin faaliyet alanına göre farklılık göstermektedir.

H8c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin işletmenin faaliyet alanına göre farklılık göstermektedir.

H8d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin işletmenin faaliyet alanına göre farklılık göstermektedir.

H9:İhracat sorunları algısı işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H9a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H9b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H9c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H9d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H10:İhracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı ülke sayısına göre farklılık göstermektedir.

H10a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı ülke sayısına göre farklılık göstermektedir.

H10b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı ülke sayısına göre farklılık göstermektedir.

H10c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı ülke sayısına göre farklılık göstermektedir.

H10d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin ihracat yaptığı ülke sayısına göre farklılık göstermektedir.

H11:İhracat sorunları algısı işletmenin danışmanlık alma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H11a: İşletme dışı etkenler kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin danışmanlık alma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H11b: Pazar bilgisi kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin danışmanlık alma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H11c: Ürün adaptasyonu kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin danışmanlık alma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H11d: Nitelikli iş gücü kaynaklı ihracat sorunları algısı işletmenin danışmanlık alma durumuna göre farklılık göstermektedir.

4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları

Araştırmanın sadece Mersin ilinden ihracat yapan KOBİ'lere uygulanmış olması çalışmanın ana kısıtını oluşturmaktadır. Araştırmanın bir diğer bir sınırlılığı ise elde edilen katılımcı yanıtlarının samimiyetle vermiş oldukları varsayımına dayandırılmasıdır. Çalışmada Covid-19 pandemi sürecinin de etkisi ile sadece anket yöntemi kullanılmıştır. Sonraki çalışmalarda anket yöntemine ilaveten farklı yöntemlerin de uygulanması, ihracat sorunlarının daha derinlemesine sorgulanmasına yardımcı olabilir.

4.5. Araştırmanın Verilerinin Analizi

Veri analizi SPSS 25 paket programı kullanılarak, iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Veri analizine geçmeden önce betimsel istatistiksel tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlik güvenirlik analizi yapılmış ve geçerli olduğu tespit edilmiştir. Cronbach alpha katsayısı= 0,851 bulunmuştur. Bir başka ön koşul olan normallik testi yapılmış ve veri setinin normal dağılıma uymadığı tespit edilmiştir. Veri setinin normal dağılıma uyması için şu üç temel koşulun karşılanması gerekir. Bunlar; veriler aralıklı ya da oransal olmalıdır. Veriler normal dağılıma uymalıdır. Grup varyansları eşit olmalıdır (Altunışık v.d., 2007, s.198). Bu sıralanan koşulların sağlanamaması durumunda verilerin normal dağılıma sahip olduğu söylenemez. Bu nedenle çalışmada parametrik olmayan analiz teknikleri kullanılmıştır.

5. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen verilere ilişkin araştırma evrenini oluşturan işletmelere ait tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi ve hipotezlere ait analiz sonuçları yer almaktadır.

5.1. Tanımlayıcı İstatistikler

İşletmelerin tanımlayıcı istatistiklerini belirleyebilmek amacı ile yöneltilen sorulara verilen cevaplar frekans tablolarında ele alınmıştır.

Tablo 5.1. Anketi Cevaplayanların Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Okur Yazar	2	1,29
İlköğretim	5	3,23
Lise	18	11,71
Ön Lisans	16	10,32
Lisans	84	54,19
Yüksek Lisans	25	16,13
Doktora	5	3,23
TOPLAM	155	100

Ankete yanıt verenlerin eğitim durumlarını ölçmek amacı ile sorulan soruya verilen yanıtlara göre lisans düzeyinde anketi yanıtlayan kişilerin oranı %54,19 ile en yüksek seviyededir. Yüksek lisans düzeyinde %16,13, lise düzeyinde %11,71, ön lisans düzeyinde %10,32 doktora düzeyinde %3,23 ilköğretim düzeyinde %3,23 ve okuryazar seviyesinde de %1,29'luk bir oran oluşmuştur.

Tablo 5.2. Anketi Cevaplayanların Çalıştığı Departman

Çalıştığı Departman	Frekans	Yüzde
Muhasebe	44	28,39
Dış Ticaret	23	14,84
Satış	16	10,32
Ar-Ge	1	0,65
İnsan Kaynakları	9	5,81
İmalat	32	20,65
Diğer	30	19,35
TOPLAM	155	100

Tablo 5.2. incelendiğinde ankete cevap verenlerin %28,39'unun muhasebe departmanında çalıştığı, %14,84'ünün dış ticaret, %10,32'sinin satış, %20,65'inin imalat departmanında çalıştığı

görülmüştür. %19,35'lik kesimi oluşturan ve diğer bölümler cevabını veren 30 kişi ise yönetim, kalite, müdür, genel nüdür vb. bölümlerde görev aldığını belirtmişlerdir.

Tablo 5.3. Anketi Cevaplayanların Çalıştığı Pozisyon

Çalıştığı Pozisyon	Frekans	Yüzde
Çalışan	68	43,87
Firma Sahibi/ Ortağı	46	29,68
Firma Yöneticisi	41	26,45
TOPLAM	155	100

Anketi cevaplayan kişilerin %43,87'si firma çalışanı, %29,68'i firma sahibi/ ortağı ve %26,45'i ise firma yöneticisi olarak görev yapmaktadır.

Tablo 5.4. İşletme Sahibinin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Okur Yazar	3	1,94
İlköğretim	19	12,26
Lise	31	20
Ön Lisans	6	3,87
Lisans	73	47,10
Yüksek Lisans	22	14,19
Doktora	1	0,65
TOPLAM	155	100

İşletme sahiplerinin eğitim durumları incelendiğinde en yüksek oran %47,10 ile yüksek lisanslıdır. Lise mezunlarının oranı %20'dir. %14,19'u yüksek lisans mezunu %12,26'sı ilköğretim mezunu, %3,87'si ön lisans mezunu, %0,65'i ise doktora mezunudur. İşletme sahiplerinin %1,94'ü ise okuryazardır.

Tablo 5.5. İşletme Çalışan Sayısı

Çalışan sayısı	Frekans	Yüzde
0-9	49	31,61
10-49	56	36,13
50-250	50	32,26
TOPLAM	155	100

Ankete cevap veren işletmelerin %31,61'inde 0-9 çalışan, %36,13'ünde 10-49 çalışan, %32,26'sında ise 50-250 arası çalışan istihdam edilmektedir.

Tablo 5.6. Net Satış Hasılatı Miktarları

Net Satış Hasılatı	Frekans	Yüzde
0-3.000.000,00 TL	41	26,50
3.000.001,00 TL-25.000.000,00 TL	70	45,20
25.000.001,00 TL-125.000.000,00 TL	33	21,30
125.000.000,00 TL'den fazla	11	7,10
TOPLAM	155	100

Son mali yıl içerisinde İşletmelerin %26,50 'si 0-3.000.000,00 TL arası, %45,20'si 3.000.001 TL-25.000.000,00 TL arası, %21,30'u 25.000.001,00 TL- 125.000.000,00 TL arası, %7,10' u ise 125.000.000,00 TL 'den fazla net satış hasılatına ulaşmıştır.

Tablo 5.7. İşletmelerin Hukuki Yapısı

Hukuki Yapı	Frekans	Yüzde
Limited Şirket	105	67,70
Anonim Şirket	29	18,70
Şahıs Şirketi	21	13,50
TOPLAM	155	100

Ankete yanıt veren işletmelerin %67,70'i limited şirket, %18,70'i anonim şirket ve %13,50 'si şahıs şirketi statüsündedir.

Tablo 5.8. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör

Faaliyet Gösterdiği Sektör	Frekans	Yüzde
İmalat	114	73,55
Hizmet /Ticaret	41	26,45
TOPLAM	155	100

Ankete yanıt veren işletmelerin %73,55' i imalat, %26,45'i ise hizmet/ ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir.

Tablo 5.9. İşletmelerin Faaliyet Konuları

Faaliyet Konuları	Frekans	Yüzde
Ağaç ve Orman Ürünleri	11	7,10
Demir ve Çelik Ürünleri	20	12,90
Hayvansal Ürünler	2	1,29
Kimyevi Maddeler	11	7,10
Makine ve Aksamaları	32	20,65
Tarım Ürünleri	31	20
Tekstil ve Konfeksiyon	13	8,39

Diğer	35	22,58
TOPLAM	155	100

Yapılan çalışma kapsamında ankete yanıt veren işletmeler en fazla %20,65 ile makine ve aksamları konularında faaliyet göstermektedir. İşletmelerin %20'si tarım ürünleri %12,90' ı demir ve çelik ürünleri, %8,39' u tekstil ve konfeksiyon, %7,10' u kimyevi maddeler, yine % 7,10' u ağaç ve orman ürünleri ve %1,29' u hayvansal ürünler konularında faaliyet göstermektedirler.

Tablo 5.10. İşletmenin Devlet Desteklerinden Yararlanmaya Yönelik Profesyonel Destek (Danışmanlık Hizmeti) Alma Durumu

İşletmenin Danışmanlık Hizmeti Alma Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	77	49,70
Hayır	78	50,30
TOPLAM	155	100

İşletmelerin % 49,70'i devlet desteklerinden yararlanmak amacı ile danışmanlık hizmeti aldığını belirtirken % 50,30 'u danışmanlık hizmeti almadığını belirtmiştir.

Tablo 5.11. Yapılan İhracatın Net Satış Hasılatı İçindeki Payı

Oran	Frekans	Yüzde
% 10'dan az	40	25,80
% 10-%20	42	27,10
% 21-%50	33	21,30
%50' den fazla	40	25,80
TOPLAM	155	100

Yapılan ihracatın net satış hasılatı içerisindeki payını öğrenmek için sorulan soruya yanıt veren işletmelerin %25,80'i %10'dan daha az, %27,10'u %10 ile %20 arasında, %21,30' u %21 ile %50 arasında, %25,80 'i ise %50'den fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 5.12. İşletmelerin İhracat Yaptıkları Süreler

İhracat Tecrübesi	Frekans	Yüzde
1 yıldan az	22	14,20
1-5 yıl	60	38,70
6-10 yıl	35	22,60
11-15 yıl	22	14,20
15 yıldan fazla	16	10,30
TOPLAM	155	100

İşletmelerin ihracat tecrübeleri incelendiğinde %14,20'sinin 1 yıldan daha az süredir ihracat yaptığı görülmektedir. İşletmelerin %38,70' i 1-5 yıl arası, %22,60'ı 6-10 yıl arası, %14,20'si 11-15 yıl arası, %10,30'u ise 15 yıldan fazla süredir ihracat yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5.13. İhracat Yapılan Ülke Sayısı

Ülke Sayısı	Frekans	Yüzde
1-3	66	42,60
4-6	38	24,50
7-10	22	14,20
10'dan fazla	29	18,70
TOPLAM	152	100

Ankete katılım sağlayan işletmelerin ihracat yaptıkları ülke sayıları Tablo 5.13'te gösterilmiştir. Buna göre işletmelerin %42,60'ı 1-3 ülkeye ihracat yapmaktadır. %24,50'si 4-6 ülkeye, %14,20'si 7-10 ülkeye, %18,70'i ise 10'dan fazla ülkeye ihracat yapmaktadır.

Tablo 5.14. KOSGEB Desteklerinden Faydalanma

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Evet	121	78,1
Hayır	34	21,9
Toplam	155	100,0

Ankete katılım sağlayan işletmelerin KOSGEB desteklerinden faydalanma durumları Tablo 5.14'te gösterilmiştir. Buna göre işletmelerin %78,1'ı desteklerden faydalanırken, %21,9'u faydalanmamaktadır.

5.2.Faktör Analizi

Aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak, ölçmeyi az sayıda faktörle açıklamayı amaçlayan istatistiksel teknik, faktör analizi olarak tanımlanır (Büyüköztürk, 2005, s.123). Eğer faktör analizinde değişkenler arası ilişkiler ortaya konmaya çalışılıyorsa bu faktör analizine açıklayıcı faktör analizi denir. Değişkenler arasındaki ilişkilere dair daha önceden belirlenmiş kuramsal yapıya uygunluğu sınamak için yapılan faktör analizine ise doğrulayıcı faktör analizi denir. Bu çalışmada açıklayıcı faktör analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğe ilişkin faktör analizi aşağıda verilmiştir.

Tablo 5.15. İhracat Sorun Algısı Ölçeği Faktör Analizi

İfadeler	Varyans %	Özdeğer	Faktör yükleri	Cronbach's alpha
İşletme dışı etkenler	46,733	11,216		0,81
Yerel para biriminin istikrarsızlığı			,802	
İhracat engellerinin aşılmasında devlet desteğinin eksikliği			,795	
İhraç edilen ürünün nakliyesinde yaşanan zorluklar			,770	
Bürokrasi			,768	
Etkili olmayan ulusal ihracatı teşvik programları			,755	
Yüksek nakliye maliyetleri			,737	
İhracatı finanse etmek için yüksek sermaye maliyeti			,657	
İhracatın kendi kendini finanse edememesi			,625	
Yerel para biriminin istikrarsızlığı			,598	
Yurtdışı distribütörlerin ödeme gecikmeleri			,583	
Güçlü uluslararası rekabet			,581	
İhracat belgelerinin karmaşıklığı			,538	
Pazar bilgisi	10,486	2,517		0,78
Potansiyelli yurtdışı distribütörleri belirleme güçlüğü			,805	
Yurtdışı distribütörler hakkında bilgi eksikliği			,804	
İhracat pazarlaması araştırmalarının eksikliği			,744	
Yurtdışı pazarlar hakkında bilgi yetersizliği			,688	
İhracat pazarlarında tanıtım yetersizliği			,640	
Ürün adaptasyonu	1,741	7,256		0,84
İhracat pazarları için kötü ürün tasarımı ve stili			,833	
İhracat ambalajında düşük kalite			,785	
İthalatçıların ürün kalite standartlarını			,740	

karşılımda zorluk				
Nitelikli iş gücü	1,133	4,723		0,72
İhracat danışmanlığında “uzman” eksikliği			,783	
İhracatta kalifiye personel eksikliği			,776	
Firmanın ihracat departmanının zayıf organizasyonu			,751	
Toplam	69,198			
KMO= ,899 sd=276				
Ki-Kare=2930,243 p=,000				
Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi				
Döndürme Yöntemi: Kaiser Normalleştirilmesi İle Varimax, İterasyon Sayısı:6				

Büyüköztürk (2005)’e göre faktör analizi yapılabilmesi için KMO değerinin 0,60’dan yüksek olması ve Bartlett testinin ($p < 0,05$) anlamlı çıkması gerekmektedir. Buna göre Tablo 5.15’de ki sonuçlara bakıldığında KMO değeri 0,899 çıkmış ve faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren Bartlett Küresellik testi sonucu hesaplanan Ki-kare değeri 2930,243 ve $p = 0,000$ değerinin istatistiksel açıdan yeterliliği sağladığını ve faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. Faktörler toplam varyansın % 69,198 ini açıklamaktadır.

5.3. Hipotezlerin Test Edilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular

Tablo 5.16. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Çalışan Sayısı Durumuna Göre Farklılığı

Faktör	İşletmenin çalışan sayısı	N	Ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	0-9	49	75,16	,295	,863
	10-49	56	79,69		
	50-249	50	78,89		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	0-9	49	72,74	1,869	,393
	10-49	56	76,55		
	50-249	50	84,77		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	0-9	49	79,26	3,316	,191
	10-49	56	84,84		
	50-249	50	69,11		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	0-9	49	78,02	,324	,851
	10-49	56	80,32		
	50-249	50	75,38		
	Toplam	155			

Nitelikli iş gücü	0-9	49	73,87	,705	,703
	10-49	56	78,67		
	50-249	50	81,30		
	Toplam	155			

Tablo 5.16’da ihracat sorunları algısının çalışan sayısına göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p<0.05$). Bu nedenle H1 hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuçlara göre çalışan sayısının ihracat sorunlarını etkilemediği söylenebilir.

Tablo 5.17. İhracat Sorunları Algısı İşletmenin Yıllık Bilanço Durumuna Göre Farklılığı

Faktör	Yıllık bilanço durumu	N	Sıra Ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	0-3.000.000	41	71,61	3,482	,323
	3.000.001-25.000.000	70	80,51		
	25.000.0001-125.000.000	33	85,94		
	125.000.000’den fazla	11	62,00		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	0-3.000.000	41	68,02	6,594	,086
	3.000.001-25.000.000	70	76,95		
	25.000.0001-125.000.000	33	94,35		
	125.000.000’den fazla	11	72,82		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	0-3.000.000	41	77,77	7,509	,057
	3.000.001-25.000.000	70	84,48		
	25.000.0001-125.000.000	33	75,52		
	125.000.000’den fazla	11	45,09		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	0-3.000.000	41	72,52	1,301	,729
	3.000.001-25.000.000	70	81,74		
	25.000.0001-125.000.000	33	75,52		
	125.000.000’den fazla	11	82,09		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	0-3.000.000	41	73,27	1,840	,606
	3.000.001-25.000.000	70	82,92		
	25.000.0001-125.000.000	33	76,61		
	125.000.000’den fazla	11	68,50		
	Toplam	155			

Tablo 5.17’de ihracat sorunları algısının işletmenin yıllık bilançosuna göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve

faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p<0.05$). Bu nedenle H2 hipotezi reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre yıllık bilanço durumu ihracata konu olan bir sorun teşkil etmemektedir diyebiliriz.

Tablo 5.18. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin İhracat / Net Satış Hasılatı Durumuna Göre Farklılığı

Faktör	İhracat / net satış hasılatı	N	Sıra Ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	%10'dan az	40	87,19	3,440	,329
	%10-%20 Arası	42	79,96		
	%21-%50	33	68,64		
	%50'den fazla	40	74,48		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	%10'dan az	40	81,78	,460	,928
	%10-%20 Arası	42	76,73		
	%21-%50	33	75,05		
	%50'den fazla	40	78,00		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	%10'dan az	40	86,55	5,001	,172
	%10-%20 Arası	42	84,57		
	%21-%50	33	68,55		
	%50'den fazla	40	70,35		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	%10'dan az	40	86,83	3,735	,292
	%10-%20 Arası	42	78,11		
	%21-%50	33	66,56		
	%50'den fazla	40	78,50		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	%10'dan az	40	91,70	6,642	,084
	%10-%20 Arası	42	80,00		
	%21-%50	33	68,06		
	%50'den fazla	40	70,40		
	Toplam	155			

Tablo 5.18'de ihracat sorunları algısının işletmenin ihracat/net satış hasılatı durumuna göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p<0.05$). Bu nedenle H3 hipotezi reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre sorunları algısında ihracat/net satış hasılatı durumu etkili olmamaktadır

Tablo 5.19. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin Hukuki Durumuna Göre Farklılığı

Faktör	Sermaye yapısı	N	Ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	Şahıs	21	67,07	1,446	,485
	Limited	105	79,86		
	Anonim	29	79,17		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	Şahıs	21	63,02	3,037	,219
	Limited	105	79,18		
	Anonim	29	84,59		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	Şahıs	21	72,10	,781	,677
	Limited	105	80,14		
	Anonim	29	74,52		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	Şahıs	21	74,19	,304	,859
	Limited	105	79,32		
	Anonim	29	75,98		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	Şahıs	21	68,55	2,080	,354
	Limited	105	81,50		
	Anonim	29	72,17		
	Toplam	155			

Tablo 5.19’da ihracat sorunları algısının işletmenin hukuki yapısına göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Bu nedenle H4 hipotezi reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara bakıldığında işletmede ihracat sorunları algısı üzerinde hukuki yapı etkili olmamaktadır.

Tablo 5.20. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin İhracat Yaptığı Süreye Göre Farklılığı

Faktör	İşletmenin ihracat yaptığı süre	N	Sıra Ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	1 yıldan daha az	22	94,80	10,293	,036
	1-5 yıl	60	79,60		
	6-10 yıl	35	59,81		
	11- 15 yıl	22	76,27		
	16 yıl ve daha fazla	16	91,06		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	1 yıldan daha az	22	86,36	7,245	,123
	1-5 yıl	60	76,53		
	6-10 yıl	35	65,37		

	11- 15 yıl	22	78,18		
	16 yıl ve daha fazla	16	99,41		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	1 yıldan daha az	22	98,61	16,645	,002
	1-5 yıl	60	81,88		
	6-10 yıl	35	52,94		
	11- 15 yıl	22	81,09		
	16 yıl ve daha fazla	16	85,66		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	1 yıldan daha az	22	88,23	4,887	,299
	1-5 yıl	60	83,22		
	6-10 yıl	35	68,69		
	11- 15 yıl	22	66,91		
	16 yıl ve daha fazla	16	80,00		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	1 yıldan daha az	22	96,61	7,218	,125
	1-5 yıl	60	81,07		
	6-10 yıl	35	66,56		
	11- 15 yıl	22	69,41		
	16 yıl ve daha fazla	16	77,75		
	Toplam	155			

Tablo 5.20’de ihracat sorunları algısının ihracat yaptığı süreye göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde işletme dışı etkenler, pazar bilgisi ve nitelikli iş gücü boyutlarında farklılaşmadığı ($p < 0.05$), genel düzeyde, ürün adaptasyonu alt boyutunda farklılaştığı tespit edilmiştir ($p > 0.05$). H5 hipotezi ve H5b alt hipotezi kabul edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre ihracata konu olan ürün bazında işletmeler sorun yaşamaktadır diyebiliriz. Bu durum işletmede genel düzeyde bir ihracat sorunları algısı yarattığı söylenebilir.

Tablo 5.21. İhracat Sorunları Algısının İşletmenin KOSGEB Desteklerinden Yararlanma Durumuna Göre Farklılığı

Faktör	Desteklerden yararlanma durumu	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	İstatistik değeri	Anlamlılık Değeri
İhracat sorun genel	Evet	121	81,55	9867,00	1628,000	,064
	Hayır	34	65,38	2223,00		
	Toplam	155				
İşletme dışı etkenler	Evet	121	81,38	9847,00	1648,000	,077
	Hayır	34	65,97	2243,00		
	Toplam	155				

Ürün adaptasyonu	Evet	121	82,20	9946,00	1549,000	,028
	Hayır	34	63,06	2144,00		
	Toplam	155				
Pazar bilgisi	Evet	121	81,31	9838,50	1656,500	,082
	Hayır	34	66,22	2251,50		
	Toplam	155				
Nitelikli iş gücü	Evet	121	80,65	9759,00	1736,000	,163
	Hayır	34	68,56	2331,00		
	Toplam	155				

Tablo 5.21’de ihracat sorunları algısının işletmenin KOSGEB desteklerinden yararlanma durumuna göre farklılığına ilişkin yapılan Mann-Whitney U testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde, işletme dışı etkenler, pazar bilgisi ve nitelikli iş gücü boyutlarında farklılaşmadığı ($p < 0.05$), ürün adaptasyonu alt boyutunda farklılaştığı tespit edilmiştir ($p > 0.05$). H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Ulaşılan sonuçlar incelendiğinde işletmelerin KOSGEB desteklerinde ürün bazında eksik ya da yanlış destek aldığı söylenebilir. Bu durum KOSGEB kaynaklı olabileceği gibi işletmenin ürün tercihi kaynaklı da olduğu söylenebilir.

Tablo 5.22. İhracat Sorunları Algısının Firma Sahibinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığı

	Firma sahibinin eğitim durumu nedir?	N	Sıra ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	Lise ve altı	53	82,80	5,840	,382
	Ön lisans ve lisans	79	74,42		
	Lisansüstü	23	92,23		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	Lise ve altı	53	52,00	3,221	,822
	Ön lisans ve lisans	79	73,32		
	Lisansüstü	23	87,10		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	Okur-yazar	53	76,33	6,968	,376
	İlköğretim	79	71,79		
	Lise	23	84,79		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	Okur-yazar	53	88,52	8,432	,137
	İlköğretim	79	76,13		
	Lise	23	96,58		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	Okur-yazar	53	91,73	9,320	,223
	İlköğretim	79	84,32		
	Lise	23	88,90		
	Toplam	155			

Tablo 5.22’de ihracat sorunları algısının firma sahibinin eğitim durumuna göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Bu nedenle H_7 hipotezi

reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre firma sahibinin eğitim durumu ihracata sorun olan bir neden oluşturmadığı söylenebilir.

Tablo 5.23. İhracat Sorunları Algısının Firma Faaliyet Alanına Göre Farklılığı

Faktör	Firma faaliyet alanı	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	İstatistik değeri	Anlamlılık Değeri
İhracat sorun genel	İmalat	114	80,07	9127,50	2101,500	,339
	Ticaret/Hizmet	41	72,26	2962,50		
	Toplam	155				
İşletme dışı etkenler	İmalat	114	80,52	9179,00	2050,000	,244
	Ticaret/Hizmet	41	71,00	2911,00		
	Toplam	155				
Ürün adaptasyonu	İmalat	114	80,65	9194,00	2035,000	,219
	Ticaret/Hizmet	41	70,63	2896,00		
	Toplam	155				
Pazar bilgisi	İmalat	114	77,71	8859,00	2304,000	,893
	Ticaret/Hizmet	41	78,80	3231,00		
	Toplam	155				
Nitelikli iş gücü	İmalat	114	80,02	9122,50	2106,500	,347
	Ticaret/Hizmet	41	72,38	2967,50		
	Toplam	155				

Tablo 5.23’de ihracat sorunları algısının firma faaliyet alanına göre farklılığına ilişkin yapılan Mann-Whitney U testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Bu nedenle H8 hipotezi reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre işletme faaliyet alanının ihracata engel bir sorun oluşturmadığı söylenebilir.

Tablo 5.24. İhracat Sorunları Algısının Faaliyet Gösterilen Sektöre Göre Farklılığı

	Faaliyet gösterilen sektör	N	Sıra ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	Tarım ve hayvansal ürün	33	83,45	3,164	,845
	Ağaç ve Orman ürünleri	11	85,95		
	Tekstil ve Konfeksiyon	13	81,69		
	Demir ve Çelik ürünleri	20	63,25		
	Kimyevi Maddeler	11	83,77		
	Makine ve Aksamları	32	76,78		
	Diğer	35	80,77		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	Tarım ve hayvansal ürün	33	85,45	6,132	,492
	Ağaç ve Orman ürünleri	11	90,55		
	Tekstil ve Konfeksiyon	13	81,96		
	Demir ve Çelik ürünleri	20	68,90		
	Kimyevi Maddeler	11	95,00		
	Makine ve Aksamları	32	68,91		
	Diğer	35	74,31		

	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	Tarım ve hayvansal ürün	33	70,32	6,754	,462
	Ağaç ve Orman ürünleri	11	81,55		
	Tekstil ve Konfeksiyon	13	74,69		
	Demir ve Çelik ürünleri	20	69,23		
	Kimyevi Maddeler	11	70,14		
	Makine ve Aksamları	32	80,83		
	Diğer	35	92,77		
	Toplam	155			
Pazar bilgisi	Tarım ve hayvansal ürün	33	62,51	4,377	,710
	Ağaç ve Orman ürünleri	11	77,77		
	Tekstil ve Konfeksiyon	13	88,23		
	Demir ve Çelik ürünleri	20	62,40		
	Kimyevi Maddeler	11	73,95		
	Makine ve Aksamları	32	82,25		
	Diğer	35	82,91		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	Tarım ve hayvansal ürün	33	90,81	6,954	,433
	Ağaç ve Orman ürünleri	11	64,45		
	Tekstil ve Konfeksiyon	13	85,42		
	Kimyevi Maddeler	11	73,95		
	Makine ve Aksamları	32	82,25		
	Diğer	35	82,91		
	Toplam	155			

Tablo 5.24’de ihracat sorunları algısının faaliyet gösterilen sektöre göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Bu nedenle H9 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5.25. İhracat Sorunları Algısının İhracat Yapılan Ülke Sayısına Göre Farklılığı

Faktör	İhracat yapılan ülke sayısı	N	Sıra Ortalama	İstatistik değeri	Anlamlılık değeri
İhracat sorun genel	1-3 arası ülkeye	66	85,86	7,401	,060
	4-6 arası ülkeye	38	71,28		
	7-10 arası ülkeye	22	58,68		
	11 ve üzeri ülkeye	29	83,59		
	Toplam	155			
İşletme dışı etkenler	1-3 arası ülkeye	66	81,40	2,399	,494
	4-6 arası ülkeye	38	74,84		
	7-10 arası ülkeye	22	66,48		
	11 ve üzeri ülkeye	29	83,14		
	Toplam	155			
Ürün adaptasyonu	1-3 arası ülkeye	66	84,94	5,931	,115
	4-6 arası ülkeye	38	67,91		
	7-10 arası ülkeye	22	65,48		
	11 ve üzeri ülkeye	29	84,93		

	Toplam	155			
Pazar bilgisi	1-3 arası ülkeye	66	86,14	10,733	,013
	4-6 arası ülkeye	38	74,03		
	7-10 arası ülkeye	22	51,75		
	11 ve üzeri ülkeye	29	84,60		
	Toplam	155			
Nitelikli iş gücü	1-3 arası ülkeye	66	87,63	8,084	,044
	4-6 arası ülkeye	38	65,92		
	7-10 arası ülkeye	22	64,57		
	11 ve üzeri ülkeye	29	82,10		
	Toplam	155			

Tablo 5.25’de ihracat sorunları algısının ihracat yapılan ülke sayısına göre farklılığına ilişkin yapılan Kruskal Wallis testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel düzeyde, işletme dışı etkenler, ürün adaptasyonu boyutlarında farklılaşmadığı ($p<0.05$), pazar bilgisi ve nitelikli iş gücü alt boyutlarında farklılaştığı tespit edilmiştir ($p<0,05$). H10b ve H10d alt hipotezleri kabul edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre işletmelerde ülke sayısına göre pazar bilgisi ve nitelikli işgücü faktörlerinde sorunların varlığından bahsedilebilir.

Tablo 5.26. İhracat Sorunları Algısının Danışmanlık Desteği Alma Durumuna Göre Farklılığı

Faktör	Danışmanlık desteği	N	Sıra Ortalama	Sıra toplamı	İstatistik değeri	Anlamlılık Değeri
İhracat sorun genel	Evet	77	81,27	6258,00	2751,000	,367
	Hayır	78	74,77	5832,00		
	Toplam	155				
İşletme dışı etkenler	Evet	77	82,21	6330,00	2679,000	,246
	Hayır	78	73,85	5760,00		
	Toplam	155				
Ürün adaptasyonu	Evet	77	80,23	6177,50	2831,500	,538
	Hayır	78	75,80	5912,50		
	Toplam	155				
Pazar bilgisi	Evet	77	81,21	6253,50	2755,500	,373
	Hayır	78	74,83	5836,50		
	Toplam	155				
Nitelikli iş gücü	Evet	77	78,79	6066,50	2942,500	,828
	Hayır	78	77,22	6023,50		
	Toplam	155				

Tablo 5.26’da ihracat sorunları algısının danışmanlık desteği alma durumuna göre farklılığına ilişkin yapılan Mann-Whitney U testi sonucu yer almaktadır. Elde edilen sonuç incelendiğinde genel

düzeyde ve faktör bazında farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p<0.05$). Bu nedenle H11 hipotezi reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre danışmanlık desteği alma durumunun işletme sorunları algısı üzerinde bir etkisi yoktur denilebilir.

Tablo 5.27. İhracat Sorunları Algısının Genel Düzeyde ve Alt Boyutlar Arasında Spearman Korelasyon Testi

Spearman's rho		İhracat sorun genel	İşletme dışı etkenler	Ürün adaptasyonu	Pazar bilgisi	Nitelikli iş gücü
İhracat sorun genel	Korelasyon katsayısı	1,000	,895**	,793**	,676**	,761**
	P	.	,000	,000	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
İşletme dışı etkenler	Korelasyon katsayısı	,895**	1,000	,554**	,442**	,538**
	P	,000	.	,000	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
Ürün adaptasyonu	Korelasyon katsayısı	,793**	,554**	1,000	,520**	,646**
	P	,000	,000	.	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
Pazar bilgisi	Korelasyon katsayısı	,676**	,442**	,520**	1,000	,555**
	P	,000	,000	,000	.	,000
	N	155	155	155	155	155
Nitelikli iş gücü	Korelasyon katsayısı	,761**	,538**	,646**	,555**	1,000
	P	,000	,000	,000	,000	.
	N	155	155	155	155	155

Tablo 5.27 incelendiğinde faktörler arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir ($p<0,00$). İhracat sorun genel düzeyinde ve diğer alt boyutlarda faktörler arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmektedir. Her bir faktörde meydana gelen değişimin diğer faktörleri de etkilediği görülmektedir.

Tablo 5.28. Hipotez Sonuçları

HİPOTEZ		SONUÇ	HİPOTEZ		SONUÇ
H1	H1a	Desteklenmedi	H7	H7a	Desteklenmedi
	H1b	Desteklenmedi		H7b	Desteklenmedi
	H1c	Desteklenmedi		H7c	Desteklenmedi
	H1d	Desteklenmedi		H7d	Desteklenmedi
H2	H2a	Desteklenmedi	H8	H8a	Desteklenmedi
	H2b	Desteklenmedi		H8b	Desteklenmedi
	H2c	Desteklenmedi		H8c	Desteklenmedi
	H2d	Desteklenmedi		H8d	Desteklenmedi
H3	H3a	Desteklenmedi	H9	H9a	Desteklenmedi
	H3b	Desteklenmedi		H9b	Desteklenmedi
	H3c	Desteklenmedi		H9c	Desteklenmedi
	H3d	Desteklenmedi		H9d	Desteklenmedi
H4	H4a	Desteklenmedi	H10	H10a	Desteklenmedi
	H4b	Desteklenmedi		H10b	Desteklendi
	H4c	Desteklenmedi		H10c	Desteklenmedi
	H4d	Desteklenmedi		H10d	Desteklendi
H5	H5a	Desteklenmedi	H11	H11a	Desteklenmedi
	H5b	Desteklenmedi		H11b	Desteklenmedi
	H5c	Desteklendi		H11c	Desteklenmedi
	H5d	Desteklenmedi		H11d	Desteklenmedi
H6	H6a	Desteklenmedi			
	H6b	Desteklenmedi			
	H6c	Desteklendi			
	H6d	Desteklenmedi			

Tablo 5.28 incelendiğinde H5c, H6c, H10b ve H10d hipotezlerinin desteklendiği görülmektedir.

6. SONUÇ

Küreselleşme ile birlikte uluslararası ticaret önemli bir faktör haline gelmiştir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre şekillenen bu uluslararası ticaret sistemine, bulundukları ülkede faaliyet gösteren ve ihracat misyonuna sahip tüm işletmeler katılmak istemektedir. Ancak bu durum gerek işletme yapısı gerekse ulusal mevzuat kaynaklı olarak çoğu zaman sorun arz etmektedir. Bu durum ülkelerin dış ticaret dengesini de olumsuz etkilemektedir. Ülke ekonomisine önemli katkısı olan dövizin kolaylıkla girişinin sağlanması amacıyla ihracat önemli bir husustur. Türkiye’de ise hem ulusal mevzuat hem de işletme kaynaklı sorunlar yaşanmaktadır. Sorunların giderilmesi dış ticaret dengesi açısından oldukça önemlidir.

Mersin ilinde ihracat yapan KOBİ düzeyindeki işletmelere yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada, KOBİ’lerin yaşadıkları sorunları ve bu sorunların kaynağını belirlemek hedeflenmiştir. Kanuni olarak Mersin ilinde faaliyet gösterdikleri tespit edilen 155 KOBİ örnekleminde çalışma gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında ulaşılan KOBİ’lerden ankete cevap verenlerin eğitim durumlarına bakıldığında %54,19 ile lisans düzeyinin en fazla olduğu görülmektedir. Bu oran araştırma kapsamında yaşanan sorunlara ulaşmada daha tutarlı sonuçlara ulaşılabileceği beklentisi oluşturmaktadır. Yine cevap verenlerin çalıştığı departmana bakıldığında en fazla muhasebe (%28,39) olduğu görülmektedir. Muhasebe departmanlarında işletmelerin pazar karnesi daha net olarak görülmektedir.

Çalışmaya katılanların işletme içi pozisyonlarına bakıldığında %43,87 ile en fazla çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışanların ağırlıklı olmasının çalışma açısından avantajı vardır. Tekin (2006, s.127)’ ye göre KOBİ düzeyindeki işletmelerde tüm kararların tek bir kişide toplanması yönetsel sorunlara neden olmaktadır. Bu çalışmada ise çalışanların daha ağırlıklı olması yönetimin farkındalığının dışında oluşan sorunlara yönelik yanıt alınmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Araştırma örneklemindeki işletmelerin yöneticilerinin %47,10’u lisans mezunudur. Bu oran ile işletme davranışlarının günümüz koşullarında gerçekleştiği varsayılmıştır.

Örneklem kapsamındaki işletmeler, ağırlıklı olarak yıllık 3-25 milyon arası net satış hasılatına sahip ve % 67,70 oranında limited şirket statüsündedir. İmalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin % 50,30’u herhangi bir destek almadıklarını belirtmişlerdir. Yıllık net satış hasılatları içinde ihracat gelirlerinin payı yüksek olan örneklem kapsamındaki işletmeler ortalama 1-5 yıl arası ihracat tecrübesine sahiptir. İhracat tecrübelerinin az olması bazı olağanüstü dönemlerde işletme davranışlarını olumsuz etkileyebilir.

İşletmelerin çalışan sayılarının, ihracat sorun algısı üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmaya katılan işletmelerin ağırlıklı olarak 10-49 arası çalışana sahip olmaları ve imalat sektöründe faaliyet göstermeleri nedeniyle etkisinin olmadığı düşünülebilir.

İşletmelerin yıllık bilançolarının ihracat sorunları algısı üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak ağırlıklı olarak yurtiçi satışların olması söylenebilir. İşletmelerin net satış hasılatı içerisindeki ihracat oranları da ulaşılan bu sonucu destekler niteliktedir. Sorun algısının oluşmamasında işletmelerin ihracat odaklı çalışmadıkları ve bu sebeple gerek bilançoları gerekse ihracat gelirlerini ihracatta karşılaştıkları sorun olarak algılamadıkları söylenebilir.

İşletmelerin hukuki yapılarının ihracat sorunları algısı oluşmasında etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Limited, şahıs ve anonim statülerinin ihracata engel olmadığı, ihracatın hukuki yapıdan ziyade bazı mevzuatlar çerçevesinde yapılıyor olması bu durum üzerinde etkili olduğu ifade edilebilir.

İşletmelerin ihracat yaptıkları sürenin ihracat sorun algısında, ihracat sorun genel ve ürün adaptasyonu faktörlerinde farklılaştığı görülmüştür. Yani bu faktörlerde sorunlar algılanmaktadır. Araştırmaya katılan işletmelerin %38,70'inin 1-5 yıl arası ihracat sürelerine sahip oldukları belirtilmişti. 16 yıl ve daha uzun süreli ihracat yapan KOBİ'lerin ihracatta karşılaşılan sorunlardan daha fazla etkilenmesi, KOBİ'lerin güncel ekonomik gelişmelere uyum sağlayamaması, teknolojik alt yapının geliştirilememesi ve dış pazarlarda yaşanan gelişmeleri iyi takip edememesinden dolayı kaynaklandığı söylenebilir. İşletmelerin üretimlerini pazarlara yönelik şekillendiremedikleri ve bu durumda genel ihracat düzeyinde bir sorun algısı oluşturduğu düşünülebilir. Burada dikkat edilmesi gereken bir başka husus ise pazar bilgisine sahip olunmasına rağmen ürün adaptasyonu konusunda sorun yaşanmasının, işletmelerde kalifiye personel istihdamında sorunlar yaşanması ve üretilen ürünlerde belirtilen standartlar yakalanamamasından kaynaklandığı ifade edilebilir. Akgemci (2001) ve Kendirli vd., (2001)'ye göre işletmeler hammadde, bilgi ve veri, işgücü, üretim, kalite ve standardizasyon sorunları yaşamaktadırlar.

İşletmelerin KOSGEB desteklerinden faydalanma durumlarının sorun algısı üzerinde ürün adaptasyonu alt boyutunda etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun nedeni ise yukarıda da değinildiği üzere pazar bilgisinin olmasına rağmen ürün adaptasyonunda sorun yaşanmasında işletme kaynaklı sorunlar söylenebilir. İşletmelerin pazarın isteklerini nasıl takip edecekleri konusunda KOSGEB'den beklentileri olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan 155 işletmeden 121'inin KOSGEB desteği almasına rağmen ürün adaptasyonu alt boyutunda sorun yaşamasına öneri olarak KOSGEB desteklerinin genel düzeyden, ürün ve firmaya göre destek modeline geçilmesi gerektiği ifade edilebilir. İşletmeler özelinde yapılacak çalışma ile işletmelerin yaşadıkları soruna göre destek verilmesinin ürün adaptasyonu konusunda daha yararlı olacağı düşünülmektedir.

İşletme sahibinin eğitim durumu, faaliyet alanı ve faaliyet gösterilen sektör durumlarında ihracat sorun algısının oluşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İşletme sahibi eğitim durumuna göre ağırlıklı olarak lisans mezunu olan işletmelerin örnekleme oluşturması sorun algısının oluşmamasında bir etkindir diyebiliriz. Faaliyet alanı ve sektöre göre farklılıkların oluşmamasında ise ilgili alanların ihracata açık ve pazar paylarının varlığı sorun algısı oluşmasında engel teşkil etmektedir.

İşletmelerin ihracat yaptıkları ülke sayılarının ihracat sorunları algısında pazar bilgisi ve ürün adaptasyonu alt boyutlarında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan işletmelerin ağırlıklı olarak 1-3 arası ülkeye ihracat yaptıkları göz önünde bulundurulursa, bu işletmelerin daha fazla ülkeye ihracat yapmalarının önündeki engelin pazar bilgisi eksikliği olduğunu söyleyebiliriz. Pazar bilgisi sorununu ortaya çıkaran faktörün de nitelikli personel eksiliğinden kaynaklandığını söylemek yanlış olmaz. Çünkü uluslararası pazar araştırması yapan personellerin ihracata yönelen işletmelerin vizyon oluşturmada etkili olduğu bilinmektedir. Ayrıca 11 ve üzeri ülkeye ihracat yapan KOBİ'lerin de pazar bilgisi sorunu yaşamalarının, ülke sayısı artışına rağmen organizasyonlarını aynı düzeyde geliştirememelerinin bir sonucu olduğunu da ifade edebiliriz. İşletmelerin bu alanda istihdam yaratması ve personel eğitimi konusunda ilgili kuruluşlardan destek alması ve ihracat organizasyonlarını daha iyi yapmaları bu sorunun giderilmesini sağlayacaktır.

İşletmelerin danışmanlık desteği alma durumlarının da sorunlar algısı üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Burada işletmelerin talep ettikleri ve başvurdukları destek kalemlerinin daha çok finansman ihtiyaçları gidermede yoğunlaştıkları ve bu nedenle yaşanan sorunların giderilmesinin yine finansman aracılığıyla giderileceği düşüncesinin hakim olduğu söylenebilir. Oysaki ihracat destekleri kapsamında eğitimlerin önemi net olarak görülmektedir.

Genel olarak işletmelerin yaşadıkları sorunların kaynağına ilişkin yapılan analizler, çalışan sayısı, yıllık bilanço, net satış hasılası, hukuki yapısı, ihracat yaptığı süre, KOSGEB desteklerinden yararlanma, işletme sahibinin eğitim durumu, işletmenin faaliyet alanı, işletmenin faaliyet gösterdiği sektör, ihracat yapılan ülke sayısı ve danışmanlık hizmeti alma değişkenleri kapsamında yer almaktadır. Bu değişkenler arasında işletmeler ihracat yaptığı süre değişkeni içerisinde genel düzeyde ve ürün adaptasyonu boyutlarında, KOSGEB desteklerinde faydalanma değişkeninin de ise sadece ürün adaptasyonu boyutunda, ihracat yapılan ülke sayısı değişkeninde pazar bilgisi ve nitelikli iş gücü alt boyutlarında farklılık tespit edilmiştir. Farklılık tespit edilemeyen boyutlar düzeyinde ise işletmelerin genel yapılarının birbirlerine benzerlik gösterdikleri söylenebilir.

Ülkemizde genel olarak KOBİ'lerin güçlü bir sermaye yapısına sahip olmamaları, alanında uzman personel istihdamında ki eksiklikler, üretim ve satış kısmında yaşanan sorunlardan dolayı henüz dış piyasalarda istenilen etkinliğe kavuşmalarında sorunlara neden olmaktadır. Gerek üretim gerekse yönetim alanlarında gelenekselci yaklaşımları ve tutumları nedeniyle bu sorunlarla karşılaştıkları söylenebilir. Bu çalışmadan elde edilen analiz sonuçlarına bakıldığında Mersin ölçeğindeki KOBİ'lerin pazar araştırması, ihracata konu olan ürün seçimi, ihracat yapılan ülkelere göre ise nitelikli iş gücü faktörlerinde sorun yaşamaları da bu durumun göstergesidir. Ulaşılan sonuçları kıyaslamak amacıyla KOBİ'lerin ihracatta yaşadıkları sorunlarla ilgili literatürde yapılmış çalışma sonuçları ise şu şekildedir: Özcan ve Atalay (2017), tarafından yapılan Konya'da Makine-Aksam İmalatı Yapan İhracatçı KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlara yönelik çalışmada

işletmenin çalışan sayısı, yıllık bilançosu, hukuki yapısı, faaliyet alanı, devlet desteklerinden yararlanma ve faaliyet süresi değişkenlerinde anlamlı fark bulunamamıştır. Yine bu çalışmada işletmelerin ihracatta üretim yöntemleri ile ilgili sorunlarla karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Balantekin (2006), tarafından yapılan çalışmada, işletmelerin başlıca ihracat sorunlarının üretim maliyetleri, ülke ve işletme imajı, finansal sorunlar, yetişmiş eleman ve rekabet olduğu belirlenmiştir. Erkan (2017), tarafından yapılan çalışmada ise KOBİ'lerin Pazar araştırması, pazar istikrarı ve pazar payı sorunları yaşadıkları tespit edilmiştir. Bozkurt ve Tunç (2018), tarafından yapılan çalışmada ise KOBİ'lerin ihracatta yaşadıkları sorunlar sırası ile döviz kurundaki hareketlilik, ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, devlet desteğinin yetersiz olması sonucuna ulaşılmıştır. Kumbas (2017), tarafından yapılan çalışmada ise Türkiye'de KOBİ'lere yeterli teşvik verilmesine rağmen, ürün adaptasyonu ve üretim teknolojilerinin küresel düzeyde rekabet etmede yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Günümüzde hem kamu kurum ve kuruluşları hem de bazı STK'lar ihracata yönelik destekler vermektedirler. Ancak ulaşılan sorunlara bakıldığında KOBİ'lerin bu desteklerden yeterli düzeyde faydalanmadıkları söylenebilir. Bu sorunlara öneri olarak ihracat yapmak isteyen KOBİ'nin durum analizi destek verecek kurum tarafından yapılmalı ve eksik yönleri tespit edilerek ortaya çıkan sonuca göre destek modelleri geliştirilmelidir. KOBİ'lerin küresel piyasalarda varlığını arttırabilecek fırsatların sağlanması, kalifiye eleman sorunlarının eğitim destekleriyle çözülmesi ve özellikle finansman sorunları için EXIMBANK gibi kurumlardan kredi verilmesi olanaklarının arttırılması oldukça önemlidir.

Araştırmanın ana kısıtı ile ilgili bilgiler araştırmanın metodoloji bölümünde el alınmıştır. Bu çalışma Mersin'de ihracat yapan KOBİ'ler üzerine yapılmıştır. İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunları incelemek isteyen araştırmacılar, KOBİ vasfında olmayan büyük ölçekli işletmeleri de çalışmalarına dâhil edip KOBİ'ler ve büyük ölçekli işletmeler arasındaki ihracat sorunları algılarının farkını ortaya koymaya çalışabilirler. Özellikle, 16 ve daha fazla yıl ihracat yapan KOBİ'lerin ürün adaptasyonu konusunda yaşadıkları sorunlar ile 11 ve daha fazla ülkeye ihracat yapan KOBİ'lerin pazar bilgisi konusunda yaşadıkları sorunların daha detaylı incelenmesinin ihracat hedefleri konusunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, işletmelerin ihracatla ilgilenen personelleri/yöneticileri ile derinlemesine görüşme gibi yöntemler kullanarak konu daha farklı açılardan incelenebilir.

KAYNAKLAR

- Akdeniz, B., M.(2005). KOBİ'lerin Ekonomik ve Sosyal Yapı İçindeki Yerleri, Destekleyici Kurumsal Çevreleri ve Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Yeniden Yapılandırılmaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s.13, s.1-22.
- Akgemci, T. (2001).“KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler”. KOSGEB Yayını, s.30, Ankara
- Akgemci, T., Ögüt, A., Tosun, M.A.(2005). Küresel Rekabetin Sunduğu Fırsatlar Ve Tehditler Bağlamında KOBİ'lerde Stratejik Yenilik Yönetimi: Swot Analizine Dayalı Kuramsal Bir Değerlendirme. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s.139-156.
- Aksoy, R., Yıldırım, C.(2013). Zonguldak İlinde İhracat Yapan Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar, *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*. C.:1 S.:3 Yıl:2013, s. 249-268
- Alataş, S.(2014). *Ekonomik Kalkınmayı Belirleyen Faktörler: Ampirik Bir Analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Alpagu, H.(2000). *Türkiye Uluslararası Para Fonu (IMF) İlişkileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Altıntaş, M., H.,Tanrıverdi, İ.(2019). İşletmelerin İhracat Performansı: *Bibliyometrik Analiz, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. Cilt: 17, Sayı :3 Eylül 2019, s. 294-311.
- Altıntaş, M.H., Harcar, T.(2007). The effects of export barriers on perceived export performance An empirical research on SMEs in Turkey. *EuroMed Journal of Business*, Vol. 2 No. 1, 2007 pp. 36-56.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. İstanbul: Avcı Ofset.
- Atabay, İ. (2004). İhracat Performansını Etkileyen Faktörler (Zeytinyağı Sektöründe Bir Araştırma). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (12), s. 17-25.
- Avcı, İ.(2015). *İhracatta Uygulanan Teşviklerin Uluslararası Pazarlamaya Etkisi Ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Ayık,Y.,Z.(2008). KOBİ'leri Genel Sorunları Ve Düşünülen Çözüm Önerileri Üzerine Erzurum'da Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:12, Sayı: 2, s.475.
- Babacan, M.(2011). Whither An Axis Shift: A Perspective From Turkey's Foreign Trade, *Munich Personal RePEc Archive*, Cilt :13, Sayı :1, s. 129-157.
- Balantekin, B. E. (2006). İhracatta KOBİ'lere sağlanan devlet destekleri ve KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve Kayseri'de bir anket uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

- Bayülken, Y.(2017).Makine Mühendisleri Odası Oda Raporu, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ'ler). Genişletilmiş Dördüncü Baskı, Yayın No: MMO/677
- Bayülken, Y., Kütükoğlu, C.(2012).Makine Mühendisleri Odası Oda Raporu, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ'ler). Genişletilmiş Dördüncü Baskı, Yayın No: MMO/583
- Bedük, A., Mete, O., Usta, S.(2005). Avrupa Birliği Sürecinde Türk KOBİ'lerinin Temel Sorunları: Karaman Gıda Sektörü Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1-2, 2005, Sayfa 1-18.
- Bellek, M.(2016). *Stratejik Yönetimde KOBİ'lerin Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Sağlamasında E-Ticaret Uygulamaları Ve Kayseri Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi, Çorum.
- Beylan, C.(2011). *Korumacı İktisat Politikalarının Kalkınma Sürecindeki Etkileri Ve Türkiye Çözümlemesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bilen, A., Solmaz, H.(2014). KOBİ'lerin Karşılaştıkları Yapısal Sorunlar Ve Çözüm Önerileri (Diyarbakır Örneği). *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C:4 S:7 Güz 2014,S.61.
- Boratav, K. (2003). Türkiye İktisat Tarihi, İstanbul: İmge Kitapevi
- Bozkurt, Ç., Ö., Tunç, H.(2018). Kobilerde Dış Ticaret Sorunları: Antalya İli Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 14, Sayı 2, s.381-398.
- Büyüköztürk, S. (2005). Veri analizi el kitabı. *Pegem Yayıncılık*.
- Can, N., Doğuç, U.(2015). KOBİ'lerin Nitelikli İstihdam Sorunu: Ankara'da OSTİM OSB Örneği. *Journal of Business Economic Political Science*, Vol:4, No:8, pp.33-44.
- Canbaz, S. (2014). *KOBİ'lerde Stratejik Planlama Ve Karar Alma Sürecinde Yönetim Bilgi Sistemlerinin Rolü Ve Önemi: Edirne'de Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Canitez, M.(2004). *Kobilerin İhracat Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar- Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma*. Doktora Tezi, Niğde Üniversitesi, Niğde.
- Constantine, S. K., & Robert, E. M. (1994). Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), s.17-35.
- Çatal, F. M.(2007). Bölgesel Kalkınmada Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s.333-352.
- Çelebi, E. (2001). Türkiye'de Devalüasyon Uygulamaları (1923- 2000). *Doğu Üniversitesi Dergisi*, Sayı:3, s.55-66.

- Çetin, E., Savrul, M.(2016).Türkiye’de 1980 Sonrası Liberalleşme Sürecinde Dış Ticaretteki Gelişmelerin Türkiye’nin Cari Açığına Etkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 14, sayı: 28, s.511-532.
- Çütçü, İ., Özdemir, A., Erkan, H.,(2017). KOBİ’lerin İhracat Piyasalarında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Algıları: Gaziantep’teki KOBİ’ler Üzerine Bir Araştırma. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt / Vol: 6 Sayı/Issue: 5, s. 2691-2709.
- Defintation of SME by The Worl Bank Group, 29.06.2020 tarihinde http://www.infodev.org/sites/default/files/resource/InfodevDocuments_614.pdf adresinden erişildi.
- Demir, Z. (2018). *Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Finansal Problemlerinin Çözümünde Girişim Sermayesi Fonlarının Önemi Ve Rolü: Katılım Bankacılığına Yeni Bir Model Önerisi*. Doktora Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Demirbaş, M.(2003). 1980 Dönüşümünün İhracat Ve İthalat Üzerindeki Etkisi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: 13, Sayı: 2, s. 233-249.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı,(2018). Bedelsiz İhracata İlişkin Tebliğ, , Tebliğ No: İhracat 2018:12
- Doğanlar, M., Bal, H., Özmen, M.(2003). Uluslararası Ticaret Ve Türkiye'nin İhracat Fonksiyonu. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:7, s.83-109.
- Durman, M. ve Önder, H., (2007), *Ekonominin Minik Devi KOBİ’ler ve KOSGEB Teşvikleri*. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları
- Durmuş, S., Aydemir, K., N.(2016)., Atatürk Dönemi Türkiye Ekonomisi (1923 – 1938). *Kafkas Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi*, Cilt 7, Sayı 12(12), s.155-167.
- Doğan, M.(2015). Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomik İlişkileri, *Marmara Coğrafya Dergisi*. Sayı 32, s.306-325.
- Doğanlar, M., Bal, H., Özmen, M.(2004). Uluslararası Ticaret ve Türkiye’nin İhracat Fonksiyonu. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 7, s.83-109.
- Dokuyan, S.(2014). Savaş Ekonomisi ve Varlık Vergisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2). s.23-55.
- Dündar, S.(2006). *Dış Ticaret İşlemleri Çerçevesinde İthalat Ve İhracat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Egeli, H.A.(2001). Dış Ticaret Açısından Sanayileşme Stratejileri Ve Türkiye Açısından Değerlendirmesi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 7/3, s.149-161.

- Eminoğlu, O.(2013). *KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar Ve Devlet Destekleri Üzerine Ankara Sincan Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Emir, M., E, K.(2010). Global Finansal Krizin Türkiye'deki Kobiler Üzerindeki Etkileri. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, ISS 46, s. 31-43.
- Erdem, E., Duru, M., N.(2010). Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Sorunları. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Sayı 20, s. 79-89.
- Erdem, M.(2019). *KOBİ'lerin Finansman Problemlerinin Çözümünde Kosgeb-Gmka-Kgf'nin Etkisi : Balıkesir İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir
- Erkan, H. 2013. *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Türk Ekonomisi*. 15 Mart 2020 tarihinde <http://kisi.deu.edu.tr/husnu.erkancumhuriyet.html> adresinden erişildi.
- Erkan, H.(2017). *KOBİ'lerin İhracat Performanslarında Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Gaziantep İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep
- Erol, M.(2010). Ekonomik Kriz Ve KOBİ'ler, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. (5:1), s. 165-181.
- Ersöz, V., (2010), AB, Türkiye ve Konya'da KOBİ'lerin Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri. Konya Ticaret Odası Yayınları, Konya.
- Eryılmaz, C.(2004). *İşlenmiş Tarım Ürünleri Sektöründe Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin İhracat Sorunları Ve Çözüm Önerileri (Göller Bölgesinde Bir Araştırma)*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- European Commission, The New SME Definition: User Guide and Model Declaration, (Brussels, 2005:32).
https://web.archive.org/web/20060718032542/http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm adresinden 14 Temmuz 2020 tarihinde erişilmiştir.
- Eximbank, (2020). Rakamlarla biz. <https://www.eximbank.gov.tr/tr/rakamlarla-biz> adresinden 18.05.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Exports and imports goods and services, 08.07.2020 tarihinde www.data.worldbank.org adresinden erişildi.
- Ezer, F.(2005). 1923-1938 Döneminde Türkiye'de Uygulanan İmalat ve Sanayi Politikaları. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*. s.1-5.
- Fliess Barbara, Busquets C. (2006) "The Role of Trade Barriers in SME Internationalisation" *OECD Trade Policy Working Paper No.45*: 1-19.

- Güçlü, İ.(2013). *İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde İhracat Stratejileri Ve Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Güleş, H.K., Çağlıyan, V. (2002). İleri İmalat Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 5, s. 63-85.
- Gümüştekin, E.G.(2005). KOBİ Niteliğindeki Aile İşletmelerinin Yönetim Ve Organizasyon Sorunları: Kütahya Seramik Sanayi Örneği. *Ç.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1, 2005, s.71-93.
- Hamill, J. ve Gregory K. (1997). Internet Marketing in the Internationalisation of UK's SMEs. *Journal of Marketing Management*, 1(3), 9-28.
- Işık, N.(2007). Küreselleşme Sürecinde KOBİ'lerin İhracat Sorunları Ve E-Ticaret Uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, s.75-89.
- İbrahimoğlu, N., Uğurlu, Ö.Y. (2013). KOBİ'lerde İç Girişimcilik Ve Örgüt Kültürü İlişkisi: Sektörel Bir Araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 31, Sayı 1, 2013, s. 103-126.
- İhracat Türleri, 11.02.2020 tarihinde <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rehberi-ihracat-turleri.html> adresinden erişildi.
- İhracat Yönetmeliği, (2006). Resmi Gazete Tarihi: 06.06.2006, Resmi Gazete Sayısı: 26190, 22.06.2020 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/06/20060606-10.htm> adresinden erişildi.
- İnan, H., Nakıboğlu, B.(2009).KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Engellerin Belirlenmesine Yönelik Mobilya Sektöründe Gerçekleştirilen Bir Araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 18, Sayı 2, 2009, Sayfa 228-246.
- İskender, B.S.(2009). *Türkiye' de KOBİ'lerin Finansman Sorunları Ve Alternatif Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- İslambay, T.(2018). *Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları: Konya İmalat Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kaderli, Y., Küçükkaya, H.(2012). 2008 Dünya Finansal Krizi Sonrası Türkiye Ekonomisinde Yaşanan Gelişmelerin Bazı Ülkelerle Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 12, s.85-96.
- Kahraman, S.(2012). *KOBİ'lerin Sorunları Ve Çözüm Önerileri- Bursa Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

- Kanca, O.,C.(2012). 1950-1960 Arası Türkiye’de Uygulanan Sosyo-Ekonomik Politikalar. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı 19, s. 47-63.
- Karacan, R.(2014)., Gelişmekte Olan Ülkeler ve Türkiye’de Ekonomik Krizler, Sermaye Hareketleri ve ABD Doları Arasındaki İlişki. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 7, Sayı 33, s.763-773.
- Karaçor, Z., Alptekin, V.(2006). 1980 Sonrası İstikrar Politikaları Işığında Türkiye Ekonomisinin Trend Analizi Yardımıyla Değerlendirilmesi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 11, s.307-342.
- Karakoca. H.(2019). *Gıda Sektöründe İhracatı Arttırma Stratejileri Ve Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Karelakis, C., Konstadionis, M. Chryssochoidis, . (2008). Export Problems Perceptions and Clustering of Greek Wine Firms. *Euromed Journal of Business*, Vol. 3 Issue:1, 6-22.
- Kayabaşı, A., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z., Oğuz, A. (2010). KOBİ’lerde İhracat Performansını Belirleyen Unsurların İncelenmesi: İnegöl’de Faaliyette Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(28), s. 1-12.
- Kendirli, S., Bilginer, M. (2001) Modern Finansman Teknikleri Bağlamında Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Alternatif Çözüm Önerileri. *Standart*, Yıl: 40, Sayı :272 s.85
- Ketboğa, M.(2019). Türkiye’de Dış Ticaret Açığı Sorunun Nedenleri ve Katma Değeri Düşük Ürün İhracatının Dış Ticaret Açığı İçindeki Yeri ve Çözüm Önerileri. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt :9, Sayı :2, s. 209-224.
- Kılıç, H., Ö., Çakmak, A.,Ç., Fidan, Y.(2015). KOBİ’lerde Yönetim Ve Pazarlama Sorunları: Karabük Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 51-69.
- Kılıç, S.(2011). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İhracat Pazarlaması*. Ankara: Nobel Yayınları.
- KOBİ Stratejisi Eylem Planı,2015-2018, s.29. 15.06 2020 tarihinde https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/KSEP%20G%C3%BCncellenen%20Eylem%20Plan%C4%B1%202015-2018_06_05_2016.pdf adresinden erişildi.
- Koçtürk, O.,M., Gölalan, M. (2010). 1923- 1950 Türkiye Ekonomisinin Yapısal Analizi. 3.Sektör *Kooperatifçilik Dergisi*, Sayı :45, s.48-65.
- Koncuk, G.(2019). *KOBİ’lerin Pazarlama Sorunları: Sanayi Ve Hizmet Sektöründeki Kobiler Arasındaki Pazarlama Sorunları Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- KOSGEB, (2020). <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/7137/yurtdisi-pazar-destek-programi-yururluge-girdi> adresinden 20.05.2020 tarihinde erişilmiştir.

- Kumbas, S. (2017). *KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar*. Yüksek Lisans Tezi, , Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın
- Kutlu, H.,A., Demirci, N.S.(2007). KOBİ'lerin Finansal Sorunları Ve Çözüm Önerileri, 4. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*. İstanbul Kültür Üniversitesi, s.187-198.
- Leonidou, Leonidas C., (2004), “An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development”, *Journal of Small Business Management*, 42 (3): 279-302.
- Mecek, G.(2020). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Uluslararası Tanımlama Ölçütleri ve Kavramlaştırılması. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 6 (1), s. 29-55.
- Mıhoğlu, A. B.(2019). *KOBİ'lerin İhracat Davranışları: Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektöründeki Kobiler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). Girişimcilik Ve Kobi'ler. Gazi Kitabevi, Ankara
- Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, *Ticari Kiralama Hakkında Bilgi Verebilir misiniz?*, 11.02.2020 tarihinde <https://www.oaib.org.tr/tr/bilgi-merkezi-sikca-sorulan-sorular-ticari-kiralama-hakkinda-bilgi-verebilir-misiniz.html> adresinden erişildi.
- Özbek, F., Fidan, H. (2016). Konya İlinde Buğday Üretiminde Kullanılan Tarım İlaçları Piyasa Yapısının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 19 (2) , s.147-151.
- Özcan, S. E., ve Atalay, R. (2017). Konya'da Makine-Aksam İmalatı Yapan İhracatçı Kobi'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2017 : 03(04), s.55-66.
- Özçelik, Ö., Tuncer, G.(2007), Atatürk Dönemi Ekonomi Politikaları. *Sosyal Bilimler Dergisi*. s.253-266.
- Özdemir, S., Ersöz, H., Sarıoğlu, H.(2007). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi Ve KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, Sayı:53, s.173-230.
- Özdemir, Ü., Yiğit, G.K., Oral,M.(2016)., Cumhuriyetten Günümüze Ekonomi Politikaları Bağlamında Türk Dış Ticaretinin Gelişimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*-35, s.152
- Özel, S. (2002). Atatürk Dönemi Türkiye Ekonomisi, *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları Dergisi*. Sayı 2, s. 235-248.
- Özeltürkay, Y.,E., Çerçel, S.,(2014). Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren Firmaların Karşılaştıkları İhracat Engelleri: Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama. *Çankırı Karatekin Üniversitesi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y.2014, Cilt 4, Sayı 2, s.271-286.

- Özgener, Ş.(2003). Büyüme Sürecindeki KOBİ'lerin Yönetim Ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayii Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 20, Ocak-Haziran 2003, s. 137-161
- Öztürk, S., Özyararır, D.(2005). Türkiye Ekonomisinde 1980 Sonrası Yaşanan Yapısal Dönüşümlerin Gsmh, Dış Ticaret Ve Dış Borçlar Bağlamında Teorik Bir Değerlendirmesi. *Mevzuat Dergisi*, Yıl 8, Sayı 94. s.1-10.
- Özudoğru, H., Şahin, B.,D.(2019). KOBİ'lerde Üretim ve Pazarlama Sorunları: Ostim Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1),s. 320 - 333.
- Özyiğit, H.(2015). *KOBİ'lerin Finansman Sorunlarına Avrupa Birliği Kobi Finansman Politikalarıyla Çözüm Önerileri: Erzincan Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi, Erzincan.
- Özyiğit, H., Yiğiter, Ş.,Y.(2016). Avrupa Birliği Kobi Politikalarının KOBİ'lerin Finansman Sorunlarına Etkisi: Erzincan Uygulaması. Uluslararası Erzincan Sempozyumu (28 Eylül-1 Ekim 2016), Cilt 2, s.681-690.
- Paçaman, H.,E.(2010). *Türkiye'deki İşletmeler İçin İhracatın Önemi, Sorunları Ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.
- Pirtini, S.,Melemen, M. (2004). *İhracat Uygulamaları – Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Resmi Gazete, 2005, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, sayı 25997, 25.06.2020 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/11/20051118-5.htm> adresinden erişilmiştir.
- Resmi Gazete, 2006, İhracat Yönetmeliği, sayı 26190 21.06.2020 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/06/20060606-10.htm> adresinden erişilmiştir.
- Resmi Gazete, 2012, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, sayı 28457 21.06.2020 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/11/20121104-11.htm> adresinden erişilmiştir.
- Resmi Gazete, 2018, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, sayı 30458 21.06.2020 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/06/20180624-7.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Sakarya, Ş.(2011). İhracat Yapan İşletmelerin Finansman Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 2011,s.117-134.
- Savcı, Y.(2009). *KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.

- Savrul, B.,K., Özel, H.,A., Kılıç, C.(2009).Osmanlı'nın Son Döneminden Günümüze Türkiye’de Dış Ticaretin Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*,. (8:1), s.55-78.
- Serinkan, C., Cabar, H.(2008). KOBİ’lerin Yönetim Ve Organizasyon Sorunları: Denizli’deki Tekstil İşletmelerinde Bir Araştırma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt :5, Sayı :1, s.1-27.
- Sevinç A., Eren T.(2019). KOBİ’LER İçin KOSGEB Destek Modellerinin Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri İle Sıralanması. *Uluslararası Mühendislik ve Araştırma Dergisi*, Cilt-11, Sayı-1, s. 409-425.
- Sezgin, F., Özdamar, E.,Ö.(2011). KOBİ’lerin Üretim Ve Finansal Potansiyellerine Yönelik Sınıflandırılmasında Yen Bir Yaklaşım: Diskriminant Uygunluk Analizi. *XI. Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, 23-24 Haziran 2011, s.157-167.
- Sezgin, Ş., (2009). Türkiye’de 1990-2006 Yılları Arasında Dış Ticaret - Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. s.175-190.
- Sevimler, S., Duran, C., Çetindere, A. (2011). Toplam Kalite Yönetiminin Unsurları İle İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Eskişehir Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:29, s.87-100.
- Silva., P., Rocha, A.(2000). Perception of Export Barriers to Mercosur by Brazilian Firms, *International Marketing Review*, Vol. 18 No. 6, 2001, pp. 589-610.
- Soysal, A., Karasoy, H.A., Alıcı, S.(2009), KOBİ’lerde Kriz Yönetimi :Kahramanmaraş’ta Tekstil Sektöründeki KOBİ’lerde Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2009, s.431-446.
- Şahin, A. (2003). *İhracat Prosedürlerini biliyor musunuz?*, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 18.05.2020 tarihinde <https://docplayer.biz.tr/648411-Ihracat-prosedurlerini-biliyor-musunuz.html> adresinden erişilmiştir.
- Şanlı, B, (1999). Türkiye’de Uygulanan Kur Politikaları. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, Volume 49, Issue 0, p. 183-200.
- Şaşmaz, M.,Ü., Karamıklı, A.(2018). Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt:7, Sayı: 4, s.2837-3867.
- Takım, A.(2011). Türkiye’de 1960-1980 Yılları Arasında Uygulanan Kalkınma Planlarında Maliye Politikaları. *Maliye Dergisi*, Sayı 160, s.154-176.
- Tarhan, İ.(2013). *Para Dışındaki Ödeme Araçlarının KOBİ’lerin Ticarî Yaşamındaki Etkinliğine Yönelik Bir Araştırma: Ankara Gimat Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Taş, H., Y.(2010). Türkiye’de KOBİ’lerin Sosyo - Ekonomik Etkileri. *Bütçe Dünyası Dergisi*, Sayı 33, s.165-180.
- Taşpınar, M.(2008).*Üretim Yapan İşletmelerde İhracatta kullanılan Teşvik Ve Desteklemelerin ihracat Performansı Üzerine Etkisi Ve Kullanımda Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- TCMB, (2020). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/P ara+Politikasi/Reeskont+ve+Avans+Faiz+Oranlari> adresinden 20.05.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Tekerek, M.(2012). *12 Eylül Askeri Müdahalesi ve Askeri Politikaları*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Tekin, Mahmut (2006), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği. 5. Baskı, Günay Ofset, Konya, s.252.
- Terzi, H., Akbulut, S.(2013). Türkiye’de İhracata Dayalı Büyümenin Sektörler İtibariyle Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı No:5, s.43-58.
- Ticaret Bakanlığı, (2020). <https://ticaret.gov.tr/> adresinden 18.05.2020 tarihinde erişilmiştir.
- TİM, (2020). <https://tim.org.tr/tr/kurumsal-timin-gorevleri> adresinden 20.05.2020 tarihinde erişilmiştir.
- TOBB, (2020). <https://www.tobb.org.tr/OdaveBorsalarDB/Sayfalar/AnaSayfa.php> adresinden 20.05.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Topçu, E.(2006). *Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde KOBİ’lerin Yeniden Yapılanması: Türkiye’deki KOBİ’lerin Yönetim Ve Organizasyon Yapısının Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Turan, Z.(2011). Dünya’daki Ve Türkiye’deki Krizlerin Ortaya Çıkış Nedenleri Ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:4, Sayı: 1, s. 56-80.
- Turan, Z.(2015). 2002 – 2012 Yılları Arasında Türk İktisat Politikasındaki Gelişmeler, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt :8, Sayı: 1, s.223-235.
- Türkoğlu, M.(2002). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Bölgesel Kalkınmaya Etkileri ve Bölgesel Kalkınmada KOBİ Temelli Stratejiler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, C.7, S.1, s.277-300.

- Yalçınkaya, M.,H.(2017). Gelişen Türkiye'nin Rekabetçi Gücü Manisa Sanayi Bölgesi KOBİ'lerinin Sosyo-Ekonomik Yapısı: Swot Analizi. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 15, Sayı :2, s.279-308.
- Yılmaz, T., Alphan, L.(2004). Türkiye'deki KOBİ'lerin Üretim Yönetimi Alanındaki Sorunları, Çözüm Önerileri Ve Sağlanan Destekler. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:1, s.115-134.
- Yücel, T.F.(2015). Cumhuriyet Türkiye'sinin Sanayileşme Öyküsü, <https://ttgv.org.tr/content/docs/cumhuriyet-turkiyesinin-sanayilesme-oykusu-1.pdf> adresinden 16.10.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Yıldırım, H.(2010). *KOBİ'lerin Finansmanında Teşviklerin Yeri Ve Önemi Kayseri'de Teşvik Uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi,, Erzurum.
- Yıldırım, M., Özdemir, Ş.(2017). Ulusal Pazarlama Kongresi, Trabzon, s. 24-40.
- Zerenler, M., Cura, F.(2017). İşletmelerin İhracat Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunların İhracat Tecrübeleri ile İlişkisi: Konya Otomotiv Yan Sanayine Yönelik Bir Uygulama. *Social Sciences Studies Journal (SSS Journal)*, Vol 3, Issue 5, pp :110-118.
- Zor, Ü.(2017). KOBİ'lerde Bütçe Uygulamaları: Belirleyici Faktörler Ve İşletme Performansına Etkisi. *Doktora Tezi*, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

EKLER**EK 1. Anket Formu****Değerli Katılımcı,**

Bu anket, KOBİ'lerin ihracat sorunlarını tespit etmek ve çözüm önerisi sunmak amacıyla Tarsus Üniversitesi'nde hazırlanan bir yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacaktır. Anket sorularına vereceğiniz cevaplar sadece akademik amaçla kullanılacak ve verilen bilgiler gizli tutulacaktır. İlgi ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Ali Can AYDIN

Tarsus Üniversitesi / Uluslararası Ticaret ve Lojistik Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

Danışman: Dr. Öğretim Üyesi M. Sami SÜYGÜN

Anketi cevaplayanın;

Eğitim Durumu : ☐Okur-yazar ☐İlköğretim ☐Lise ☐Ön lisans ☐Lisans ☐Yüksek Lisans ☐Doktora

Çalıştığı Departman : ☐Muhasebe ☐Dış Ticaret ☐Satış ☐Ar-Ge ☐İnsan Kaynakları ☐Diğer

Pozisyonu : ☐ Firma sahibi/ortağı ☐ Firma yöneticisi ☐ Çalışan

1. Firmanızın çalışan sayısı nedir?

☐0-9 ☐ 10-49 ☐ 50-249 ☐ 250 ve Üzeri

2. Son mali yıl içinde firmanızın net satış hasılatı nedir?

☐ 0-3.000.000 ☐ 3.000.001-25.000.000 ☐ 25.000.0001-125.000.000
☐ 125.000.000'dan fazla

3. Firmanızın hukuki yapısı nedir?

☐ Şahıs ☐ Limited ☐ Anonim ☐ Diğer

4. Firmanız hangi sektörde faaliyet göstermektedir?

☐ İmalat ☐ Ticaret/ Hizmet

5. Firmanızın faaliyette bulunduğu sektör nedir?

☐ Tarım ürünleri ☐ Hayvansal ürünler ☐ Ağaç ve Orman ürünleri ☐ Tekstil ve Konfeksiyon ürünleri
☐ Demir ve Çelik ürünleri ☐ Kimyevi Maddeler ☐ Makine ve Aksamları
☐ Diğer (belirtiniz)

6. Firma sahibinin eğitim durumu nedir?

☐ Okuryazar ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐Yüksek Lisans ☐ Doktora

7. Firmanız desteklerden yararlanmaya yönelik profesyonel destek (danışmanlık) almakta mıdır?

☐ Evet ☐ Hayır

8. İşletmenizin yıllık satış hasılatı içerisinde ihracatın payı yaklaşık nedir?

☐ %10'dan az ☐ %10-%20 Arası ☐ %21-%50 ☐ %50'den fazla

9. Kaç Yıldır İhracat Yapmaktasınız?

☐ 1 yıldan daha az ☐ 1-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11- 15 yıl ☐ 16 yıl ve daha fazla

10. Firmanız kaç farklı ülkeye ihracat yapmaktadır?

☐ 1-3 arası ülkeye ☐ 4-6 arası ülkeye ☐ 7-10 arası ülkeye ☐ 11 ve üzeri ülkeye

11. Aşağıda ihracat yapmayı etkileyen bir takım sorunlara yer verilmiştir. Lütfen verilen sorunların, ihracatınızı olumsuz etkileme şiddetini işaretleyiniz. (1= Etkilemiyor, 2=Çok az olumsuz etkiliyor, 3=Az olumsuz etkiliyor, 4= Şiddetli şekilde olumsuz etkiliyor, 5=Çok şiddetli şekilde olumsuz etkiliyor)

Yurtdışı pazarlar hakkında bilgi yetersizliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat pazarlarında tanıtım yetersizliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat pazarlaması araştırmalarının eksikliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Potansiyelli yurtdışı distribütörleri belirleme güçlüğü	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Yurtdışı distribütörler hakkında bilgi eksikliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Yurtdışı müşterilerle etkisiz iletişim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat ambalajında düşük kalite	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İthalatçıların ürün kalite standartlarını karşılamada zorluk	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat pazarları için kötü ürün tasarımı ve stili	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracatı finanse etmek için yüksek sermaye maliyeti	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracatın kendi kendini finanse edememesi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Rekabetçi fiyat eksikliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Güçlü uluslararası rekabet	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Firmanın ihracat departmanının zayıf organizasyonu	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracatta kalifiye personel eksikliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat danışmanlığında "uzman" eksikliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Yüksek nakliye maliyetleri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhraç edilen ürünün nakliyesinde yaşanan zorluklar	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Yurtdışı distribütörlerin ödeme gecikmeleri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat engellerinin aşılmasında devlet desteğinin eksikliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Etkili olmayan ulusal ihracatı teşvik programları	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İhracat belgelerinin karmaşıklığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Bürokrasi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Yerel para biriminin istikrarsızlığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

12. KOSGEB Desteklerinden yararlanıyor musunuz? (Cevabınız hayır ise 13 ve 14. soruları cevaplamayınız)

☐ Evet ☐ Hayır

13. KOSGEB' den aşağıdaki kalemlerden hangileri için destek aldınız?

- | | |
|---|---|
| ☐ Ürün Çeşitliliğini Arttırma | ☐ Makine/Techizat Alımı |
| ☐ Ürün Kalitesini Arttırma | ☐ Labaratuvar Desteği |
| ☐ Üretim Kapasitesini Arttırma | ☐ İşletme/Makine-Techizat Kredisi |
| ☐ Yurt Dışı İş Gezisi | ☐ Bağımsız Değerlendirme Desteği |
| ☐ Yurt Dışı Tanıtım Faaliyetleri | ☐ Tasarım Giderleri |
| ☐ Yurtiçi Fuar Katılım | ☐ Fikri-Sinai Mülkiyet Hakları Giderleri |
| ☐ Eğitim ve Danışmanlık Desteği | ☐ Numune Gideri |
| ☐ Personel Gideri | ☐ Test/Analiz ve Belgelendirme Giderleri |
| ☐ Yazılım/Donanım Alımı | ☐ Diğer |

14. Aşağıda yer verilen KOSGEB Desteklerinin hangilerinden yararlandınız?

	Girişimciliği Geliştirme Destek Programı
	AR-GE ve İnovasyon Destek Programı
	Endüstriyel Uygulama Destek Programı
	KOBİ TEKNOYATIRIM - KOBİ Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı
	Stratejik Ürün Destek Programı
	İşletme Geliştirme Destek Programı
	İş Birliği Destek Programı
	KOBİGEL - KOBİ Gelişim Destek Programı
	Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programı
	Yurt Dışı Pazar Destek Programı
	Tematik Proje Destek Programı
	Genel Destek Programı
	KOBİ Finansman Destek Programı
	Gelişen İşletmeler Pazarı KOBİ Destek Programı
	KOSGEB Laboratuvar Hizmetleri
	İŞGEM/TEKMER Programı

15. KOSGEB desteklerini kullanmama nedeniniz nedir?

- Desteklerle ilgili eksik bilgilendirme
- Destek prosedürleri karmaşık
- Destek süreci yavaş ve uzun
- Desteğe ihtiyaç duyulmuyor
- Destek oranları yetersiz
- Başka kurumlardan benzer desteklerden yararlanılıyor
- Diğer



ÖZGEÇMİŞ**Adı ve Soyadı** : Ali Can AYDIN**E-mail** :**Öğrenim Durumu** : Yüksek Lisans

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Mühendislik-Mimarlık Endüstri Mühendisliği	Selçuk Üniversitesi	2002-2006
Yüksek Lisans	Uluslararası Ticaret ve Lojistik	Tarsus Üniversitesi	2017-2020

Görevler :

Görev Unvanı	Görev Yeri	Yıl
Üretim Sorumlusu	CMT TREYLER ÜST YAPI LTD. ŞTİ.	03.2007-05.2009
Maliyet Muhasebe Sorumlusu	TEKNOLOJİK YAPILAR PRO. İNŞ.İML.MON.TAAH.DOĞALGAZ SİS.TİC.VE SAN.LTD.ŞTİ	01.2010-11.2010
KOBİ Uzman Yrd.	KOSGEB HATAY MÜDÜRLÜĞÜ	03.2011-09.2013
KOBİ Uzmanı	KOSGEB ADANA MÜDÜRLÜĞÜ	09.2013-07-2015
KOBİ Uzmanı	KOSGEB MERSİN MÜDÜRLÜĞÜ	07.2015-Devam ediyor