**T.C.**

**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**İKTİSAT PROGRAMI**

**2017-YL-051**

**KOBİLERİN DIŞ TİCARETTE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR**

**HAZIRLAYAN**

**Serter KUMBAS**

**TEZ DANIŞMANI**

**Yrd. Doç. Dr. Aziz BOSTAN**

**AYDIN- 2017**

**T.C.**

**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

**AYDIN**

İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Serter KUMBAStarafından hazırlanan "Kobilerin Dış Ticarette Karşılaştıkları Sorunlar" başlıklı tez, 10.07.2017 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

 Ünvanı, Adı Soyadı Kurumu İmzası

Başkan : ................................ ........................... .......................

Üye : ................................ ........................... .......................

Üye : ................................ ........................... .......................

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu iktisat tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun **……………** Sayılı kararıyla **………………..** tarihinde onaylanmıştır.

Doç. Dr. Ahmet Can BAKKALCI

Enstitü Müdürü V.

**T.C.**

**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

**AYDIN**

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

..…/…../2017

Serter KUMBAS

# ÖZET

**KOBİLERİN DIŞ TİCARETTE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR**

Serter KUMBAS

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Aziz BOSTAN

2017, 69 sayfa

Türkiye küreselleşme ile birlikte özellikle son yıllarda Avrupa’ya uyum sağlamaya yönelik orta ve uzun vadeli dış ticaret politikaları uygulamaya başlamıştır. Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik bir politika oluşturulmuş ve bu işletmeleri desteklemek için 1990 yılında Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Destekleme ve Geliştirme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) kurulmuştur. Ayrıca 1996 yılında Avrupa Gümrük Birliği sözleşmesinin imzalanmasıyla Türkiye ekonomisinin ihracatı sanayiye dönük hale gelmiştir. Bu durumdan en çok yararlanan KOBİ’ler başta olmak üzere Türkiye ekonomisi uluslararası ticarette rekabet edebilir hale gelmiştir. Ancak Türkiye’nin KOBİ’lere destek ve teşvikler sağlamasına rağmen dış ticarete dahil olma konusunda çekingen davranmaktadırlar. KOBİ’lerin finansmanın özsermayeye dayalı olması, uzmanlaşmış bir pazarlama anlayışına sahip olmamaları ve uluslararası teknolojik gelişmelere uyum sağlayamadıklarından dış ticarete girseler dahi başarısız olmaktadırlar.

Çalışmada ilk olarak KOBİ ve dış ticaretle alakalı kavramlar ile teorik çerçeve açıklanmıştır. Ardından TUİK, OECD, European Commission vb. resmi sitelerden veriler derlenerek Türkiye’nin ve Avrupa Birliği’nin mevcut durumu açıklanmıştır. Son olarak Türkiye’deki KOBİ sorunlarına değinilerek dış ticaret alanında AB KOBİ standartlarına uyum sağlamaya yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

**ANAHTAR SÖZCÜKLER:** KOBİ’ler, Dış Ticaret, KOBİ’lerin sorunları.

# ABSTRACT

**ISSUES SME’S FACE IN FOREING TRADE**

Serter KUMBAS

M.sc. Thesis, at Economics

Supervisor: Yrd. Doç. Dr. Aziz BOSTAN

With globalization especially in recent year Turkey, have began to apply adapting to Europe for medium and long term foreign trade policy. It have been created a policy for small and medium business and the small and medium industry development and support administration has been set up to support these business. Also in 1996 Turkey's export has focused become to industry with the signing European Customs Union agreement. Including SMEs benefiting the most from this situation Turkey's economy, has became competitive in international trade. However, SMEs are shy about being involved in foreign trade although Turkey support and provide incentes to SMEs. Due to financing of SMEs based on equity, failure to have an understanding of a specialized marketing, the failure to adapt to technological developments are unsuccessful even if enter to foreign trade.

Firstly it is explained that in the study related to defines SME - foreign trade and framing theory. Afterwards the current state of Turkey and European Union have been revealed data compiled from the official site TURKSTAT, OECD, European Commission etc. Finally reffering to the problems of SMEs in Turkey, to ensure compliance with EU standard in the field of foreign trade for SME have been developed resolution advisory.

**KEYWORDS:** SME’s, Foreign Trade, Problems of SME’s.

**ÖNSÖZ**

Türkiye ekonomisi, küresel ekonomiyle beraber her geçen dönemde kendini yenilemek ve geliştirmek mecburiyetinde kalmıştır. Bu nedenle ekonomide büyük bir paya sahip olan KOBİ'ler için de ulusal ve uluslararası piyasada rekabet gücünü elde etme açısından büyüme, verimlilik ve teknolojik ilerlemeyi sağlamak kaçınılmaz olmuştur. KOBİ'ler için sürdürülebilir bir büyüme ve maksimum verimlilik sağlandığı takdirde Türkiye ekonomisi büyük bir ilerleme kaydedecektir.

Çalışmada görüş ve önerileriyle bana destek olan Yrd. Doç. Dr. Aziz Bostan'a, lisans eğitimimizden bu yana her alanda bize yol gösteren, bilgilerini bizden esirgemeyen ve destekleyen Doç. Dr. Abdullah Özdemir, Yrd. Doç. Mesut Çakır, Doç. Dr. İsmet Ateş ve işini büyük özveriyle icra eden tüm değerli akademisyenlere ve bana maddi manevi her türlü desteğini sunan aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Serter KUMBAS

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI iii

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI v

[ÖZET vii](#_Toc484509568)

[ABSTRACT ix](#_Toc484509569)

[ÖNSÖZ ix](#_Toc484509569)i

[SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ xv](#_Toc484509570)

[ŞEKİLLER DİZİNİ xvii](#_Toc484509571)

[ÇİZELGELER DİZİNİ xix](#_Toc484509572)

[GİRİŞ 1](#_Toc484509573)

[1. ARAŞTIRMA HAKKINDA AÇIKLAMALAR 2](#_Toc484509574)

[1.1. Çalışmanın Konusu 2](#_Toc484509575)

[1.2. Çalışmanın Amacı 2](#_Toc484509576)

[1.3. Çalışmanın Önemi 2](#_Toc484509577)

[1.4. Çalışmanın Varsayımları 3](#_Toc484509578)

[1.5. Materyal ve Yöntem 3](#_Toc484509579)

[1.6. Literatür Özeti 3](#_Toc484509580)

[1.7. Kapsam ve Sınırlılıklar 4](#_Toc484509581)

[2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE 5](#_Toc484509582)

[2.1. KOBİ’ler ve Türkiye 5](#_Toc484509583)

[2.1.1. KOBİ Tanımı 5](#_Toc484509584)

[2.1.2. KOBİ’lerin Özellikleri ve Yapısı 6](#_Toc484509585)

[2.1.3. KOBİ’lerin Finansmanı 7](#_Toc484509586)

[2.1.4. KOBİ’lerin Avantaj ve Dezavantajları 10](#_Toc484509587)

[2.1.5. AB Ekonomisinde KOBİ’ler 13](#_Toc484509588)

[2.1.6. Türkiye Ekonomisinde KOBİ’ler 18](#_Toc484509589)

[2.2. Dış Ticaret ve Türkiye 25](#_Toc484509590)

[2.2.1. Dış Ticaret Tanımı 25](#_Toc484509591)

[2.2.2. Dış Ticaret Teorileri 26](#_Toc484509592)

[2.2.2.1. Mutlak Üstünlükler Teorisi 27](#_Toc484509593)

[2.2.2.2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi 28](#_Toc484509594)

[2.2.2.3. Uluslararası Değerler Teorisi 28](#_Toc484509595)

[2.2.2.4. Heckscher-Ohlin Teorisi (Faktör Donatımı Teorisi) 29](#_Toc484509596)

[2.2.3. Dış Ticaret Politikası 30](#_Toc484509597)

[2.2.3.1. Dış Ticaret Politikasının Amaçları 30](#_Toc484509598)

[2.2.3.2. Dış Ticaret Politikasının Araçları 31](#_Toc484509599)

[2.2.4. AB Ülkelerinin Dış Ticareti 33](#_Toc484509600)

[2.2.5. Türkiye Ekonomisinde Dış Ticaret 35](#_Toc484509601)

[2.2.5.1. Dünya İthalatında Türkiye 36](#_Toc484509602)

[2.2.5.2. Dünya İhracatında Türkiye 39](#_Toc484509603)

[3. KOBİLER VE DIŞ TİCARET 43](#_Toc484509604)

[3.1. AB Ülkelerinde KOBİ’lerin Dış Ticarette Karşılaştıkları Sorunlar 43](#_Toc484509605)

[3.2. Türkiye de KOBİ’lerin Karşılaştığı Sorunlar 45](#_Toc484509606)

[3.2.1. Finansman Sorunu 46](#_Toc484509607)

[3.2.2. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar 47](#_Toc484509608)

[3.2.3. Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar 49](#_Toc484509609)

[3.2.4. Dış Pazarda Karşılaşılan Sorunlar 50](#_Toc484509610)

[3.2.5. AR-GE Alanında Yaşanan Sorunlar 51](#_Toc484509611)

[3.2.6. Tanıtım Sorunu 52](#_Toc484509612)

[3.3. Türkiye’de Dış Ticarette Yaşanan KOBİ Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri 52](#_Toc484509613)

[TARTIŞMA VE SONUÇ 57](#_Toc484509614)

[KAYNAKLAR 59](#_Toc484509615)

[ÖZGEÇMİŞ 69](#_Toc484509616)

#

# SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB : Avrupa Birliği

AR-GE : Araştırma-Geliştirme

KOBİ : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler

OECD : The Organization for Economic Co-operation and Development

SME : Small and Medium-Sized Enterprise

TCMB : Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

ILO : International Labour Organization

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

KSEP : KOBİ Stratejisi Eylem Planı

# ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Ana Sektörlere ve Ölçeklerine Göre AB KOBİ’leri (%) 15

Şekil 2.2. AB KOBİ'lerinin Ana Sektörler Açısından Dağılımı (2015) 16

Şekil 2.3. AB KOBİ'lerinde Sektörlerin Teknoloji Düzeyine Göre İstihdam

Artışı 17

Şekil 2.4. Büyüklük Grubuna Göre Temel Göstergeler (2014) 20

Şekil 2.5. Teknoloji Seviyesine Göre KOBİ Başına Ortalama Çalışan Sayısı 22

Şekil 2.6. Kredi Türleri İçinde KOBİ Kredilerinin Payı 22

Şekil 2.7. KOBİ'lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı (2013) 23

Şekil 2.8. Ölçeklerine Göre AB KOBİ İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (2013) 35

# ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 2.1. Türkiye de KOBİ’lerin Sınıflandırılması (15-64, %) 5

Çizelge 2.2. Avrupa Birliği’nde KOBİ’lerin Sınıflandırılması 6

Çizelge 2.3. Girişim ve Çalışan Sayısına Göre AB KOBİ ve Büyük İşletmeleri (2015) 15

Çizelge 2.4. Ticari Kesim AR-GE Harcamalarından KOBİ’lerin Aldıkları Pay 17

Çizelge 2.5 Faaliyetlere Göre Girişim Sayısı, Çalışanların Nitelikleri ve Personel Maliyeti (2014) 21

Çizelge 2.6. Sektör ve Çalışan Sayılarına Göre Girişimlerin Dağılımı (2014) 24

Çizelge 2.7. Yıllar İtibariyle AB'nin Dış Ticareti 34

Çizelge 2.8. AB'nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler 34

Çizelge 2.9. Yıllara Göre Dış Ticaret (2000-2015) 36

Çizelge 2.10. 2016 Yılı Verilerine Göre En Çok İthalat Yapılan Ülkeler (Bin

USD) 37

Çizelge 2.11. Girişimin Ana Faaliyet Türü Ve Çalışan Sayısına Göre İthalat (2011-2015, Bin USD) 38

Çizelge 2.12. 2016 Yılı Verilerine Göre En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (Bin USD) 39

Çizelge 2.13. Girişimin Ana Faaliyet Türü ve Çalışan Sayısına Göre İhracat (Bin Dolar) 40

Çizelge 2. 14. Ana Sektör Gruplarına Göre İhracatçı KOBİ’ler (2011-2015)..…. 41

Çizelge 2.15. Yıllara Göre KOBİ'ler Tarafından Yapılan İhracat 41

Çizelge 2.16. Ölçeklerine Göre İhracatçı KOBİ’ler 42

# GİRİŞ

Gelişmiş ülke ekonomilerinde KOBİ’ler önemli bir paya sahiptir. KOBİ’ler istihdam yaratma konusunda diğer firmalara göre daha yüksek olanağa sahip olmaları, daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaları, banka işlemlerinde daha hassas davranmaları, dış ticarete daha kolay uyum sağlamalarına yol açmaktadır. Esnek bir yapıya sahip olmaları teknolojiye hızlı adapte olmalarını ve ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmelerini sağlamaktadır. Talep değişimlerine ve çeşitliliğine daha hızlı cevap verebilme özelliğine sahiptirler. Ayrıca KOBİ’lere yönelik bölgeler arası ekonomik farklılıkların giderilmesi için kalkınma politikası oluşturulabilir ve gelir dağılımına yönelik önemli katkılar sağlanabilmektedir.

Türkiye’de ekonominin 1980 yılından sonra dışa açık hale gelmesi sanayinin ihracata dayalı gelişmesine yol açmıştır. Uluslararası piyasada rekabet gücü elde etmeye çalışan KOBİ’ler finansman ve teknolojiye uyum sorunu yaşamaktadırlar. Bu nedenle KOBİ’lerin Ar-Ge faaliyetlerinde teknoloji ve pazarlama alanında kendilerini geliştirmeleri, rekabet gücü elde etmeleri gerekmektedir. Böylece KOBİ’lere özgü bir strateji ve politika belirlenmesinde yarar vardır. KOBİ’lere yönelik ekonomi politikaları dünya ekonomisine entegre olabilmesi için gözden geçirilmeli ve rekabetçi bir yapı kazanabilmesi için KOBİ’lere yapılan destekler arttırılmalıdır. Başarılı bir politika oluşturulması sonucu ülke ekonomisinin kalkınması, istihdamın artması, bölgeler arası dengesizliklerin azalması, sermaye ve üretimin tabana yayılması vb. olumlu gelişmeler sağlanacaktır.

Sonuç olarak Türkiye’nin dış ticaretinde KOBİ’lerin sorunları araştırılarak bu veriler neticesinde çözüm önerileri geliştirilmiştir. Temel amaç Türkiye’deki KOBİ’lerin AB KOBİ standartlarına uyum sağlayabilecek niteliğe ulaşmaları ve uluslararası piyasada rekabet edebilir hale gelmelerini sağlamaktır.

# 1. ARAŞTIRMA HAKKINDA AÇIKLAMALAR

**1.1. Çalışmanın Konusu**

“KOBİ'lerin Dış Ticarette Karşılaştıkları Sorunlar” adlı çalışmada ilk olarak tanımlamalar, kavramlar ve özellikler anlatılmıştır. Daha sonraki bölümde dış ticaretle ilgili kavramlar açıklanmıştır. Dış ticaretle ilgili temel göstergelere de yer verilerek Türkiye’de KOBİ'lerin dış ticaretteki yapısı ortaya konmuştur. Son olarak Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) dış ticarette karşılaştığı sorunlar ortaya konmuştur.

**1.2. Çalışmanın Amacı**

Çalışmanın temel amacı, Türkiye'deki KOBİ'lerin Avrupa Birliği'ndeki KOBİ standartlarına uyum sağlamasına yönelik çözüm önerileri sunarak KOBİ'lerin ekonomi üzerindeki önemini ortaya koymaktır. Çalışmada kullanılan verilerle, ülkenin dış ticaret yapısına bağlı olarak KOBİ'lerin finansman yapısının araştırılması ve bundan sonraki dönemlerde KOBİ'lerin uluslararası piyasada yaşadığı sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilerek rekabet gücünün artırılması amaçlanmaktadır.

**1.3. Çalışmanın Önemi**

Bilgi çağında ve global dünyada gelişen dış ticarette KOBİ'lerin diğer ülke işletmelerine karşı rekabet edebilmeleri için teknolojik ve ekonomik gelişmelere hızlı uyum sağlamaları gerekmektedir. KOBİ'ler, ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olması ve istihdamın büyük bir kısmını içermesi nedeniyle önem arz etmektedirler.

Son dönemlerde dış ticarette önemli gelişmeler kaydedilmiştir. KOBİ'lerin bu gelişmelere ne oranda uyum sağladığının tespit edilmesi ve dış ticarette piyasa rekabet gücünün artırılmasına olanak sağlayacak strateji ve planlamalara yön verecektir.

**1.4. Çalışmanın Varsayımları**

Çalışmanın varsayımları:

* KOBİ ve dış ticaret olguları arasında ilişki mevcuttur.
* Türkiye’de KOBİ’lerde genellikle yönetim birimi bulunmamaktadır.
* Türkiye’de KOBİ’lerde teknolojiden yeterli düzeyde yararlanılmamaktadır.
* Türkiye'de KOBİ ile dış ticaret arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır.
* Dış ticaretin, Türkiye'de ve dünyada KOBİ'ler üzerinde doğrudan etkisi bulunmaktadır.
* Dış ticaretin KOBİ'ler üzerinde olumlu ve olumsuz bazı etkileri bulunmaktadır.

**1.5. Materyal ve Yöntem**

Çalışma, mevcut durumu net olarak ortaya koyması açısından veriler, KOSGEB resmi sitesi, KOBİ Bilgi Sitesi, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) ve Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) vb. resmi kaynaklardan alınarak düzenlenmiştir. Daha sağlıklı sonuçlar alabilmek adına materyal olarak literatür taraması ve yöntem olarak tümevarım bir arada kullanılmıştır.

**1.6. Literatür Özeti**

Çalışmada, KOBİ’lerle dış ticaret kavramları açıklanarak özellikleri ve genel yapıları ortaya konulmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde KOBİ’lerin gelişimi ve KOBİ’lere etki eden faktörler arasından dış ticaret ile ilişkisi ele alınmaktadır. Temel olarak dış ticarette KOBİ’lerin karşılaştığı sorunlar açıklanarak buna yönelik çözüm önerileri geliştirilmektedir. Etkin bir dış ticaret politikası uygulandığı ve teşvik-desteklerden yeterince yararlanıldığı takdirde Türkiye ekonomisinin önemli bir kısmını oluşturan KOBİ’ler, daha hızlı büyüyecek ve gelişeceklerdir. Ancak Türkiye’de KOBİ’lerin yeterli düzeyde yararlanacağı etkin bir dış ticaret politikası sağlanamadığı için KOBİ’ler, girişimlerinin başarısız olma riskinden dolayı dış piyasaya açılmakta çekingen davranmaktadırlar. Bunun yanı sıra yeterli finansmana sahip olmayan KOBİ’ler, öz sermayelerini aşındırdıklarından dış ticarete girmeleri mümkün değildir. Ayrıca vergilerin yüksek olması, yabancı dili yeterli olan nitelikli işgücü eksikliği, pazarlama departmanının ya da pazarlama alanında uzmanlaşmış bir işgücüne sahip olunmaması vb. nedenlerden dolayı KOBİ’ler dış ticaret piyasasına girememekte veya girseler dahi ciddi sorunlara katlanmak zorunda kalmaktadırlar. Aynı zamanda Türkiye’deki KOBİ’lerin karakteristik yapısı ve özelliklerinin AB standartlarında bulunan KOBİ’lerle uyumsuz olması Dış ticaret alanında sorun teşkil etmektedir. Bunun dışında işverenlerin daha az ücret ve maliyete razı olan vasıfsız işçileri tercih etmesi de istihdam da etkinliği ve verimi kısıtlamaktadır.

**1.7. Kapsam ve Sınırlılıklar**

KOBİ yapısı ve özellikleri baz alınmak sureti ile Türkiye'de KOBİ'lerin teorik çerçevesi, finansman yapısı, özellikleri, avantaj ve dezavantajlarına değinilerek dış ticaretin KOBİ'ler üzerindeki olumlu etkilerinin artırılması çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Türkiye'deki dış ticaretle alakalı ekonomik göstergeler temelinde ele alınması ise çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu noktada ise, dış ticaret ve KOBİ'ler arasındaki mevcut ilişki incelenmektedir.

#

# 2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Küçük işletmeler geçmişte başarısız oldukları düşünülürken aksine bu işletmeler daha dinamik, yeniliklere kolay adapte olabilen, mevcut fırsatları zaman ve mekana göre rahatlıkla değerlendiren işletmelerdir (Erkan, 1990: 23).

**2.1. KOBİ’ler ve Türkiye**

Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ), sektörlere, bölgelere ve ülkelere göre farklı tanımlamalar içermektedir. Ülkeler arasındaki gelişmişlik ve ekonomik fark bu tanımın ülkelere göre değişmesine yol açmaktadır (Akman, 2009: 1).

**2.1.1. KOBİ Tanımı**

5520 sayılı Kanunun 32. maddesinin beşinci fıkrasının uygulanması bakımından küçük ve orta büyüklükteki işletmeler yani KOBİ; birleşmenin gerçekleştiği tarihten önceki hesap döneminde yıllık en fazla 250 kişi istihdam eden ve net satış hasılatı ya da mali bilançosunun 40 milyon Türk Lirasını aşmayan ve bu yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimler ve girişimlerdir (Maliye Bakanlığı, 2017: 29976).

Çizelge 2.1. Türkiye de KOBİ’lerin Sınıflandırılması

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kriter | Mikro Ölçekli KOBİ | Küçük Ölçekli KOBİ | Orta Ölçekli KOBİ |
| Çalışan Personel Sayısı | < 10 | < 50 | < 250 |
| Yıllık Net Satış Hasılatı | ≤ 1 Milyon TL | ≤ 8 Milyon TL | ≤ 40 Milyon TL |
| Yıllık Mali Bilanço Toplamı | ≤ 1 Milyon TL | ≤ 8 Milyon TL | ≤ 40 Milyon TL |

**Kaynak:** Veriler kobi.tobb.org.tr sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.1'de olduğu gibi KOBİ’ler aşağıdaki gibi mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletme olarak üçe ayrılmaktadır.

* Mikro işletme: Yıllık on kişiden az çalışanı olan ve yıllık net satış kazancı ya da mali bilançosunun herhangi biri bir milyon Türk Lirasından çok olmayan işletmelerdir.
* Küçük işletme: Yıllık elli kişiden az çalışanı olan ve yıllık net satış kazancı ya da mali bilançosunun herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasından çok olmayan işletmelerdir.
* Orta büyüklükteki işletme: Yıllık iki yüzeli kişiden az çalışanı olan ve yıllık net satış kazancı ya da mali bilançosunun herhangi biri kırk milyon Türk Lirasından çok olmayan işletmelerdir (Resmi Gazete, 2005: 2).

2003/361/EC sayılı tüzük çerçevesinde 1 Ocak 2005 tarihinde Avrupa Birliği’nde (AB) yürürlüğe konulan KOBİ tanımı çalışan personel sayısı, yıllık net hasılaları ya da bilanço yapısı ve bağımsızlık kriterlerinden meydana gelen kıstasları içermektedir (European Commission, 2005).

Çizelge 2.2. Avrupa Birliği’nde KOBİ’lerin Sınıflandırılması

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kriter | Mikro Ölçekli KOBİ | Küçük Ölçekli KOBİ | Orta Ölçekli KOBİ |
| Çalışan Personel Sayısı | < 10 | < 50 | < 250 |
| Yıllık Net Satış Hasılatı | ≤ 2 Milyon Avro | ≤ 10 Milyon Avro | ≤ 50 Milyon Avro |
| Yıllık Mali Bilanço Toplamı | ≤ 2 Milyon Avro | ≤ 5 Milyon Avro | ≤ 43 Milyon Avro |

**Kaynak**: Veriler European Commission sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.2'de olduğu gibi Türkiye’de KOBİ tanımı AB standartlarına göre uyarlanmalıdır. Buna yönelik yapılacak tanımlamalarda çalışan sayısı, toplam aktif büyüklüğü, toplam satışlar, ortaklık yapısındaki bağımsızlık düzeyi ve Pazar payı gibi değişkenler kullanılmalıdır (Müslümov, 2002: 5).

**2.1.2. KOBİ’lerin Özellikleri ve Yapısı**

Türkiye ekonomisinde KOBİ’ler büyük önem teşkil etmektedirler. Sahip oldukları özelliklerden dolayı üstünlük sağlamaktadır. Şirket üzerinde ortakların, yönetim kurullarının ya da kredi verenlerinin baskısı olmadığından KOBİ’ler büyük şirketlere oranla daha bağımsız olmaktadır. Bunun sebebi firma sahiplerinin kendi firmalarını yönetmesi ve öz kaynaklarını kullanmasıdır. KOBİ’lerin aile şirketlerinden ziyade girişimci olmaları daha kolay gelişmelerini sağlamaktadır. KOBİ’lerde büyük şirketlere nazaran işverenler, çalışanlar ve tedarikçiler arasında bire bir ilişki bulunmaktadır (Küçük, 2005: 108-109)

KOBİ'lerin özellikleri aşağıda sıralanmıştır (Akgemci, 2001: 15).

* KOBİ’ler minimum yatırımla maksimum ürün çeşitliliği ve üretim sağlamaktadır.
* Düşük yatırım maliyetiyle istihdam arttırılmaktadır.
* Ekonomik dalgalanmalardan diğer işletmelere göre yapısından ötürü daha az etkilenmektedir.
* Talep değişimi ve çeşitliliğine uyumludur.
* Gelişen teknolojiye daha kolay adapte olmaktadır.
* Bölgelerarası farklılıkları azaltarak kalkınmalarını sağlamaktadır.
* Gelir dağılımındaki adaletsizliği minimum düzeye indirmektedir.
* Bireysel tasarrufları aktifleştirmekte ve yönlendirmektedir.
* Büyük endüstri firmalarıyla birbirlerini desteklemekte ve tamamlamaktadır.
* Siyasi ve sosyal sistemde denge ve istikrarı sağlamaktadır.
* Çağdaş toplumun ve serbest ekonominin önemli unsurlarındandır.

**2.1.3. KOBİ’lerin Finansmanı**

İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmek ve büyümek için gereksinim duydukları kaynakları elde etmeleri verimli biçimde kullanmaları finansman alanına girmektedir. Finansman işletmenin büyüyüp gelişmesi için önemli bir faktördür. Dolayısıyla işletme yöneticisi finansman kaynaklarını etkin biçimde kullanarak işletmenin değerlerini arttırmalıdır (Ercan ve Ban, 2005: 4-6).

Finansal analiz, işletmenin mevcut durumunu ortaya koymak için finansal kaynakların ölçülmesini içerir. Buna yönelik tahminler ve hedeflemeler yapılmaktadır. İşletmenin mevcut durumu ortaya konmadan önce planlama ve denetim yapmak yanlış olabilmektedir. Tablolar daima net ve doğru sonuçlar vermeyeceğinden yalnızca tablolarla değerlendirme yapmak yanlış olacaktır (Ceylan, 2003: 33). Finansal analizde kullanılan en önemli tablolar bilanço ve gelir tablolarıdır. Diğer tablolar ise fon akım tablosu, maliyet tablosu, nakit akım tablosu, kar dağıtım tablosu, öz kaynaklar değişim tablosu ve işletme sermayesi tablosu vb.’dir (Cura, 2006: 37).

Bilanço, bir işletmenin belli bir dönemde mevcut varlıklarla bu varlıkların sağlandığı kaynakların belli bir düzen içinde belirtildiği mali tablodur. Tek düzen hesap planına bağlı olarak düzenlenmektedir (Çabuk ve Lazol, 2005: 8). Aynı zamanda bilançolar işin başlangıç tarihinden mevcut döneme kadar olan sürecin tüm işlemlerini kapsamaktadır (Helfert, 2001: 38). Bilanço aktifler (duran ve dönen varlıklar) ve pasifler (kısa ve uzun vadeli yabancı kaynaklar, öz kaynaklar) olmak üzere iki kalemden oluşmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2005: 8).

Gelir tablosu, bir işletmenin belli bir dönemde elde ettiği gelirleri, giderleri, net kar/zararlarını içeren mali tablodur (Okka, 2005: 37-38). Gelir tablosu, işletmenin öz kaynaklarında gerçekleşen değişimin eklenmesiyle oluşturulmaktadır. Ayrıca işletmeler için performans değerlendirme niteliğinde bilgilendirme sağlayan bir tablodur (Helfert, 2001: 40).

KOBİ’lerin finansman kaynakları; öz kaynak, otofinansman, ticari krediler, banka kredileri, tahakkuk etmiş kısa vadeli giderler, girişim sermayesi, faktoring, finansal kiralama, forfaiting ve diğer alternatif finansman yöntemlerini içermektedir.

Öz kaynak yoluyla finansman, firmanın kuruluşundan itibaren tahsis edilen nominal sermaye ve sonraki faaliyetlerden elde edilen geçmiş yıl karları, sermaye yedekleri dönem net karından oluşmaktadır. Firma sahiplerinin firmadaki maddi haklarını göstermektedir. Öz kaynakların elde edilmesi firmanın kuruluşundan sonraki dönemde hisse senedi ihraç etmekle mümkündür (Yatbaz, 2013: 37).

Otofinansman, bir firmanın faaliyetleri ve ek yatırımları ile işletmeye eklenen dönem karlarıdır. Firmanın kendini finanse etmesi olarak görülebilen otofinansmanda anapara ve faiz ödemesi bulunmamaktadır. Otofinansman oranı yüksekse firmaya kaynak sağlayanlar açısından firmanın kredibilitesi artış göstermektedir (Yatbaz, 2013: 38).

Ticari krediler, firmaların mal ve hizmet satın almak için kullandıkları kredilerdir. Firma, satıcının tanıdığı vade ile mali olarak yararlanmaktadır. Ticari kredilerde vadenin uzun dönemli olması firma için istenmektedir (Aksoy, Yalçıner, 2008: 407). Ticari krediler, işletmenin genel işlemlerine bağlı olarak tercih edilmektedir. Bunun nedeni işletmenin malı tedarik ettiği kişiler satış koşullarını önceden belirleyerek vadeli mallar ve vade farkını belirlemesinden kaynaklanmaktadır. (Okka, 2006: 436).

Banka kredilerine, sabit varlıklar için finansman olarak gereksinim duyulmaktadır. Bu kredilerin geri ödenmesi genellikle alternatif finansman yöntemlerinden olan leasing, girişim sermayesi vb. finansmanlarla giderilmektedir. Bankalar, nakit krediler haricinde akreditif, poliçe kabulü, ticari senet avali, teminat mektubu, ödeme garantisi gibi birçok finansman temin etmektedir. Aynı zamanda bankalar çek ve senetleri nakde dönüştürme hizmeti vermektedir (Yatbaz, 2013: 40).

Tahakkuk etmiş kısa vadeli giderlerde; belirli dönemde tahakkuk edilen ve hammadde, yarı mamul, malzeme, mamul giderleri, ödenecek diğer giderler, vergi, resim, harç ve sigorta primleri, alınan avansalar, depozito ve teminatları, şubelerden ya da merkezden tahsis edilen krediler, özel finans kurumlarının verdiği krediler, vadesi gelmiş uzun süreli kredilerin vadeli bölümü ile faizleri, repo ödemeleri bulunmaktadır (Okka, 2006: 443).

Venture capital olarak da bilinen girişim sermayesi genellikle yeni ve spekülatif girişimlerle elde edilen sermayeler için ya da yatırımlara yönelik kullanılmaktadır. Bu nedenle girişim sermayesi risk, cesaret sermayesi şeklinde de tanımlanmaktadır (Aypek, 2002: 9)

Faktoring, ülke içinde mal ve hizmetlerin satılmasıyla oluşmuş ya da oluşacak ticari faaliyetlerle elde edilen kısa vadeli gelirlerin nakde dönüştürülmesi amacıyla kullanılmaktadır (Yatbaz, 2013: 50)

Finansal kiralama olarak da bilinen leasing, firmanın tercih ettiği bir yatırım malını leasing şirketlerinin aracılığıyla belli miktarda aldığı kiralama ücretiyle elde edilen bir finansmandır. Bu yatırım malı kiralandığı süre boyunca mülkiyeti leasing şirketinde kullanımı ise yatırımcı firmadadır (Aypek, 2009: 226).

Forfaiting, ithalat ve ihracat yatırım mallarına yönelik uygulanan uzun vadeli finansman kaynaklarıdır. Söz konusu yatırım malları forfaiter tarafından geri gönderilmeyecek şekilde satın alınarak satıcı aradan çıkarılmış olmaktadır. Dolayısıyla forfaiter malı alıcıya sunmaktadır (Yatbaz, 2013: 59).

Diğer alternatif finansman yöntemleri ise franchising, barter, melek yatırımcı ve kredi garanti fonudur. Franchising, bir firmanın herhangi bir markasına ait yöntem ya da pazarlama sistemini başka firmalarla paylaşırken karşılığında aldığı finansmandır. Barter, mal veya hizmet alım satımında para kullanılmadan takas yapılması işlemidir. Melek yatırımcı, geleceği parlak olan küçük firmalara ortak olarak katıldığı zaman yüksek kazançlar elde edilmesini sağlayan yatırımcılardır. Kredi garanti fonu, bir firmanın bankadan alacağı krediye karşılık göstermek zorunda olduğu teminatlardır. Bu teminatlar hem maddi hem de kişisel olmaktadır (Yatbaz, 2013: 64-72).

Türkiye’de KOBİ’lere yönelik sanayi, hizmet, yatırım, tarım ve bilim alanında birçok destek sağlanmaktadır. Bunlar, KOBİ Proje Destek Programı, Tematik Proje Destek Programı, İşbirliği Güçbirliği Destek Programı, Ar-Ge, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı, Genel Destek Programı, Girişimcilik Destek Programı, Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı ve Kredi Faiz Desteğidir.

**2.1.4. KOBİ’lerin Avantaj ve Dezavantajları**

KOBİ’lerin büyük ölçekli firmalara karşı bazı avantajları bulunmaktadır. Davranışsal avantajları; güdülenmiş yönetim, risk alma, motivasyon ve azimli çalışma, az sayıda hiyerarşik seviye, nitelikli iş gücü, müşteri ve personelle yakın ilişki, üretim ve hizmet konusunda esnekliktir (Noteboom, 1992; Gelinas ve Bigras, 2004). Düşük üretim hacminin neden olduğu dez ekonomiler, pazarın küçük ve çalışma alanı yetersizliği, çalışanların uzmanlık eksikliği, kaynaklardaki dezavantajlardır (Noteboom, 1992). KOBİ’lerin diğer bazı avantajları şunlardır (Yılmaz, 2003: 4; Akgemci, 2001: 14-15);

* Büyük yatırımlar yapmadan üretim ve ürün farklılığını arttırabilmesi,
* Yatırım maliyetlerindeki düşüş ile elde edilen kaynak tasarrufunun işsizliği azaltması,
* Ekonomik krizlerden daha az etkilenmesi,
* Yönetim kadrosunun müşteri ve personelle yakın ilişkide olması,
* Talebin kısıtlı olduğu durumlarda arz sağlayabilmesi,
* Talep de gerçekleşen değişimler ve talep türlerinin diğer koşullara uyum sağlayabilmesi,
* Bölgeler arasındaki farklılıkları indirgeyerek kalkınmayı sağlayabilmesi,
* Gelir dağılımına dolaylı yönden olumlu katkı sağlaması,
* Büyük ölçekli işletmelerin tamamlayıcısı konumunda olması,
* İş gücünün önemli bir üretim faktörü olması,
* Dayanıksız malların üretilmesi ve pazarlanması,
* Teknolojik gelişmelere hızlı uyum sağlayabilmesi,
* Yatırımlarda kendi öz kaynaklarından daha çok yararlanması,
* İşverenlerin yaşadığı yerde ya da istediği bölgede işletmeleri kurabilmesi,
* Bölgelerin kalkınması ve çevrenin korunması,
* Zayıf bürokrasi ile daha hızlı karar alabilmesidir (Noteboom, 1994; Bos-Brouwers, 2010).

Diğer yandan KOBİ’lerin dezavantajları ise;

* Finansman yapısındaki sorunlar ve kaynakların yetersiz olması,
* Dar bir müşteri portföyüne sahip olmaları nedeniyle, müşterilere bağlılıklarının fazla olması ve mal ya da hizmetlerin fiyat pazarlık payının düşük olması (Levy ve Powell, 1998).
* Yönetim kadrosunun dar olup daha otoriter bir yönetim biçiminin mevcut olması (Casson, 1996).
* Yetersiz finansman kaynağından dolayı tecrübeli işçiler tarafından tercih edilmemesi,
* Finansal krizlerden ve ekonomik dalgalanmalardan kolay etkilenmeleri sonucu işçi azaltmaya gidilmesi,
* Uzman personel çalıştırması açısından yetersiz olmsı (Petrakis, 1997).
* Büyük firmalara oranla iletişimlerinin zayıf olması nedeniyle teknik bilgilere kolay ulaşılamaması,
* Büyük şirketlere nazaran daha düşük esnekliğe sahip olması,
* Yerel bölgelere bağımlılık oranının yüksek oluşu müşteri portföyünü sınırlaması ve tedarikçilere daha bağımlı hale getirerek kısıtlaması,
* Finansman yetersizliğinden dolayı Ar-Ge’ye yeterli kaynak sağlanamaması (Karlsson ve Olsson, 1998).
* Ar-Ge hedeflerinin beklenen sonuçları vermemesi (Noteboom, 1994).
* Sermaye piyasasından yeterli düzeyde yararlanılmaması,
* Ulusal ve uluslararası piyasada teknik ve ticari yenilikleri takip edememesi,
* Vergi ve benzeri yükümlülüklerden kaçınmak için kayıt dışı işlemler yapılmasıdır (Savcı, 2009: 50).

Yöneticilerin şirketin avantaj ve dezavantajlarını bilmesi, piyasa şartlarında rekabeti nasıl gerçekleştirmeleri gerektiğini görmelerini sağlamaktadır. Bu göstergelerden yola çıkarak hazırlanan stratejiler firmalara çok büyük yarar sağlar (Kaya, 2013: 12).

**2.1.5. AB Ekonomisinde KOBİ’ler**

Mikro ölçekli firmalar ve KOBİ’ler AB ekonomisinde önemli bir yere sahip olduğundan inovasyon ve istihdam açısından ciddi ölçüde kaynak sağlamaktadırlar. Özellikle “Think Small First” politikası yani öncelik olarak küçük ölçekli firmaların düşünülmesi odak noktalarını temsil etmektedir (Onuncu Kalkınma Planı, 2014:60). AB ekonomisinde KOBİ’lerin payı %99,8 oranında iken büyük ölçekli işletmeler ise %0,2’lik paya sahiptir (Doğan, 2010: 77).

Küçük ölçekli firmalara yönelik destek ve teşvik sağlamak adına Avrupa Şartı, üye ve aday ülkelerin uygulaması gereken alanlar şunlardır (Onuncu Kalkınma Planı, 2014: 60-61):

* Girişimciliğe yönelik eğitim ve öğretim sağlamak,
* Hızlı ve düşük maliyetli işyeri açma,
* Daha etkin ve verimli mevzuat ile düzenlemeler uygulamak,
* Yeteneklerin geliştirilmesine yönelik teşvikler sunmak,
* Online sistemlerin geliştirilmesi,
* İç piyasanın olanaklarını daha verimli biçimde kullanmak ve faydalanmak,
* Vergi ve finansal alanlarda çalışma ortamının geliştirilmesi,
* KOBİ’ler için teknolojik desteği arttırmak,
* E-iş modellerinin daha başarılı olması ve arttırılması için destek sağlamak,
* Küçük ölçekli firmalara maksimum düzeyde iş destek hizmeti sunmak,
* KOBİ’lerin AB’de ve ülke içinde daha aktif, daha sağlam bir yapıya dönüşmesini mümkün kılmaktadır.

AB’nin Küçük İşletmeler Yasası’na (A Small Business Act for Europe) yönelik KOBİ politikası 25 Haziran 2008 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir. Bu yasaya göre KOBİ’ler Avrupa ekonomisinde anahtar rol oynamakta ve birlik ile üye ülkeler için politika çerçevesini oluşturmaktadır. Bu politikaların temel ilkeleri (Onuncu Kalkınma Planı, 2014: 61-62);

* Girişimci ve aile firmalarının gelir düzeyinin artmasına ve mükafatlandırılmasına yönelik bir çalışma ortamı sağlamak,
* İşletmesini kapatmakla karşı karşıya kalan girişimciler için destek sağlamak,
* Öncelikle küçük olanı düşünme politikasına yönelik uygun politikalar geliştirmek,
* KOBİ gereksinimlerine kamunun cevap verebilir hale gelmesi,
* KOBİ gereksinimlerine yönelik kamu politika araçlarının uyumlu hale getirilmesi, KOBİ’lerin kamuda yer almalarını sağlamak ve devlet desteklerinin daha etkin tahsis edilmesi,
* KOBİ’lerin finansman kaynaklarına daha rahat erişmeleri ve ticari ödemelerin vaktinde yapılmasını sağlayan yasal bir mevzuat ile çalışma ortamının sağlanması,
* KOBİ’lerin tek pazar olanaklarından daha iyi faydalanmasını geliştirmek,
* KOBİ’lerin becerilerini ve tüm inovasyon faaliyetlerini arttırmak,
* KOBİ’lerin çevreyle alakalı sorunlarının giderilerek olumlu fırsatlara dönüştürmek,
* KOBİ’leri gelişen piyasalardan faydalanması için yönlendirmek ve desteklemek.

Çizelge 2.3. Girişim ve Çalışan Sayısına Göre AB KOBİ ve Büyük İşletmeleri (2015)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Mikro | Küçük | Orta | Büyük | Toplam |
| Girişim Sayısı | 21.356.252 | 1.378.702 | 224.647 | 44.458 | 23.004.059 |
| Girişim % | 92.80% | 6.00% | 1.00% | 0.20% | 100.00% |
| Çalışan Sayısı | 40.057.408 | 27.503.428 | 23.170.352 | 45.168.732 | 135.899.904 |
| Çalışan % | 29.50% | 20.20% | 17.00% | 33.20% | 100.00% |
| Ciro (Milyar Eur) | 1.453.926 | 1.233.270 | 1.250.907 | 2.923.873 | 6.861.976 |
| Ciro % | 21.20% | 18.00% | 18.20% | 42.60% | 100.00% |

**Kaynak:** Veriler Yıllık AB KOBİ Raporu 2015/2016’dan alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.3'e göre AB KOBİ'lerinin 2015 yılında toplam girişim sayısı 22.959.601 olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl içinde AB KOBİ'lerinin çalışan sayısı ise 90.731.188 kişidir. Toplam ciroya bakıldığında ise 3.938.103 milyar Euro tutarında gerçekleştiği görülmektedir. AB KOBİ'lerinin girişim oranı, toplam işletmeler içinde %99.80 iken elde edilen katma değer açısından toplam işletmeler içinde %57.40 oranında gerçekleşmiştir.

**Kaynak:** Veriler Yıllık Avrupa KOBİ’leri Raporu'ndan alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.1. Ana Sektörlere ve Ölçeklerine Göre AB KOBİ’leri (%, 2013-2014)

Şekil 2.1'de görüldüğü üzere Avrupa'da sanayi sektöründe mikro ölçekli işletmeler %83, küçük ölçekli işletmeler %14 ve orta ölçekli işletmeler ise %3 oranında gerçekleşmiştir. Ticaret sektöründe mikro ölçekli işletmeler %93, küçük ölçekli işletmeler %6 ve orta ölçekli işletmeler %1'dir. Mikro ölçekli işletmeler diğer sektörlerde yoğunluk gösterirken küçük ve orta ölçekli işletmeler ise sanayi sektöründe daha çok yer almaktadır.

**Kaynak:** Veriler Yıllık AB KOBİ Raporu 2015/2016’dan alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.2. AB KOBİ'lerinin Ana Sektörler Açısından Dağılımı (2015)

Şekil 2.2.'de AB KOBİ'lerinin 2015 yılında ana sektörler açısından dağılımı verilmiştir. Buna göre, ticaret %22 oranında en yüksek paya sahipken en düşük pay %4 ile konaklama ve gıda sektöründe görülmektedir. Diğer sektörlerin toplam pay içindeki yeri incelendiğinde imalat %20, iş hizmetleri %14, inşaat sektörü ise %11 oranında gerçekleşmiştir. Bir bütün olarak bakıldığında bu beş sektör içinde toplam katma değer açısından KOBİ katkısı, imalatta %44, ticarette %66, iş hizmetleri, inşaat, konaklama ve gıda sektörlerinde ise %70 oranında gerçekleşmiştir.

Çizelge 2.4. Ticari Kesim AR-GE Harcamalarından KOBİ’lerin Aldıkları Pay

|  |  |
| --- | --- |
| Ülke | KOBİ Payı (%, 2013) |
| Türkiye\* | 35.7 |
| Almanya | 11.0 |
| Fransa | 22.1 |
| Polonya | 29.2 |
| İspanya | 50.2 |
| ABD | 16.8 |
| Kore | 23.1 |
| Japonya | 6.5 |

**Kaynak:** Veriler Avrupa 2013 Raporundan alınarak düzenlenmiştir. \* TÜİK 2013 verilerinden hazırlanmıştır.

Çizelge 2.4'e göre Avrupa 2013 raporunda Türkiye'de ticari kesim Ar-Ge harcamaları içinde KOBİ'lerin payı %36 oranında gerçekleşmiştir. Bu oran Almanya'da %11, Fransa'da %22, Polonya'da %29, İspanya'da %50, ABD'de %17, Kore'de %23 ve Japonya'da %7 oranındadır.

**Kaynak:** Veriler Yıllık AB KOBİ Raporu 2015/2016’dan alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.3. AB KOBİ'lerinde Sektörlerin Teknoloji Düzeyine Göre İstihdam Artışı

Şekil 2.3'te AB'de teknoloji seviyesine göre KOBİ'lerde istihdam artış oranı 2013 yılında düşük oranlara sahipken 2014 ve 2015 yıllarında düşük de olsa ilerleme kaydetmiştir. 2015 yılında bu oran yüksek teknoloji düzeyinde %2, orta-yüksek teknoloji düzeyinde %0.4, orta-düşük teknoloji düzeyinde %0.5, düşük teknoloji düzeyinde ise %1.1 oranında gerçekleşmiştir.

**2.1.6. Türkiye Ekonomisinde KOBİ’ler**

KOBİ’ler, iş fırsatları, sağlık, eğitim ve refah hizmetleri için maksimum fayda sağlaması, dezavantajlı kişilerin istihdamda kendilerine yer bulması, bölgeler arası dengesizliklerin azaltılması, tüketicilerin daha çok tercih yapabilmesi imkanlarını sağlamaktadır (Ekin, 2000: 271-273). Ayrıca toplumdaki ekonomik ve sosyal dalgalanmaları azaltarak bölgelere göre oluşan gelir dağılımı adaletsizliğini minimize etmesine katkıda bulunmaktadır (ILO, 2001: 221).

KOBİ’ler, sosyal içerme sağlama rolü ve bölgeler arası dengesizliği azaltma başlığı altında iki grupta incelenmektedir. Sosyal içerme kavramı adından da anlaşılacağı gibi olumlu bir anlam taşımaktadır. Sosyal dışlanma kavramı bu kavramın karşıtıdır. KOBİ’ler özellikle gelişmiş ülkelerde sosyal dışlanmışlıkla karşılaşan kişileri birtakım politikalarla topluma kazandırmaya çalışmaktadır. Türkiye 2006-2008 döneminde “Orta Vadeli Program” içerisinde konu edindiği “Sosyal İçerme ve Yoksullukla Mücadele” alanına da değinmiştir. Aynı dönemde “Sosyal Dışlanma ile Mücadele Stratejisi” adlı sosyal içerme belgesiyle AB politikaları ile uyum sağlamaya yönelik önlemler alınmaya çalışılmıştır (DPT, 2006: 224).

Sosyal dışlanma ve yoksullukla mücadele konusunda istihdamın artışı ve sosyal korunmanın geliştirilmesi en temel amaçtır. KOBİ’ler sosyal dışlanmışlıkla karşı karşıya kalan birey ve grupları istihdama kazandırarak ekonomik ve sosyal alanda katkı sağlamaktadır. Söz konusu kişilerin istihdama kazandırılması toplumsal dışlanma riskini azaltarak durumları iyileştirilmekte, yaşam standartları arttırılmakta ve yoksulluk riski azaltılmaya çalışılmaktadır (DPT, 2006).

KOBİ’lerin bölgeler arası ekonomik adaletsizliği azaltmaya yönelik birtakım ekonomik faaliyetleri bulunmaktadır. Bunlar:

* Az gelişmiş bölgelerde istihdam yapısına bağlı olarak yeni iş imkanları yaratılmakta, işsizlik azaltılmakta ve toplumsal refah arttırılmaya çalışılmaktadır.
* Yeni iş imkanları ile mevcut bölgelerden gelişmiş bölgelere göç önlenmeye çalışılmakta bölgeler arası gelir adaletsizliği dengelenmeye çalışılmakta ve toplumsal sorunlar azaltılmaya çalışılmaktadır.
* Bölgeler arasındaki olumsuz farklılıklar azaltılmaya çalışılarak katkıda bulunulmaktadır (Taş, 2010: 70).

KOBİ’ler Türkiye ekonomisinde büyük öneme sahiptir. Değişime ve teknolojik ilerlemelere hızlı uyum sağlayabilen KOBİ’lerin esnek yapısı sayesinde hem yurtiçi hem de yurtdışındaki piyasalarda büyük önem arz etmektedirler. KOBİ’lerin ekonomik katkıları şunlardır:

* Yurtiçinde sosyal ve ekonomik yönden denge konumundadır.
* Sanayide ihtiyaç duyulan esnekliğin sağlanmasına yönelik yeni düşünce ve yeniliklere olanak sağlamaktadır.
* Dar bir yönetim yapısına sahip olması ve düşük firma giderleri, hızlı ve daha düşük maliyetle üretim sağlamaktadır. Dolayısıyla uygulama açısından çabuk karar verme olanağı kazandırmaktadır.
* Bireysel kararlar oluşmakta ve uygulanmaktadır.
* İstihdam ve eğitim alanında önemli bir yer tutmakta ve pek çok nitelikli personel yetiştirilmektedir.
* Sanayi ve üretimin tüm bölgelerde yer almasını sağlayan aracı konumundadır.
* Çalışmayan iş gücünün ve kullanılmayan hammadde ile finansman kaynaklarının küçük ölçekli işletmelerde kullanılmasına olanak sağlayarak ülkenin yaşam standardı arttırılmaya çalışılmaktadır.
* Düşük düzeyli tasarrufların direkt yatırıma dönüştürülmesine yönelik sermayenin tabana yayılması sağlanmaktadır.
* İşveren-işçi arasındaki ilişkiler büyük ölçekli işletmelere göre daha samimi olduğundan sosyal çatışmaları azaltmaktadır.
* Ekonomik dalgalanmaların çok yüksek olduğu dönemlerde (savaş, kriz vb.) büyük ölçekli işletmeler zarar görürken KOBİ’ler bu dalgalanmalardan düşük düzeyde etkilenmekte ve ekonomik faaliyetlerine devam edebilmektedirler (Akgemci, 2001: 19).

Türkiye’de istenilen düzeydeki bir yapıya sahip olunamasa da genç nüfusun yoğun olmasının avantajıyla KOBİ’ler hem büyük önem sağlamakta hem de girişimcilik konusunda son yıllarda olumlu düzeyde bir artış görülmektedir. Girişimcilik performansının da yüksek olmasını sağlamak için buna yönelik strateji ve politikalar doğru belirlenip uygulanmalıdır. Özellikle finansman kaynaklarının arttırılması eğitime ayrılan harcamalar ve KOBİ’lere sağlanan destekler bu konuda en çok dikkat edilmesi gereken hususlardır (Doğan, 2010: 88-89).

**Kaynak**: Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.4. Büyüklük Grubuna Göre Temel Göstergeler (2014)

Şekil 2.4'e göre Türkiye’de KOBİ’ler, 2014’te toplam girişimin %99,8 oranında bir paya sahiptir. Ayrıca istihdamda %73.5, ciroda %62, maaş ve ücretlerde %54.1, faktör maliyetiyle katma değer %53.5 ve maddi mal ve hizmetlere ait brüt yatırımlarda %55 oranında gerçekleşmiştir.

Çizelge 2.5. Faaliyetlere Göre Girişim Sayısı, Çalışanların Nitelikleri ve Personel Maliyeti (2014)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NACE Rev.2 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Girişim Sayısı | 2.321.979 | 2.591.082 | 2.646.117 | 2.695.131 | 2.677.316 |
| Çalışanlar Sayısı | 10.197.331 | 11.519.036 | 12.559.467 | 13.034.391 | 13.559.084 |
| Çalışan Kadın Sayısı | 1.995.993 | 2.299.691 | 2.580.702 | 2.858.139 | 3.049.927 |
| Çalışan Erkek Sayısı | 8.201.338 | 9.219.345 | 9.978.765 | 10.176.252 | 10.509.157 |
| Ücretli Çalışanlar Sayısı | 7.883.750 | 8.975.633 | 10.034.641 | 10.823.342 | 11.387.084 |
| Ücretli Çalışan Kadın Sayısı | 1.766.610 | 2.041.415 | 2.316.351 | 2.578.213 | 2.769.161 |
| Ücretli Çalışan Erkek Sayısı | 6.117.140 | 6.934.218 | 7.718.290 | 8.245.129 | 8.617.923 |
| Kısmi Çalışanlar Sayısı | 73.681 | 78.859 | 76.030 | 85.088 | 89.368 |
| Personel Maliyeti | 144.001.825.606 | 175.090.754.441 | 213.536.645.212 | 251.573.423.150 | 292.305.335.749 |
| Maaş ve Ücretler | 123.326.676.417 | 149.842.394.297 | 182.324.063.666 | 214.271.697.322 | 248.653.318.623 |
| Sosyal Güvenlik Masrafları | 20.675.149.189 | 25.248.360.144 | 31.212.581.546 | 37.301.725.828 | 43.652.017.126 |

**Kaynak**: Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.5’e göre Türkiye’de 2014 yılında girişim sayısı 2.677.316, çalışanların sayısı 13.559.084, çalışan kadın sayısı 3.049.927, çalışan erkek sayısı 10.509.157, ücretli çalışanların sayısı 11.387.084, ücretli çalışan kadın sayısı 2.769.161, ücretli çalışan erkek sayısı 8.617.923, kısmi çalışanların sayısı 89.368, personel maliyeti 292.305.335.749, maaş ve ücretler 248.653.318.623 ve sosyal güvenlik masrafları 43.652.017.126’ya yükselmiştir. Veriler genel olarak bir artış gösterse de çalışan kadın sayısını çalışan erkek sayısıyla karşılaştırdığımızda cinsiyete göre istihdam dağılımı konusunda adaletsizlik olduğu dikkat çekmektedir.

**Kaynak:** Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.5. Teknoloji Seviyesine Göre KOBİ Başına Ortalama Çalışan Sayısı

Çizelge 2.5'te Türkiye'de 2013 yılı verilerine göre KOBİ başına çalışan sayısı, en çok %24 oranında ileri teknoloji seviyesinde gerçekleşirken en düşük oran düşük teknoloji seviyesinde %6 oranındadır. Orta-düşük teknoloji düzeyinde %7, orta-ileri teknoloji seviyesinde ise %12 oranında gerçekleşmiştir.

**Kaynak:** Veriler BDDK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.6. Kredi Türleri İçinde KOBİ Kredilerinin Payı

Şekil 2.6'da KOBİ kredilerinin toplam kredi türleri içindeki payı 2010 ve 2014 yılları arasında düzenli bir artış göstermektedir. 2010 yılında bu pay 125, 2011 yılında 163, 2012 yılında 200, 2013 yılında 271 ve 2014 yılında ise 333 olarak gerçekleşmiştir. Oran açısından değerlendirirsek ticari ve kurumsal kredilere göre daha düşük bir ilerleme göstermektedir.

**Kaynak:** Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.7. KOBİ'lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı (2013)

Şekil 2.7'de KOBİ'leri ana sektör bazında dağılımı incelendiğinde en çok aktif oldukları sektörün %51 oranında diğer sektörler grubu olduğu görülmektedir. İkinci sırada %35 ile ticaret sektörü, üçüncü sırada %13 ile sanayi sektörü, %1 ile son sırada ise tarım sektörü yer almaktadır. Şekilden anlaşılacağı gibi en düşük paya sahip olan tarım sektöründe KOBİ'ler çok düşük düzeyde faaliyet göstermektedir. Sanayi sektörünün de payının yeterli bir orana sahip olmaması diğer önemli bir husustur.

Çizelge 2.6. Sektör ve Çalışan Sayılarına Göre Girişimlerin Dağılımı (2014)

|  |  |
| --- | --- |
| Sektör (Nace Rev.2) | Çalışan Sayısına Göre Girişim Sayısı |
| 0-9 | 10-49 | 50-249 | 0-249 | >250 |
| A-Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık | 28.619 | 1.537 | 211 | 30.367 | 22 |
| B- Madencilik ve Taş Ocakçılığı | 5.475 | 1.437 | 352 | 7.264 | 60 |
| C- İmalat | 371.608 | 44.668 | 8.882 | 425.158 | 1.627 |
| D- Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı | 3.931 | 418 | 167 | 4.516 | 62 |
| E- Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri | 3.044 | 384 | 103 | 3.531 | 81 |
| F- İnşaat | 210.095 | 36.027 | 7.115 | 253.237 | 510 |
| G- Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı | 1.189.401 | 47.583 | 4.272 | 1.241.256 | 472 |
| H- Ulaştırma ve Depolama | 548.578 | 10.929 | 1.387 | 560.894 | 219 |
| I- Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri | 290.907 | 12.715 | 1.597 | 305.219 | 307 |
| J- Bilgi ve İletişim | 37.877 | 2.401 | 426 | 40.704 | 86 |
| K- Finans ve Sigorta Faaliyetleri | 24.702 | 1.026 | 161 | 25.889 | 75 |
| L- Gayrimenkul Faaliyetleri | 49.662 | 1.562 | 160 | 51.384 | 15 |
| M- Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler | 182.344 | 9.697 | 738 | 192.779 | 117 |
| N- İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri | 39.727 | 5.382 | 2.840 | 47.949 | 876 |
| P- Eğitim | 21.307 | 6.284 | 885 | 28.476 | 345 |
| Q- İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri | 37.682 | 3.995 | 870 | 42.547 | 291 |
| R- Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlence ve Spor | 33.470 | 837 | 138 | 34.445 | 13 |
| S- Diğer Hizmet Faaliyetleri | 224.781 | 3.672 | 263 | 228.716 | 32 |
| TOPLAM | 3.303.210 | 190.554 | 30.567 | 3.524.331 | 5.210 |
| 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 |

**Kaynak:** Veriler TUİK sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.6'da 2014 yılına göre sektör ve çalışan sayılarının toplamına göre girişimlerin dağılımı incelendiğinde A sektöründe 60.756, B sektöründe 14.588, C sektöründe 851.943, D sektöründe 9.094, E sektöründe 7.143, F sektöründe 506.981, G sektöründe 2.482.984, H sektöründe 1.122.007, I sektöründe 610.745, J sektöründe 81.494, K sektöründe 51.853, L sektöründe 102.783, M sektöründe 385.675, N sektöründe 96.774, P sektöründe 57.297, Q sektöründe 85.385, R sektöründe 68.903 ve S sektöründe 457.464 olarak gerçekleşmiştir. En düşük paya sahip sektör Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri iken en yüksek paya sahip olan sektör ise Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı sektörüdür.

Sonuç olarak Türkiye'deki KOBİ'lerin, sektörler içindeki pay açısından değerlendirildiğinde yavaş bir ilerleme kaydettiği görülmektedir. Yapılan teşvikler ve verilen desteklerin de yetersiz olması, finansman sorunu, teknolojideki ilerlemelere yeterli düzeyde uyum sağlamama, uzmanlaşmış pazarlama departmanının olmayışı bu durumun temel nedenlerini oluşturmaktadır. Dış piyasada diğer firmalarla rekabet edememe düşüncesi de KOBİ'lerin dış ticarete katılmasını engelleyen en önemli sebeplerdendir. Dış ticarete dahil olan KOBİ'ler ise uluslararası pazarlama koşullarına ve teknolojiye uyum sağlamakta zorlanmaktadır.

**2.2. Dış Ticaret ve Türkiye**

Türkiye'de dış ticaret diğer ülkelerde de olduğu gibi küreselleşmeyle birlikte önemli bir konu haline gelmiştir. Uluslararası mal ve hizmet dolaşımının artması, ucuz işgücü ve üretim maliyetine sahip az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin de dış ticarete dahil olmasını sağlamıştır. Türkiye'de de özellikle 1980 yılından sonra ithal ikame politikası yerine ihracata dayalı büyüme politikası izlenmiştir (Karagöz ve Karagöz, 2009: 127).

**2.2.1. Dış Ticaret Tanımı**

Dış ticaret, bir ülkedeki yerleşiklerin başka ülkelerde bulunan yerleşiklerle yaptığı mal ve hizmet alım-satım faaliyetlerinin tümüdür. Daha geniş anlamıyla dış ticareti tanımlamak gerekirse, ekonomik ve siyasal anlamda bağımsız olan ülkelerin mal, sermaye, hizmet ve düşünce mülkiyeti haklarını içeren alım ve satım faaliyetleridir. Ülkeler dış ticaret yaparak ekonomik büyümeye katkı sağlamakta, refah düzeylerini artırmakta ve küresel ekonomide kendine yer edinerek ekonomik ve politik alanda söz sahibi olmayı kazanmaktadır (Gültekin, 2011: 31). Aynı zamanda dış ticaret, ekonomide uzmanlaşmayı, kaynakların verimli ve etkin biçimde kullanılmasını sağlamaktadır (Wang vd., 2010: 894).

Dış ticaret dengesi ise bir ülkedeki yerleşikler tarafından, başka ülkedeki yerleşiklere satılan mal ve hizmetler ile başka ülkelerden aldıkları mal ve hizmetlerin arasındaki farkı ifade etmektedir. Yani kısacası mal ve hizmet ithalatı ile mal ve hizmet ihracatı arasındaki farktır (Eğilmez ve Kumcu, 2009: 246).

Milli gelir denklemi dışa açık olan bir ekonomide,

Y = C + I + G + (X-M) (2.1)

(2.1) no'lu denklemde olduğu gibi gösterilmektedir. Y milli geliri, C özel tüketim harcamalarını, I özel yatırım harcamalarını, G kamu harcamalarını, X ihracat gelirlerini ve M ise ithalat harcamalarını belirtmektedir. (C+I+G) yurtiçi harcamaları ifade ederken (X-M) dış ticaret dengesini belirtmektedir. Dış ticaret dengesi,

DTD = X - M (NX) = Y - (C + I + G) (2.2)

(2.2) no'lu denklemdeki gibi ifade edilebilmektedir. Yukarıdaki denkleme göre ifade edersek dış ticaret dengesi (X-M), yurtiçi hasıla ile emme kapasitesi arasındaki farktır (Altıntaş ve Çetin, 2008: 34). Dış ticaret dengesi bir ülkenin ihracatıyla ithalatının eşit olmasıyla oluşan dengedir. Ülkedeki ihracat oranı ithalat oranından büyük olduğunda dış ticaret fazlası oluşur ve dolayısıyla (NX > 0) olmaktadır. İhracat oranı ithalat oranından küçük ise dış ticaret açığı oluşmakta ve (NX < 0) olmaktadır (Karluk, 2003: 454).

Dış ticaret haddi ise bir ülkenin başka bir ülke ile üretim olanakları eğrisinin tüketim kayıtsızlık eğrisini teğet geçtiği noktada paralel fiyat doğrularının oluştuğu mübadele oranıdır (Diler, 2006: 29). Dış ticaret haddi, ihracat şartlarında ithalatın ölçülmesiyle gerçekleşen fırsat maliyetini oluşturmaktadır. Ticari koşullarda yıllar itibariyle gerçekleşen değişimleri gösteren bir endekstir (Aslan ve Yörük, 2008: 35).

**2.2.2. Dış Ticaret Teorileri**

Küreselleşen dünyada uluslararası ticaretin artmasıyla ülkeler birbirleri arasında mal ve hizmet almaya ya da satmaya başlamışlardır. Bunun oluşmasıyla birlikte ülke ekonomilerinin dış ticareti belirleyen fayda, büyüme ve uzmanlaşma gibi kazançlarına yönelik teoriler geliştirilmiştir. Aşağıda bu teorilerden bazılarına değinilmiştir.

**2.2.2.1. Mutlak Üstünlükler Teorisi**

Dış ticaret teorileri, "Ulusların Zenginliği" isimli eserini yazan Adam Smith'in 1776'da ileri sürdüğü Mutlak Üstünlükler Teorisi'ne dayanmaktadır. Smith, ülkelerin açık ekonomide daha avantajlı olacaklarını ve ülkelerin emek açısından daha ucuza ürettikleri mala yönelerek bu mal üzerinde uzmanlaşıp diğer ülkelere ihraç etmeleri gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca diğer ülkelere göre yüksek maliyetle ürettikleri malları da ithal etmeleri gerekmektedir (Değer, 2005: 6). Bu teorinin özelliklerine kısaca değinmek gerekirse (Seymen 2016a: 10-14);

* Dış ticarette iş bölümü ve uzmanlaşma sağlanmalıdır. Yani emek homojen varsayılarak üretilen malın maliyeti diğer ülkelere göre düşükse sermaye ve emek o ürüne yönelik kullanılmalıdır.
* Uzmanlaşma ve verimlilik sağlandığında refah hem söz konusu ülkede hem de diğer ülkelerde artacaktır.
* Ülkeler karşılıklı olarak birbirine mal alıp satmalıdır. Yani bir ülke diğerine ucuza ürettiği malı satarken o ülkede düşük maliyetle üretilen ancak kendi ülkesinde yüksek maliyetle ürettiği bu malı üretmekten vazgeçip ithal etmelidir.
* Ülkeler mutlak üstünlüğe sahip olduğu malı üretirken mutlak dezavantajı olan malı ithal etmesidir. Doğal olarak açık ekonomide ülkeler daha fazla kazanç sağlayacaktır.
* Ülkeler arasında karşılıklı farklı malların üretilmesi uzmanlaşmayı da beraberinde getirecektir.
* Uzmanlaşma, serbest ticaret ortamında gerçekleşebileceğinden ülkelerin birbirlerinin emeğinden faydalanmasını sağlayacaktır.

Smith, "Homo-economicus" varsayımı altında devletin, bireylerin ekonomik çıkarlarına müdahale etmemesi gerektiğini "Laissez faire, laissez passer" yani "Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" söylemi ile serbest ekonominin gerekliliğini ifade etmektedir. Devletin ekonomide yalnızca fiyat mekanizmasını sağlayan "görünmez el" olması gerektiğini savunmaktadır (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011: 200).

**2.2.2.2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi**

Mutlak üstünlükler teorisine karşı David Ricardo tarafından ortaya atılan Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi, mutlak üstünlüğün karşılaştırmalı üstünlüğün özel bir durumu olduğunu varsaymaktadır. Ricardo'ya göre ülkeler, diğer ülkelere göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu malları ihraç etmelidirler. Bir ülke tüm mallarda mutlak üstünlüğe sahip olsa da ürettiği mallarda en çok üstünlük sağladığı malları üretmesi ve bu malların üretiminde uzmanlaşması gerektiğini savunmaktadır (Ricardo, 1817/1971: 154, 338-341). Bu teoriye göre (Seymen, 2016a: 15-20):

* Dış ticaret, malların karşılaştırmalı maliyetine dayanarak üretilmesidir.
* Ülkeler karşılaştırmalı üstünlük sağladığı malı üretip diğer malı ithal ederse daha fazla kar sağlayacaktır. Bu sayede iki ülkede dış ticaret sayesinde kazançlı çıkacaktır.
* Kullanılan emek miktarı arttıkça üretilen malın maliyetinin artacağı varsayılmaktadır. Yani emek miktarı ve mübadele oranı ters yönlü bir ilişkiye sahiptir.

Ricardo'ya göre bir ülkenin diğer ülkeye göre daha fazla malda üstünlüğe sahipse söz konusu ülkenin bu mallar arasında göreceli olarak daha düşük maliyetle ürettiği malda uzmanlaşması gerektiğini savunmaktadır. Uluslararası ticaretin maliyetin avantajlarına göre belirlendiğini ve bu şekilde uzmanlaşmanın ülkelerin ekonomik büyüme ve refahını etkileyeceğini savunmuştur (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011: 200).

**2.2.2.3. Uluslararası Değerler Teorisi**

John Stuart Mill, dış ticaret kazancına yönelen Smith ve Ricardo'nun göz ardı ettikleri talep hususunu analize ekleyerek dış ticarete yeni bakış açısı kazandırmıştır (Mill, 1848/1965: 593-601). Ülkeler arası karşılıklı talebin dış ticarette teknolojik ilerlemelere de katkı sağlayacağını savunmuştur. Mill'in bu teorisinin özellikleri şunlardır (Seymena, 2016: 25-26):

* Fiili mübadele haddi malın talebiyle belirlenmektedir.
* Malın maliyeti emek miktarına bağlı olarak belirlenmektedir.
* Malın piyasa değeri ise diğer ülkelerin o mala olan talebine bağlı olarak oluşmaktadır.
* Ticarete katılan ülkeler arasında emeğin karşılaştırmalı üstünlüğüne dayalı olarak ticaret hadlerinin alt ve üst limitleri belirlenmektedir.
* Ticaret hadleri birbirine eşit olan ülkeler dış ticaret yapmamaktadır.
* Bir ülkenin diğer ülkenin malına olan talep büyüklüğü ve şiddeti fiili ticaret hadlerini belirlemektedir.

Mill'in "Karşılıklı Talep Kanunu", genel olarak değerlendirildiğinde bir ülkenin diğer ülkenin ürettiği mala olan talep şiddeti ve büyüklüğü iki ülke arasında dış ticaret hadlerinin belirlenmesini sağlayacaktır. Ayrıca ihraç edilen mallara yeni bir malın eklenmesi ya da ihraç edilen malların maliyetini düşürücü bir teknolojik ilerlemenin verimliliği artırmasını ve ithal malların daha düşük maliyetle üretilmesini sağlayarak dış ticareti daha karlı hale getirecektir (Bayraktutan, 2003: 177). Daha sonra Alfred Marshall, arz ve talebe teklif eğrilerini de dahil ederek dış ticaret hadlerinin belirlenmesini daha net hale getirmiştir (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011).

**2.2.2.4. Heckscher-Ohlin Teorisi (Faktör Donatımı Teorisi)**

Hecksher ve Ohlin tarafından geliştirilen "Faktör Donatımı Teorisi", bir ülkenin üretim faktörleri içinde en çok yoğunluğa sahip olduğu ve karşılaştırmalı üstünlük sağladığı faktör üzerine yoğunlaşıp uzmanlaşarak daha düşük maliyetle üretim yapmasına dayanmaktadır (Seyidoğlu, 2003: 64). Daha açık bir ifadeyle ülke emek yoğun bir yapıya sahipse emek yoğun mallar, sermaye yoğun bir yapıya sahipse sermaye yoğun mallara yönelmelidir. Faktör donatımı teorisi'ne göre (Seymen, 2016b: 3-2):

* Her ülkenin faktör donanımı diğerlerinden farklıdır.
* Ülkedeki malların faktör yoğunlukları sermaye ve emek açısından birbirinden farklıdır.
* Üretim fonksiyonları her ülke için aynıdır.
* Ölçeğe göre sabit getiri, üretimde varsayılmaktadır.
* Talep, dış ticareti etkilememekte ve ülkelerin talep koşulları birbirine benzemektedir.
* Ülkeler zengin oldukları üretim faktörüne yönelerek daha düşük maliyetli üretim yapmakta ve uzmanlaşmaktadırlar.
* Emek yoğun ülkeler emek yoğun mallar üretmelidir. Sermaye yoğun ülkeler ise sermaye yoğun mallar üretmelidir.
* Faktör değeri sabit değildir. Yani faktör fiyatları artabilir ya da azalabilir.

**2.2.3. Dış Ticaret Politikası**

Ülkeler kendi üretemedikleri ve üretimi iç talebe yeterli gelmeyen malları başka ülkelerden alarak birbirleriyle ticaret yapmaktadırlar. Dış ticaret teorisine göre ülkelerin iş bölümü ve uzmanlaşma ile serbest piyasa koşullarıyla ticaret yapması daha hızlı kalkınma ve büyümelerini sağlayacaktır. Yalnız ülkelerin kendi ekonomik, siyasal ya da sosyal sebeplerden dolayı serbest piyasa koşulları sağlanamamakta ve dış ticarete kısıtlamalar uygulanmaktadır. Dış ticarete yönelik yapılan bu kısıtlamalar ülkenin dış ticaret politikasını oluşturmaktadır (Dinler, 1997: 472).

AB'de dış ticaret politikası, "Avrupa Birliği Ortak Ticaret Politikası" adı altında oluşturularak 1 Ocak 1958 yılında Roma Antlaşması ile yürürlüğe girmiştir. Üye ülkeler arasındaki kota ve tarife gibi ticareti sınırlayıcı engellemeler kaldırılarak ortak bir gümrük tarifesi oluşturulmuştur (Akarsu, 2016: 63).

**2.2.3.1. Dış Ticaret Politikasının Amaçları**

Ülkeler, kendi ekonomik, sosyal ve siyasal çıkarlarını sağlamak için dış ticarete yönelik müdahalelerde bulunmaktadırlar. Herhangi bir kısıtlamanın uygulanmadığı uluslararası mal ve hizmet bulunması genellikle mümkün değildir. Serbest dış ticaret teoride mümkün görünse bile pratikte uygulanamamaktadır. Dış ticaret politikasının genel amaçları şunlardır (Seyidoğlu, 2007: 116):

* Dış ödeme dengesizliklerinin giderilmesi, ülkelerin ekonomik baskıdan kurtulmalarını sağlamaktadır. Ödemeler bilançosundaki açıklar, ülke ekonomisinde baskı yaratarak döviz rezervlerinin tükenme olasılığını artırmaktadır. Bu nedenle ülkenin dış ticaret politikasının amacı, ithalatın azaltılması ve ülkedeki mevcut dövizin dışarı akışını kısıtlanması sağlanmaya çalışılmaktadır (Seyidoğlu, 2003: 118).
* Dış rekabetten korunma, özellikle yeni gelişmekte olan ülkelerin uluslararası ekonomide rekabet etme gücüne sahip olmayan malları korumaya yönelik bu malın rekabet etme gücünü sağlayana dek ithal edilmesine kısıtlama uygulamasıdır. Bu dış ticaret politikası bebek endüstriler politikası olarak bilinmektedir (Dinler, 2013: 576).
* Ekonomik kalkınma, ülkelerin endüstrileşmesine yönelik uygulanan bir amaçtır. Dışa kapalı ekonomiler, yerli üretimi artırmaya yönelik bir kalkınma amacı güderken açık ekonomiler ise ihracatı artırmaya yönelik bir kalkınma amacına sahip olabilmektedir (Yavilioğlu, 2002: 66-67).
* Piyasa aksaklıklarının giderilmesine yönelik ülkeler, ekonomideki mevcut ekonomik kısıtlamaları azaltarak dış ticarette rekabeti geliştirebilmekte ve ekonomideki monopol gücü ortadan kaldırarak kaynakların etkin dağılımı sağlamaktadır (Seyidoğlu, 2003: 118).
* Ekonominin liberalleşmesi, birçok ülkenin serbest ekonomi koşullarını her açıdan sağlayarak diğer ülkelerle birlikte ekonomideki kaynakların etkin ve verimli şekilde kullanılmasını amaçlamaktadır (Seyidoğlu, 2003: 118).
* Ülke ekonomisinde istikrar, yalnızca işsizliği önlemek ve enflasyonu düşürmekle mümkün olmaktadır (Dinler, 2013: 577).

Diğer dış ticaret politikası amaçları; ülkenin hazinesine gelir sağlamak, dış ticarette monopolcü gücünden yararlanmak, tam istihdam, otarşi, sosyal ve siyasal sebepler, dış politika amaçları gibi amaçlar sayılabilmektedir (Atabey vd., 2011: 17).

**2.2.3.2. Dış Ticaret Politikasının Araçları**

Ülkeler, çıkarlarına uygun buldukları amaçları uygulayarak hedeflerini ulaşmak için dış ticaret politikalarını belirleyerek dış ticarete müdahalede bulunmaktadırlar. Bu politikaları belirlerken ülkenin ekonomik, sosyal ve siyasi koşulları göz önünde bulundurulmaktadır. Ülkenin kalkınması ve büyümesi için dış ticaret amaçları doğru belirlenmeli ve doğru politika araçları kullanılmalıdır. Bu politika araçları; gümrük tarifeleri (vergileri), kotalar, tarife benzeri kısıtlamalar, görünmez engeller, gönüllü ihracat kısıtlamaları, ihracatın özendirilmesi ve bağlı ticaret sayılabilmektedir.

Gümrük tarifeleri (vergileri), ihracat ya da ithalatı yapılan mallara eklenen vergileri ifade etmektedir. Ülkeler ihracatı yapılan mallara gümrük tarifesi uygulamamakta ancak iç piyasadaki malların üretimini desteklemek için bu malın ithalatına gümrük vergisi eklemektedir (Begg, vd., 2011:646).

Gümrük tarifeleri, advalorem ve spesifik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Advalorem gümrük tarifesi ithal edilen malların ekonomik değeri üzerinden belirlenmektedir. Spesifik gümrük tarifesi ise ithal edilen malların miktarına göre belirlenmektedir (İyibozkurt, 2001: 171).

Günümüzde ülkelerin kendi aralarında karşılıklı anlaşarak uyguladıkları çift taraflı tarifeler ithalata dayalı vergi yükünü azaltmaktadır. Yalnız iki ülke arasında yapılan bu anlaşmayla birlikte her ülkeyle farklı bir çift taraflı tarife uygulanması gümrük tarifelerini karmaşık bir yapıya dönüştürmüştür (Alkin, 2003: 442).

Kotalar, gümrük tarifelerinde olduğu gibi ithal edilen malların fiyatına müdahale edilmeden ve farklı bir uygulamayla yani miktar kısıtlamaları yapılarak direkt olarak ithal edilen malların girişine yönelik yapılan bir sınırlandırmadır. Ülke, ithal edilen mallara yönelik uyguladığı kota ile malın tamamının ya da belli bir kısmının ülkeye girmesini engellemektedir. Bu kısıtlamalar kotalar, ithal yasakları ve döviz kontrolü araçlarından oluşmaktadır (Carbaugh, 1995: 162-163).

Tarife benzeri kısıtlamalar, gümrük vergilerinde olduğu gibi fiyata müdahale etme yoluyla uygulanan kısıtlamalardır. Burada temel amaç ithalatı yapılan malların fiyatının artmasıyla iç talebin dış firmalardan yerli firmalara yönelmesi sağlanmaktadır. Dolayısıyla yerli firmalar bu talebi karşılamak için üretimini artırır ve bu malların ithalatı kısılmış olmaktadır. Bu kısıtlamalara yönelik kullanılan araçlar, ithalat teminatı, iç piyasaya sübvansiyon vermek, sübvansiyona karşı çıkarılan vergiler ve katlı kur sistemi vb. araçlardır (Husted ve Melvin, 1990: 181-182)

Görünmez engeller, direkt ithalatın düzeyine etki etmektedir. Bu tür engeller, paketleme-etiketleme ile alakalı düzenlemeler, sağlık, kalite standartları, endüstri standartları, ulusal standartlara ait kurallar, gümrük uygulamaları ve bu uygulamalara dair yürütülen idari kurallar, lisanslar, sınırda uygulanan bürokratik uygulamalar, farklı nedenlerle konan ambargolar olarak sıralanabilmektedir (Karluk, 2009a: 215).

Gönüllü ihracat kısıtlamaları, iki ülke arasında ithalatı yapan ve ihracat yapan firmanın karşılıklı anlaşarak ihracatçı ülkenin ihracatına miktar kısıtlaması uygulamasına dayanmaktadır. Bu ihracat kısıtlamaları genellikle gelişmekte olan ülkelerden gelişmiş ülkelere yapılan ihracat mallarına dayalı uygulanmaktadır (Hacıoğlu, 2009: 22).

İhracatın özendirilmesi, kısa dönemde ihracatın artırılması ve ülke ekonomisindeki döviz rezervinin artırılması, uzun dönemde ise mevcut kaynakların ihracat sanayisine aktarılmasıyla uygulanan önemli bir politika aracı olmaktadır (Tomanbay, 1995).

Bağlı ticaret, yerli üretim kalitesi düşük olan bir ülkenin mallarını ihraç ederek endüstrisini geliştirmeye dayalı ithalatçı ülkeyle karşılıklı anlaşma yapmasıdır. Bu tür ticaret ülkelerin karşılıklı anlaşmasıyla uygulanır ve ülkelerden biri devlet kuruluşu özelliğindedir. Son dönemlerde takasa bağlı ticaretin yanı sıra karşı satın alım, geri satın alım ve dengeleme vb. metotlar uygulanmaktadır (Seyidoğlu, 2003: 121).

**2.2.4. AB Ülkelerinin Dış Ticareti**

Özellikle son yıllarda AB’nin üye sayısını 28'e çıkararak hacimsel olarak büyümesi ticaretin yönü ve miktarında değişimi beraberinde getirmiştir. AB, dış ticaretin ekonomik getirilerinden daha fazla yararlanabilmeye yönelik politikalar geliştirerek ihracat ve ithalat alanında etkin olmaya çalışmaktadır. Ancak son yıllarda belirlenen hedeflere göre beklenenin altında bir performans göstermektedir.

Çizelge 2.7. Yıllar İtibariyle AB'nin Dış Ticareti

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Yıllar | İhracat (Milyar USD) | İthalat (Milyar USD) |
| 2010 | 1.797 | 2.033 |
| 2011 | 2.164 | 2.409 |
| 2012 | 2.166 | 2.313 |
| 2013 | 2.305 | 2.240 |
| 2014 | 2.264 | 2.249 |
| 2015 | 1.987 | 1.920 |

**Kaynak:** Veriler AB Dış Ticaret Raporundan alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.7'ye göre AB'nin ihracat verileri incelediğinde 2014 ve 2015 yıllarında bir düşüş olduğu gözlenmektedir. İthalatta ise 2011 yılından itibaren sürekli bir düşüş görülmektedir. 2015 yılında ihracat 1.987 milyar dolara düşerken ithalat ise 1.920 milyar dolara düşmüştür.

Çizelge 2.8. AB'nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ülkeler | 2014(Milyar USD) | 2015(Milyar USD) | Pay (%) |
| Çin | 401,6 | 389,4 | 20,3 |
| ABD | 278,2 | 276,8 | 14,4 |
| İsviçre | 128,4 | 113,7 | 5,9 |
| Rusya | 242,5 | 151,5 | 7,9 |
| Japonya | 75,2 | 66,5 | 3,5 |
| Türkiye | 72,4 | 68,5 | 3,6 |
| Kore | 51,5 | 47,0 | 2,4 |
| Hindistan | 49,4 | 43,8 | 2,3 |
| Vietnam | 29,5 | 33,3 | 1,7 |
| Brezilya | 41,5 | 34,6 | 1,8 |
| AB Toplam İthalat | 2.249,4 | 1.920,2 | 100 |

**Kaynak:** Veriler Yıllık Avrupa KOBİ'leri Raporu'ndan alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.8'de AB ülkelerinin yaptığı toplam ihracat verilerine göre 2015 yılında en fazla ihracat yapılan ülke 389.4 milyar dolarla Çin olmuştur. AB ihracatında Çin %20'lik bir paya sahiptir. ABD'ye yapılan ihracat 276.8 milyar dolar iken ihracattaki payı %14.4 oranında olmuştur. AB'nin Türkiye'ye yaptığı ihracat ise 68.5 milyar dolar iken ihracat içindeki payı %3.6 oranında gerçekleşmiştir. AB'nin toplam ithalatı ise 2015 yılında 1.920,2 olarak gerçekleşmiştir.

**Kaynak:** Veriler Yıllık Avrupa KOBİ'leri Raporu'ndan alınarak düzenlenmiştir.

Şekil 2.8. Ölçeklerine Göre AB KOBİ İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (2013)

Şekil 2.8'de AB ülkelerinin 2013 verilerine göre toplam ihracat firma ölçekleri açısından toplam ihracattaki payı değerlendirildiğinde mikro ölçekli işletmelerin payı %70.1, küçük ölçekli işletmelerin payı %66.6, orta ölçekli işletmelerin payı ise %65.6 oranında gerçekleşmiştir. Tüm KOBİ'lerin ihracattaki payı ise %66.9 olmuştur.

AB ülkelerinde KOBİ'lerin gerek dış ticarette gerekse ulusal piyasada çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. AB KOBİ'lerinin dış ticarette rahatlıkla faal olmasını sağlayan en önemli nedenlerden biri ileri teknoloji ve inovasyona hızlı uyum sağlamalarıdır. Bir diğer sebep ise Ar-Ge ve insan kaynakları departmanlarının bulunmasıdır. Ayrıca KOBİ'lere rekabetçi bir yapı kazandırılarak küresel piyasada daha aktif olmaları sağlanmıştır.

**2.2.5. Türkiye Ekonomisinde Dış Ticaret**

Türkiye’de 24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte dışa açık bir politika izlenmeye başlanmış, böylece sanayinin ihracata dayalı olarak gelişmesi sağlanarak dış ticaret serbest hale getirilmeye çalışılmıştır. Dışa açık bir ekonomi politikasının amaçlandığı Türkiye'de yapılan en büyük girişim ise 1996 yılında Gümrük Birliği Anlaşmasının imzalanmasıdır. Bu anlaşmayla birlikte ülke ekonomisi daha hızlı bir gelişme sağlayarak sanayileşme süreci hız kazanmıştır (Değer, 2015: 5).

Çizelge 2.9. Yıllara Göre Dış Ticaret (2000-2015)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Yıllar | İhracat(Bin Dolar) | İthalat(Bin Dolar) | Dış Ticaret Dengesi(Bin Dolar) | Dış Ticaret Hacmi(Bin Dolar) | İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%) |
| 2010 | 113 883 219 | 185 544 332 | - 71 661 113 | 299 427 551 | 61.4 |
| 2011 | 134 906 869 | 240 841 676 | - 105 934 807 | 375 748 545 | 56.0 |
| 2012 | 152 461 737 | 236 545 141 | - 84 083 404 | 389 006 877 | 64.5 |
| 2013 | 151 802 637 | 251 661 250 | - 99 858 613 | 403 463 887 | 60.3 |
| 2014 | 157 610 158 | 242 177 117 | - 84 566 959 | 399 787 275 | 65.1 |
| 2015 | 143 838 871 | 207 234 359 | - 63 395 487 | 351 073 230 | 69.4 |

**Kaynak:** Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.9'a göre 2015 yılında Türkiye'de ihracat miktarı 143.838.871 bin dolar, ithalat 207.234.359 bin dolar, dış ticaret hacmi 351.073.230 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Dış ticaret dengesine baktığımızda -63.395.487 bin dolar olarak görülmektedir. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise %69.4 oranında gerçekleşmiştir.

**2.2.5.1. Dünya İthalatında Türkiye**

Türkiye'de ithalat önceki yıllara göre sürekli azalış göstermektedir. Bu durum, son dönemlerde dışa bağımlığın azalması ve sanayinin gelişmesine bağlanabilir. Ayrıca teknolojik gelişmelere uyum geçmiş yıllara göre daha hızlı olduğundan üretimde artı değer yaratılabilmektedir.

Çizelge 2.10. 2016 Yılı Verilerine Göre En Çok İthalat Yapılan Ülkeler (Bin USD)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ülke | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 |
| Çin | 25 440 441 | 24 873 457 | 24 918 224 | 24 685 885 | 21 295 242 | 21 693 336 |
| Almanya | 21 473 880 | 21 351 884 | 22 369 476 | 24 182 422 | 21 400 614 | 22 985 567 |
| Rusya | 15 160 962 | 20 401 757 | 25 288 597 | 25 064 214 | 26 625 286 | 23 952 914 |
| ABD | 10 867 769 | 11 141 462 | 12 727 562 | 12 596 170 | 14 130 546 | 16 034 121 |
| İtalya | 10 219 004 | 10 639 042 | 12 055 972 | 12 884 864 | 13 344 468 | 13 449 861 |
| Fransa | 7 364 652 | 7 597 687 | 8 122 571 | 8 079 840 | 8 589 896 | 9 229 558 |
| Kore | 6 384 163 | 7 057 439 | 7 548 319 | 6 088 318 | 5 660 093 | 6 298 483 |
| Hindistan | 5 757 174 | 5 613 515 | 6 898 577 | 6 367 791 | 5 843 638 | 6 498 651 |
| İspanya | 5 678 910 | 5 588 524 | 6 075 843 | 6 417 719 | 6 023 625 | 6 196 452 |
| İngiltere | 5 320 631 | 5 541 277 | 5 932 227 | 6 281 414 | 5 629 455 | 5 840 380 |
| İran | 4 699 777 | 6 096 254 | 9 833 290 | 10 383 217 | 11 964 779 | 12 461 532 |
| Japonya | 3 943 602 | 3 140 055 | 3 199 915 | 3 453 190 | 3 601 427 | 4 263 730 |
| BAE | 3 701 152 | 2 008 690 | 3 253 024 | 5 384 468 | 3 596 545 | 1 649 456 |
| Polonya | 3 244 183 | 2 977 662 | 3 082 128 | 3 184 533 | 3 058 078 | 3 496 189 |
| Belçika | 3 200 764 | 3 146 936 | 3 863 892 | 3 843 376 | 3 690 309 | 3 959 279 |
| Hollanda | 3 000 303 | 2 914 359 | 3 517 164 | 3 363 585 | 3 660 634 | 4 004 955 |
| Çek Cumh. | 2 561 653 | 2 218 334 | 2 420 199 | 2 627 288 | 2 005 342 | 1 755 452 |
| Ukrayna | 2 547 636 | 3 448 171 | 4 242 612 | 4 516 333 | 4 394 200 | 4 812 060 |
| İsviçre | 2 502 951 | 2 445 864 | 4 821 031 | 9 645 289 | 4 304 864 | 5 018 977 |
| Romanya | 2 195 671 | 2 598 908 | 3 363 233 | 3 592 568 | 3 236 425 | 3 801 297 |
| Diğerleri | 53 344 978 | 56 433 083 | 68 643 260 | 69 018 766 | 64 489 674 | 63 439 428 |
| Toplam | 198 610 256 | 207 234 359 | 242 177 117 | 251 661 250 | 236 545 141 | 240 841 676 |

**Kaynak:** Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.10'a göre 2016 yılında en çok ithalat yapılan ülke 25.440.441 bin dolar ile Çin olmuştur. İkinci sırada 21.473.880 bin dolar ile Almanya, üçüncü sırada 15.160.962 bin dolar ile Rusya, dördüncü sırada 10.867.769 bin dolar ile ABD, beşinci sırada ise 10.219.004 bin dolar ile İtalya yer almaktadır. Son yıllarda Çin'den olan ithalat diğer ülkelere göre daha hızlı bir artış göstermektedir.

Çizelge 2.11. Girişimin ana faaliyet türü ve çalışan sayısına göre ithalat (2011-2015, Bin USD)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Yıllar | Çalışan sayısı | Toplam | B-E:Sanayi | G:Ticaret | Diğer |
| 2015 | Toplam | 207 190 056 | 108 126 288 | 73 566 233 | 25 497 535 |
| 1-9 | 13 188 002 | 2 341 087 | 9 772 024 | 1 074 890 |
| 10-49 | 27 133 060 | 6 288 946 | 18 931 568 | 1 912 545 |
| 50-249 | 37 802 520 | 17 229 446 | 17 818 501 | 2 754 573 |
| 250+ | 128 914 246 | 82 238 283 | 26 953 161 | 19 722 802 |
| Bilinmeyen | 152 229 | 28 526 | 90 979 | 32 724 |
| 2014 | Toplam | 241 406 460 | 124 269 314 | 84 752 052 | 32 385 094 |
| 1-9 | 15 037 737 | 2 547 817 | 11 362 792 | 1 127 128 |
| 10-49 | 31 773 482 | 8 672 729 | 20 820 548 | 2 280 205 |
| 50-249 | 44 399 940 | 19 208 673 | 22 047 404 | 3 143 863 |
| 250+ | 150 115 934 | 93 838 499 | 30 515 112 | 25 762 323 |
| Bilinmeyen | 79 367 | 1 597 | 6 196 | 71 575 |
| 2013 | Toplam | 251 357 874 | 129 734 410 | 83 733 536 | 37 889 929 |
| 1-9 | 14 292 261 | 2 139 487 | 10 742 930 | 1 409 843 |
| 10-49 | 40 848 889 | 12 774 930 | 23 765 750 | 4 308 210 |
| 50-249 | 45 034 609 | 20 004 714 | 21 414 112 | 3 615 782 |
| 250+ | 151 000 876 | 94 740 289 | 27 800 483 | 28 460 104 |
| Bilinmeyen | 181 239 | 74 990 | 10 260 | 95 989 |
| 2012 | Toplam | 236 297 393 | 126 459 895 | 72 266 674 | 37 570 825 |
| 1-9 | 14 738 838 | 3 299 660 | 9 509 689 | 1 929 488 |
| 10-49 | 33 850 387 | 8 534 598 | 20 287 046 | 5 028 742 |
| 50-249 | 42 410 849 | 18 345 358 | 20 916 419 | 3 149 072 |
| 250+ | 145 016 477 | 96 245 256 | 21 463 150 | 27 308 071 |
| Bilinmeyen | 280 843 | 35 023 | 90 369 | 155 451 |
| 2011 | Toplam | 240 305 843 | 127 003 098 | 78 100 426 | 35 202 319 |
| 1-9 | 15 559 884 | 3 139 350 | 10 179 831 | 2 240 702 |
| 10-49 | 36 819 586 | 8 939 601 | 23 871 893 | 4 008 092 |
| 50-249 | 43 615 814 | 20 517 760 | 20 318 281 | 2 779 773 |
| 250+ | 144 196 110 | 94 381 139 | 23 664 880 | 26 150 091 |
| Bilinmeyen | 114 449 | 25 247 | 65 540 | 23 661 |

**Kaynak:** Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.11'e göre 2015 yılında mikro ölçekli işletmeler, sanayi sektöründe 2.341.087 bin dolar, ticaret sektöründe 9.772.024 bin dolar ve diğer sektörlerde 1.074.890 bin dolar ithalat gerçekleştirmiştir. Küçük ölçekli işletmeler, sanayide 6.288.946 bin dolar, ticarette 18.931.568 bin dolar, diğer sektörlerde 1.912.545 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Orta ölçekli işletmeler sanayide 17.229.446 bin dolar, ticarette 17.818.501 bin dolar, diğer sektörlerde ise 2.754.573 bin dolar olmuştur. Büyük işletmelerin toplam ithalatı ise 128.914.246 bin dolar tutarındadır.

**2.2.5.2. Dünya İhracatında Türkiye**

Türkiye'de ihracat verileri incelendiğinde uzun vadede ihracatta dışa açık bir ekonominin sağlanmasıyla birlikte olumlu bir ilerleme gözlenmektedir. Ancak son bir kaç yılın verilerinde ülkedeki ekonomik, sosyal ve siyasi durumlardan dolayı düşüşler yaşanmıştır.

Çizelge 2.12. 2016 Yılı verilerine göre en çok ihracat yapılan ülkeler (Bin USD)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ülke | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 |
| Almanya | 14 001 075 | 13 417 033 | 15 147 423 | 13 702 577 | 13 124 375 | 13 950 825 |
| İngiltere | 11 687 384 | 10 556 393 | 9 903 172 | 8 785 124 | 8 693 599 | 8 151 430 |
| Irak | 7 638 750 | 8 549 967 | 10 887 826 | 11 948 905 | 10 822 144 | 8 310 130 |
| İtalya | 7 581 570 | 6 887 399 | 7 141 071 | 6 718 355 | 6 373 080 | 7 851 480 |
| ABD | 6 623 911 | 6 395 842 | 6 341 841 | 5 640 247 | 5 604 230 | 4 584 029 |
| Fransa | 6 023 501 | 5 845 032 | 6 464 243 | 6 376 704 | 6 198 536 | 6 805 821 |
| BAE | 5 407 548 | 4 681 255 | 4 655 710 | 4 965 630 | 8 174 607 | 3 706 654 |
| İspanya | 4 991 204 | 4 742 270 | 4 749 584 | 4 334 196 | 3 717 345 | 3 917 559 |
| İran | 4 967 406 | 3 663 760 | 3 886 190 | 4 192 511 | 9 921 602 | 3 589 635 |
| Hollanda | 3 589 882 | 3 154 867 | 3 458 689 | 3 538 043 | 3 244 429 | 3 243 080 |
| Suudi Arabistan | 3 174 370 | 3 472 514 | 3 047 134 | 3 191 482 | 3 676 612 | 2 763 476 |
| İsrail | 2 955 889 | 2 698 139 | 2 950 902 | 2 649 663 | 2 329 531 | 2 391 148 |
| Mısır | 2 733 709 | 3 124 876 | 3 297 538 | 3 200 362 | 3 679 195 | 2 759 311 |
| İsviçre | 2 676 349 | 5 675 424 | 3 207 526 | 1 014 523 | 2 124 525 | 1 484 320 |
| Romanya | 2 671 493 | 2 815 506 | 3 008 011 | 2 616 313 | 2 495 427 | 2 878 760 |
| Polonya | 2 651 244 | 2 329 176 | 2 401 689 | 2 058 857 | 1 853 700 | 1 758 252 |
| Belçika | 2 548 345 | 2 557 805 | 2 939 108 | 2 573 804 | 2 359 575 | 2 451 030 |
| Bulgaristan | 2 383 865 | 1 675 928 | 2 040 157 | 1 971 247 | 1 684 989 | 1 622 777 |
| Çin | 2 328 774 | 2 414 790 | 2 861 052 | 3 600 865 | 2 833 255 | 2 466 316 |
| Cezayir | 1 736 489 | 1 825 875 | 2 078 889 | 2 002 689 | 1 813 037 | 1 470 547 |
| Diğerleri | 44 184 596 | 47 355 020 | 57 142 401 | 56 720 541 | 51 737 946 | 48 750 288 |
| Toplam | 142 557 355 | 143 838 871 | 157 610 158 | 151 802 637 | 152 461 737 | 134 906 869 |

**Kaynak:** Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.12'ye göre 2016 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülke 14.001.075 bin dolar ile Almanya olmuştur. Almanya'yı sırasıyla 11.687.384 bin dolar ile ikinci sırada İngiltere, 7.638.750 bin dolar ile üçüncü sırada Irak, 7.581.570 ile dördüncü sırada İtalya, 6.623.911 bin dolar ile beşinci sırada ABD yer almaktadır.

Çizelge 2.13. Girişimin Ana Faaliyet Türü Ve Çalışan Sayısına Göre İhracat (Bin Dolar)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Yıllar | Çalışan sayısı | Toplam | B-E:Sanayi | G:Ticaret | Diğer |
| 2015 | Toplam | 143 823 982 | 80 209 461 | 54 401 808 | 9 212 714 |
| 1-9 | 25 432 172 | 3 521 012 | 20 287 887 | 1 623 273 |
| 10-49 | 29 206 600 | 8 041 077 | 19 430 651 | 1 734 871 |
| 50-249 | 24 587 152 | 16 902 199 | 7 237 416 | 447 536 |
| 250+ | 64 376 497 | 51 721 725 | 7 263 858 | 5 390 913 |
| Bilinmeyen | 221 562 | 23 446 | 181 995 | 16 120 |
| 2014 | Toplam  | 156 899 652 | 89 206 427 | 60 373 973 | 7 319 252 |
| 1-9 | 27 224 491 | 3 918 081 | 21 917 657 | 1 388 753 |
| 10-49 | 32 496 266 | 9 005 043 | 21 796 479 | 1 694 744 |
| 50-249 | 28 854 724 | 18 102 680 | 10 001 981 | 750 063 |
| 250+ | 68 300 021 | 58 170 143 | 6 656 525 | 3 473 353 |
| Bilinmeyen | 24 150 | 10 481 | 1 331 | 12 338 |
| 2013 | Toplam | 151 570 447 | 86 329 717 | 59 395 614 | 5 845 116 |
| 1-9 | 27 049 751 | 3 806 144 | 21 801 300 | 1 442 307 |
| 10-49 | 36 458 228 | 9 648 510 | 25 110 590 | 1 699 128 |
| 50-249 | 26 242 766 | 17 927 673 | 7 349 898 | 965 194 |
| 250+ | 61 730 748 | 54 905 553 | 5 103 601 | 1 721 595 |
| Bilinmeyen | 88 954 | 41 838 | 30 225 | 16 892 |
| 2012 | Toplam | 152 254 771 | 86 496 893 | 59 466 716 | 6 291 162 |
| 1-9 | 31 375 943 | 4 499 892 | 24 729 068 | 2 146 983 |
| 10-49 | 36 941 743 | 12 021 941 | 23 027 973 | 1 891 830 |
| 50-249 | 26 960 089 | 16 782 104 | 9 474 366 | 703 619 |
| 250+ | 56 696 256 | 53 130 022 | 2 076 931 | 1 489 302 |
| Bilinmeyen | 280 739 | 62 934 | 158 377 | 59 428 |
| 2011 | Toplam | 134 682 469 | 80 031 182 | 49 194 964 | 5 456 323 |
| 1-9 | 20 435 296 | 3 728 843 | 15 040 659 | 1 665 795 |
| 10-49 | 34 662 533 | 9 420 248 | 23 011 698 | 2 230 586 |
| 50-249 | 25 164 092 | 15 931 083 | 8 443 864 | 789 145 |
| 250+ | 54 195 019 | 50 899 297 | 2 567 385 | 728 337 |
| Bilinmeyen | 225 529 | 51 710 | 131 359 | 42 460 |

**Kaynak**: Veriler TÜİK resmi sitesinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.13.'e göre 2015 yılında mikro ölçekli işletmeler, sanayi sektöründe 3.521.012 bin dolar, ticaret sektöründe 20.287.887 bin dolar ve diğer sektörlerde 1.623.273 bin dolar ihracat gerçekleşmiştir. Küçük ölçekli işletmeler, sanayide 8.041.077 bin dolar, ticarette 19.430.651 bin dolar, diğer sektörlerde 1.734.871 bin dolar ihracat gerçekleştirmiştir. Orta ölçekli işletmeler sanayide 16.902.199 bin dolar, ticarette 7.237.416 bin dolar, diğer sektörlerde ise 447.536 bin dolar ihracat gerçekleştirmiştir. Büyük işletmelerin toplam ihracatı ise 64.376.497 bin dolar tutarındadır.

Çizelge 2.14. Ana Sektör Gruplarına Göre İhracatçı KOBİ’ler

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Yıllar  | B-E:Sanayi | G:Ticaret | Diğer  | Toplam |
| 2010 | 19.820 | 20.173 | 5.777 | 45.770 |
| 2011 | 21.311 | 22.298 | 6.334 | 49.943 |
| 2012 | 23.094 | 23.965 | 6.640 | 53.699 |
| 2013 | 24.919 | 26.096 | 6.692 | 57.707 |

**Kaynak**: Veriler TÜİK ve GDTİ resmi sitelerinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.14'te 2013 yılında ana sektör gruplarına göre KOBİ'lerin ihracatı sanayide 24.919, ticarette 26.096, diğer sektörlerde 6.692 olmak üzere toplam ihracatçı KOBİ'lerin 57.707 olarak gerçekleşmiştir. Önceki yıllarla karşılaştırıldığında tüm sektörlerde düşük bir artış yaşandığı gözlenmektedir.

Çizelge 2.15. Yıllara Göre KOBİ'ler Tarafından Yapılan İhracat

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Yıllar | KOBİ İhracatı(Milyon USD) | Toplam İhracat(Milyon USD) | KOBİ'lerin Toplam İhracattaki Payı |
| 2010 | 68.169 | 113.391 | %60.1 |
| 2011 | 80.262 | 134.682 | %59.6 |
| 2012 | 95.278 | 152.255 | %62.6 |
| 2013 | 89.751 | 151.570 | %59.2 |

**Kaynak:** Veriler TÜİK ve GDTİ resmi sitelerinden alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.15'e göre 2013 yılında KOBİ'ler tarafından yapılan toplam ihracat miktarı 89.751 milyon dolar, toplam ihracat miktarı 151.570 milyon dolar, KOBİ ihracatının toplam ihracat içindeki payı ise %59.2 oranında gerçekleşmiştir. KOBİ'lerin ihracat miktarını 2010 yılından 2013'e kadar yaklaşık %75 oranında artırdığı görülmektedir.

Çizelge 2.16. Ölçeklerine Göre İhracatçı KOBİ’ler

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Mikro | KOBİ Sayısı | 23.229 | 25.046 | 27.207 | 28.786 |
| İhracat(Milyon USD) | 18.552 | 20.435 | 31.376 | 27.050 |
| Küçük | KOBİ Sayısı | 17.170 | 19.167 | 20.195 | 21.871 |
| İhracat(Milyon USD) | 27.866 | 34.663 | 36.942 | 36.458 |
| Orta | KOBİ Sayısı | 5.371 | 5.730 | 6.297 | 7.050 |
| İhracat(Milyon USD) | 21.752 | 25.164 | 26.960 | 26.243 |

**Kaynak:** Veriler TÜİK ve GDTI resmi sitelerinden elde alınarak düzenlenmiştir.

Çizelge 2.16'ya göre 2013 yılında mikro ölçekli işletmelerin sayısı 28.786 ve ihracat tutarı 27.050 milyon dolar, küçük ölçekli işletmelerin sayısı 21.871 ve ihracat tutarı 36.458 milyon dolar, orta ölçekli işletmelerin ise sayısı 7.050 iken ihracat tutarı 26.243 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

# 3. KOBİLER VE DIŞ TİCARET

Dünya ekonomisi, sürekli bir ilerleme içinde olduğundan dış ticarette yeni sorunlar ve gelişmeler gündeme gelmektedir. Gerek AB ekonomisi gerekse Türkiye ekonomisinde büyük bir paya sahip olan KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelere oranla bu dönüşümden daha çok etkilenmektedir. Dolayısıyla bu dönüşümde KOBİ'lerin mevcut durumunu korumak ve büyümesini sağlamak amacıyla politika, hedef ve stratejilerin dünya ekonomisinde sürekli değişen koşullara göre uyarlanmasını gerekli kılmaktadır.

**3.1. AB Ülkelerinde KOBİ’lerin Dış Ticarette Karşılaştıkları Sorunlar**

AB ülkelerinde KOBİ’lerin makroekonomi üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu tüm üye ülkelerce kabul edilmiştir. Dolayısıyla AB’de KOBİ’lerin kurulması ve gelişmesi konusunda teşvik ve desteklemeler arttırılmaya çalışılmaktadır. Bu sayede ekonomik büyümede daha istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyüme gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. KOBİ’lerin temel sorunları ve ihtiyaçları belirlenerek bu kapsamdan iyileştirme ve güçlendirme politikaları uygulamaya çalışılmaktadır. Böylece KOBİ’lerin ulusal ve uluslararası piyasada rekabet gücü arttırılmaya çalışılmakta, çalışma ortamı geliştirilmekte, mali, idari ve finansal alanlarda düzenlemeler yapılmaktadır. Ar-Ge, teknolojik ilerleme ve yenilik açısından teşvik sağlanmakta ve vergi ödemelerinde kolaylık yapılmaktadır (Önet, 2008: 1).

Avrupa Komisyonun 2001’de yapmış olduğu araştırmaya göre AB’deki KOBİ’lerin yaşadığı sorunlar; vasıflı personel bulma, finansal kaynaklara ulaşma, altyapı sorunları, idari ve pazarlama sorunları en çok karşılaştıkları sorunlar olarak tespit edilmiştir (European Commission, 2005: 3). Ayrıca sosyal sigorta sistemlerindeki düşük ve sınırlı hizmet yalnızca çalışabilen işçilere verilmektedir. Sosyal yardım programları ise belli özel grupların gereksinimlerine yönelik tahsis edilmektedir. Kayıt altına alınan ve kayıt dışı sektördeki çalışanların zayıf imkanları nedeniyle sosyal güvenliğe ayırdıkları toplam primleri, toplam prim ödemelerinin yaklaşık %20’sini oluşturmaktadır. Kayıt altına alınan sektörde çalışanlar sosyal sigorta prim giderlerini işverenlerle bölüşmektedirler. Kendi adına çalışanların ise sosyal sigorta primlerinin tamamını ödeyebilecek imkanları olmamaktadır. Yani genel olarak bakıldığında enformel sektörde çalışanlar sosyal haklardan yeterli düzeyde yararlanamamakta ve ekonomik sebeplerden ötürü pek çok alanda kısıtlamalar yapılmaktadır (Taş, 2010: 271).

KOBİ’lerin AB ülkelerinde yararlandığı destek programları; Ar-Ge denetimleri, inovasyon ve teknolojik ilerleme, yeni teknolojilerin bütünleşmesi, KOBİ ihaleleri, teknolojik ve Ar-Ge araştırmalarında ortak çalışma, kalitenin arttırılması, teknoloji ve Ar-Ge sonuçlarının yaygınlaştırılması ve kullanımını sağlamaya çalışmaktır (Savcı, 2009: 90).

AB ülkeleri 13 Haziran 2000’de Lizbon Zirvesi’nde “Genel İşler Konseyinde Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı” ve 19-20 Haziran 2000’de Feira Zirvesi ise Küçük İşletmeler Şartı’nı uygulamayı resmi olarak başlatmıştır. Bu şartlardan bazıları şunlardır (European Union, 2007: 1):

* Küçük ölçekli işletmeler daha yüksek istihdam olanaklarına sahip olduğu, yeniliğe ve gelişime açık bir yapısı olduğu, yeni piyasa gereksinimlerine cevap verebilir nitelikte olduğu,
* Küçük ölçekli işletmelerin bölgeleri ve sosyal gelişimi arttırıcı bir etkisinin olduğu,
* Girişimciliğin tüm düzeylerde daha verimli ve üretici bir yeteneğe sahip olduğu,
* Girişimleri başarılı olan işletmelerin ödüllendirilmesi gerektiği,
* Girişimleri başarısız olan işletmelerin bu başarısızlığının öğretici bir imkan olarak görülmesi gerektiği,
* Gelişen ekonomide hedefe bağlılık, esneklik ve bilginin önemli unsurlar olarak görüldüğü, düşüncelerine temel oluşturmaktadır.

AB ülkelerinin tümünde KOBİ politikalarından yararlanacağı şekilde birçok finansal kaynak sistemi oluşturulmuştur. Bunlar; Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Programı (BROP), Rekabet Edilebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı (CIP), AB Çerçeve Programları, Eureka, Avrupa Yatırım Bankası (EIB), Avrupa Yatırım Fonu (EIF), Avrupa Topluluğu Yatırım Ortakları Programı (ECIP), Eurostars (Unicef, WOB, WHO, vb.), Çok Yıllı Girişim ve Girişimcilik Programlarıdır. Bu mali desteklerden yararlanan ülkelerin temelde AB politikalarına uyumlu olması beklenmektedir. AB dışındaki ülkelerle AB arasında Merkezi Finans ve İhale Birimi yürütmeyi yapmaktadır. Söz konusu birim destekleri sağlamayı, düzenlemeyi, ölçme ve değerlendirmeyi, raporlamayı, bütçelemeyi AB komisyonuna göre uygulamakla yükümlüdür (Özyiğit, 2015: 62-68).

AB ülkelerinde KOBİ’leri desteklemeye ve büyümesini sağlamaya yönelik geliştirilen politikalar şunlardır (Önet, 2008:1):

* Finans ve kredi kaynaklarının arttırılması (projelerin teşvik edilmesi, yeni firmaların açılmasını sağlamak, vb.),
* Eğitim programları enformasyon ve danışmanlık hizmetlerinin arttırılması vb. alanlarda çalışma kalitesinin arttırılmasını sağlamak,
* Ar-Ge konusunda bilgilendirme yapmak ve bu konuya yönelik girişimlerin teşvik edilmesi (teknoloji ve yeniliğin yayılmasının güçlendirilmesi),
* Ulusal ve uluslararası piyasalara girişin teşvik edilmesi (piyasa şartlarına uyumun sağlanması),
* Girişimciliğin desteklenmesi, buna yönelik eğitim verilmesinin desteklenmesi (istihdamı arttırma, ekonomide hareketlilik ve rekabet edilebilirlik özelliklerini kazandırma amacıyla geleceği parlak görünen firmaların açılması ve geliştirilmesi).

**3.2. Türkiye de KOBİ’lerin Karşılaştığı Sorunlar**

Gelişmiş ekonomilerde ve Türkiye’de üretim, istihdam, kaynakların etkin ve verimli şekilde kullanılması ve bölgeler arası adaletsizliğin iyileştirilmesi açısından KOBİ’lerin büyük bir önemi vardır. KOBİ’lerin ülke içinde büyük bir paya sahip olması, istihdam ve katma değer açısından ekonomiye yüksek bir değer kazandırmaktadır. Ayrıca bu işletmelerin yapıları itibariyle içerdikleri birtakım sorunların çözülmesi gerekmektedir. Bu sorunların çözülmesine yönelik uygulanan ve başarılı olan her politika ülke kalkınmasında önemli bir rol oynayacaktır (Öztürk, 2007: 35).

**3.2.1. Finansman Sorunu**

KOBİ’lerin öz kaynak sorunu yaşaması hem gelişmiş ülkelerde hem de Türkiye’de karşılaşılan bir sorundur. Öz kaynakların yetersiz oluşu dış kaynak elde etmede sorun oluşmasına neden olabilir. Dış kaynak bulmada teminat olarak öz kaynakların güvence gösterilmesi durumuna sıkça rastlanmaktadır. Yeterli teminatı sağlayamayan KOBİ’ler dış kaynak elde etme sorunuyla karşılaşmaktadır (Yatbaz, 2013: 30).

Türkiye’de KOBİ’lerin karşılaştığı sorunların en başında finansman sorunu bulunmaktadır. Bu sorunlar şunlardır (Ege, 2007: 199-207):

* KOBİ’lerin yeterli düzeyde öz kaynağa sahip olamaması firma sermayesi için gereksinim duydukları kısa ve uzun vadeli kredileri almalarını güçleştirmektedir. Bankaların, kredileri firmaların nakit akışı ve finansal tablolarına bakarak vermesinden dolayı KOBİ’ler kredi riski ile karşılaşmaktadırlar.
* Bir diğer finansman sorunu ise faiz oranlarının yüksek olması ve kredilerin yüksek maliyetli olmasıdır. Bu durum kredilerin geri ödeme sürecinde büyük risk taşımaktadır.
* KOBİ’lere yeterli düzeyde ülke içinde teşvik ve destek sağlanmaması da finansman sorununa yol açmaktadır.
* Mal ve hizmetlerin satışıyla elde edilen tahsilatların yapılamaması finansman sorunları arasında yer almaktadır.
* Gelişmiş sermaye piyasalarının KOBİ’lere yönelik hem ekonomik yönden etkin olmaması hem de KOBİ’lerin bu piyasalardan yetersiz düzeyde yararlanması ayrı bir finansman sorununu teşkil etmektedir.
* KOBİ’ler hem yurt içinde hem yurt dışında satış yaparak nakit kaynaklarını arttırmak istemesine rağmen maliyet riskinden dolayı bu girişimleri gerçekleştirmemektedirler.

Ülke ekonomisinde enflasyonun yüksek olması, işletmelerin öz kaynak sorunu yaşamasına neden olmaktadır. İşletmelerin yaşadığı bu sorunlar bazı etkilere yol açmaktadır. Bunlar; finansal tablolarda homojenliğin düşmesi, sermayenin gereksiz kullanımı, yatırım kararlarının alınmasını zorlaştırması, bazı dönemlerde firma ve firmanın dönemleri kıyaslanırken tutarsızlık olmasıdır (Karabıçak vd., 2001: 287). Finansman sorunlarından bir diğer konu işletmelerde finansman departmanın ya da bir uzmanın olmaması dolayısıyla finansman kaynaklarının etkin bir biçimde kullanılamamasına yol açmaktadır (Kutlu, vd., 2007:192).

Sayıca fazla olan küçük işletmelerle çalışmak yerine büyük firmaların bankalar tarafından tercih edilmesi küçük işletmelerin finansman temininde güçlük yaratmaktadır. Ayrıca bu işletmelerin banklardan elde ettikleri kredilerin yüksek faiz oranları içermesinden dolayı küçük işletmeler yüksek bir maliyeti karşılamak zorunda kalmaktadır. Yani faiz oranlarının ödenme güçlüğü, işletmelerin düşük kredibilite ve düşük teminata sahip olması bankaların kredi vermesini güçleştirmektedir (Aras, 2001: 61).

Alternatif finansman teknikliklerinin yeterli düzeyde olmaması da finansman sorunları arasındadır. KOBİ’lerin firma için yapılan harcamaların büyük bir kısmını kendi kaynaklarından karşılaması yatırımlar ve diğer faaliyetler için finansman kaynağını azaltmaktadır. Eximbank ve Avrupa Yatırım Bankası’ndan KOBİ’ler kredi olanaklarını ve leasing, faktöring vb. diğer finansman yöntemlerini çok sık kullanmamaktadırlar. Genellikle öz kaynak ve banka kredileri vasıtasıyla kendilerini finanse etmeleri diğer finansman kaynaklarının sunduğu avantajlardan faydalanamamalarına sebep olmaktadır (Kutlu, vd., 2007: 192).

**3.2.2. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar**

KOBİ’lerin karşılaştıkları üretim sorunun özünde, teknolojik ilerlemenin düşük düzeyde olması yatmaktadır. Bu işletmeler, yetersiz teknolojik ilerleme nedeniyle işletmeleriyle uyumlu üretim yöntemlerini uygulama ve geliştirmede zorluk yaşamaktadır. Dolayısıyla teknolojiyi lisans, know-how gibi yöntemlerle başka ülkelerden elde edilmektedir. Bu durum KOBİ’lerin üretimde maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır (Özgen, vd., 1998: 27).

Türkiye’de KOBİ’lerin üretim alanında karşılaştıkları sorunlar genel hatlarıyla aşağıdaki şekildedir (Uygun, vd., 2014: 8-10):

* KOBİ’lerin düşük miktarlarda hammadde ve yarı mamule ihtiyaç duymaları tedarik konusunda sorun yaşamalarına neden olmaktadır.
* Altyapı, ekonomik dalgalanmalar, finansal zorluklar, düşük teknoloji vb. durumlardan dolayı ekonomik açıdan kayıp yaşamalarına yol açmaktadır. Özellikle teknoloji alanında yetersiz olmaları KOBİ’lerin dışa bağımlı bir finans özelliğine sahip olmalarına sebep olmaktadır.
* Bir sanayi koluna bağlı olmaksızın üretim yapan KOBİ’ler bilgi ve iletişime dayalı teknolojiyle üretim yapamamaktadırlar.
* Bilişime dayalı üretimin yüksek maliyete sahip olması finansman sorunu yaşayan KOBİ’lerin bu tür üretim sistemlerine sahip olmalarını güçleştirmektedir.
* KOBİ’lerin yüksek düzeyli üretim sistemine sahip olabilmesi bu kez nitelikli çalışan ihtiyacını doğurmaktadır. Nitelikli çalışan eksikliği insan kaynakları için problem oluşturmaktadır.
* KOBİ’lerin Ar-Ge faaliyetleri firma kültürü ve örgütlenme konusunda yeterli donanıma sahip olmamaları uygulamalı araştırmalarda sorun yaşamasına neden olmaktadır.
* ISO 9000, CE vb. güvence sistemlerinin düşük düzeyli olması; üretimde modern tekniklerden uzak uluslararası ilkeler ve standartlara uzak olması, verimsiz üretim gerçekleştirmesi gibi sorunlara yol açmaktadır.
* Teknolojik yönetimin KOBİ’lerde bir uzman yerine firma sahipleri tarafından yürütülmesi üretimde soruna neden olmaktadır.
* Talebe yönelik hedeflemelerin, belirli yöntemlere göre yapılması gerekirken tahmin ve önceki yılın satışlarına dayanarak yapılması üretimde planlama sorununu oluşturmaktadır.
* KOBİ’ler eksik bilgiye sahip olmalarından dolayı kaliteli üretim kaynakları bulmakta güçlük çekmektedirler.

KOBİ’ler döviz kurlarında gerçekleşen dalgalanmalardan dolayı ithalatta maliyetin artması, Kamu İktisadi Teşebbüsünün (KİT) uyguladığı zamlar, özel sektörün girdi arzına uyguladığı zamlar üretim kaynaklarını tedarikte sorun oluşturmaktadır. Ayrıca küçük ölçekli olması ve piyasadaki yerinin düşük olması piyasa şartlarını etkileyememesine neden olmaktadır (Savcı, 2009: 77).

**3.2.3. Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar**

Pazarlama, üretici ve tüketici arasında mal ve hizmet transferini sağlamak için yapılan faaliyettir. Yeni fikirlerin geliştirilmesi, mal ve hizmetlerin üretilmesi, fiyatlarının belirlenmesi ve dağıtımının sağlanması pazarlamanın süreçlerini içermektedir. KOBİ’lerin karakteristik özellikleri nedeniyle düşük pazar payına sahiptirler. Çalışanlarının pazarlama konusunda yeterli niteliğe sahip olmaması, etkin pazarlama araştırmaları yapmalarını engellemektedir. Dolayısıyla dış piyasalara ulaşma açısından önemli problemlerle karşılaşılmaktadır. Bunun nedeni dış piyasaya açılan KOBİ’lerin yüksek maliyetlere katlanmak zorunda kalmasıdır. Sonuç olarak KOBİ’ler yüksek maliyetli ve karışık satış kanallarını kullanamadığı için ihracat pazarları girişlerine kapalıdır ya da bu işletmelerin ihracat piyasasına girmeleri güçtür (Müftüoğlu, 2002: 137).

KOBİ’lerin pazarlama konusunda yaşadıkları temel sorunlar şunlardır:

* Ürün geliştirme konusunda yeni fikirlerin oluşturulamaması ve gerçekleştirilememesi,
* Pazarda orijinal ürünlerin imitasyonlarının artması,
* Tüketicilerin hızlı tercih değişimleri yaşaması,
* Ürünlerin diğer ürünlerden farklı bir özellikle sunulmasında güçlük yaşanması,
* Pazarlama departmanının bulunmaması ve pazarlama konusunda nitelikli işgücünün olmaması,
* Düşük düzeyli pazarlama anlayışına sahip olunması,
* Pazarlama araçlarının etkin ve yeterli düzeyde kullanılmaması,
* Yeterli pazarlama araştırması yapılmaması,
* Kitle üretiminin sağladığı avantajlardan faydalanılamaması,
* Piyasada sınırlı bir pazar payının olması ve ulusal pazarlara bağımlı olması,
* Talep tekelini elde eden büyük ölçekli işletmelere ürün arzı sağlarken bu işletmelerin dayattığı koşulları kabul etmek zorunda kalmasıdır (Müftüoğlu, 1991: 63).

KOBİ’lerin dış piyasaya girememesinin en büyük problemlerinden biri dildir. Dış piyasada pazarlama sürecinde hiçbir sorun yaşanmaması için çalışanların iyi düzeyde dil bilgisine ve analitik düşünme yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Ayrıca KOBİ’lerin ihracat ve ithalat piyasasına girmekteki tereddütlerinin diğer nedenleri ise uluslararası dış ticaretin artması ve teknolojik ilerlemenin hızlı ilerlemesidir. Sosyal ve ekonomik yapının yaşadığı hızlı değişim KOBİ’leri zor duruma düşürmekte ve hatta başarısız olmalarına yol açmaktadır (Kızılay, 2009: 37).

**3.2.4. Dış Pazarda Karşılaşılan Sorunlar**

İhracat, bir ülke ekonomisinde büyümeye ve kalkınmaya önemli derecede katkı sağladığından önemli bir yere sahiptir. Buna karşılık olarak ekonomide ihraç edilen malların yeterli düzeyde olması ve istenen faydaların elde edilmesinde kritik bir unsurdur. Küresel ekonomide gerçekleşen ilerlemelerden yararlanılarak farklı ticaret geliştirme stratejilerinin kullanılmasıyla KOBİ’lerin ve diğer işletmelerin ihracat yapması teşvik edilmektedir. Ancak ihracatta işletmeler, geliştirme faaliyetlerini gerçekleştirirken kalite kontrolü ve standardizasyon sorunuyla karşılaşmaktadırlar (Akgemci, 2001: 30).

Dış piyasada KOBİ’lerin ticaret yapmasını engelleyen sorun yalnızca pazarlama departmanın olmayışı değildir. Bunun yanı sıra dış piyasayla alakalı yeterli bilgiye sahip olunmaması, yoğun rekabet ortamı, potansiyel alıcı ve satıcılara ulaşmada yaşanan zorluklar, beklenen standartlara uyum sağlanamaması ve bu piyasada işlem yapmanın yüksek maliyete sahip olması KOBİ’lerin dış piyasaya açılmasını zorlaştırmaktadır. İhracatı Geliştirme Merkezi, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı KOBİ’lere eğitim vererek teşvikte bulunmaktadır. Aynı zamanda KOSGEB ve Dış Ticaret Müsteşarlığı nitelikli iş gücü sağlamaya yönelik destek vermektedir (Akpınar, 2009: 188).

**3.2.5. AR-GE Alanında Yaşanan Sorunlar**

KOBİ’ler, büyük işletmelerde olduğu gibi işlevlerini ekonomik açıdan değerlendirmek, analiz etmek ve buna bağlı sonuçlar ortaya koymak vb. gibi özelliklere sahip değildir. Küreselleşen ve gelişen ekonomi, uluslararası rekabet, tüketici tercihlerinin sürekli değişmesi gibi durumlar KOBİ’ler için kısıtlamaya yol açmaktadır. KOBİ’ler için de çok az sayıda orta ölçekli işletmeler, Ar-Ge faaliyetlerini sağlama, teknolojik ilerlemeleri takip etme, araştırma, uygulama ve geliştirme işlemlerini yapabilme olanağına sahiptir. Ar-Ge bölümüne ihtiyaç duyan küçük ölçekli işletmeler piyasa, sosyal ve örgütsel sebeplerle bu bölümü oluşturmaktan vazgeçmektedirler (Akgemci, 2001: 36).

Türkiye’deki işletmelerin özellikle son dönemlerde uluslararası ekonomide yer alması yeniliklerin ne kadar önemli olduğunun farkına varılmasını sağlamıştır. Yeniliklere adapte olamayan ve bu alanda başarısız olan KOBİ’ler, piyasada yeterince etkili olamamakta ve büyüme olanaklarından yeterli oranda yararlanamayarak işletme faaliyetlerini kısıtlı düzeyde gerçekleştirmektedir (Müftüoğlu, 1991: 199).

Türkiye’de bilimsel anlamda makale sayısı ve patentler çok sayıda olmasına rağmen kişi başına düşen Ar-Ge araştırma sayısı ve üniversitelerin işletmelerle işbirliği yapması düşük düzeydedir. Aynı zamanda inovasyon konusunda önemli bir yere sahip olan Ar-Ge çalışmaları için gerçekleştirilen yatırımlar gelişmiş ülkelere göre çok düşük bir orana sahiptir. İnovasyona yönelik uygulanan politikalar, KOBİ’lerin yüksek vergi ödemelerinden dolayı yetersiz kalmaktadır (Çalpınar, vd., 2007: 447).

KOBİ sahipleri, stratejik hedeflerini belirlerken eğitim düzeyinin düşük olması ve kalifiye olmamalarından dolayı yenilik konusunda baskın bir karaktere sahip olduklarını göstermektedir. Ar-Ge faaliyetlerinde düşük strateji ve düşük örgütsel yapı KOBİ’lerin yenilik yapmalarına engel oluşturmaktadır. Ar-Ge alanında karşılaşılan genel sorunlar şunlardır (Örücü, vd., 2011: 64-65);

* Kaynakların yetersiz olması,
* İnovasyonun büyük riske sahip olması,
* Teknoloji konusunda know-how eksikliği,
* Teknolojinin yüksek maliyetli olması,
* Nitelikli personel yetersizliği,
* İnovasyon için uygun zamanın ayrılmaması,
* Yeniliğe kapalı olunması,
* Yeni mal ve hizmetlerin pazarlanamaması veya piyasaya dahil edilememesi,
* Müşterilerin KOBİ’ler üzerindeki talep baskısı,
* Müşterilerin gereksinimlerinin gizli olmasıdır.

**3.2.6. Tanıtım Sorunu**

KOBİ’ler mal ve hizmetlerini tanıtma konusunda yetersizdir. Bunun sebebi tanıtım için reklam, fuar ve sergilere katılma, alıcılarla birebir görüşme konusunda yeterli bilgiye sahip bulunmamalarıdır. Aynı zamanda tanıtım konusuna önem verilmemesi ve buna yönelik yeterli bir çaba harcanmaması maliyeti arttıran olanaklardan yararlanılamamasına neden olmaktadır (Bağrıaçık, 1982: 22). Bunun dışında KOBİ’lerin reklam yapabilecek yeterliliğe sahip olmaması tanıtımlarını engellemektedir. Üretilen mal ve hizmetlerin tanıtımı ve sergilenmesinde büyük sıkıntılarla karşılaşılmaktadır (Kızılay, 2009: 38).

**3.3. Türkiye’de Dış Ticarette Yaşanan KOBİ Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri**

Dünya çapında küreselleşmenin artmasıyla uluslararası piyasada rekabet artmıştır. Ekonomide devlet etkisinin azalması, yabancı sermaye dolaşımı, uluslararası piyasada mal ve hizmetlerin daha düşük ücretle satışa sunulması, yüksek kaliteli malların üretilmesine yol açmaktadır. Uluslararası piyasada rekabetin artmasıyla kalite standartları ve verimlilik daha çok önem kazanmıştır. Dolayısıyla teknoloji yatırımlarının artmasını ve işletmelerin yeni finansal imkanlar oluşturmasını mecburi kılmıştır. İşletmeler uluslararası piyasa koşullarında faydalarını maksimize etmek için yeni alternatifler üreterek piyasada sağlam bir yer edinmek zorundadırlar (Araf ve Müslümov, 2001: 23).

Türkiye’nin, uluslararası topluluklara katılarak küreselleşme açısından önemli ilerlemeler kaydetmesi, KOBİ işletmelerine stratejik planlama ve yönetim zorunluluğunu getirmiştir (Certo ve Peter, 1995). Türkiye’deki KOBİ’ler AB ülkelerindeki KOBİ’lere göre zayıf yönetim ve düşük teknoloji düzeyine sahip olması, finansal sorunlarının olması, bilgi edinme sorunu yaşaması, ekonomik istikrarsızlık ve nitelikli işgücüne sahip olunmaması, yasal ve kurumsal alanda belli bir yeterliliğe sahip olunmaması nedeniyle ciddi sorunlar yaşamaktadır (Armağan, 2009: 326). Ayrıca AB ile ABD arasında imzalanan Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı anlaşması Türkiye’de KOBİ’lere ilerde büyük olumsuzluklara yol açabilir (KSEP, 2015-2018: 29-32).

KOBİ’lerin dış ticarette yaşadığı sorunların giderilmesine yönelik çözüm önerileri aşağıda sırasıyla kısa ve orta vadeli çözüm önerileri olarak açıklanmıştır.

***Kısa Vadeli Çözüm Önerileri***

* Türkiye’ye sınır komşusu olan ülkelerin ekonomik istikrarsızlık yaşaması KOBİ’lerin ihracatında olumsuz etki yaratmaktadır. Ülke ekonomisinin bu durumdan etkilenmesini önlemek amacıyla tedbirler alınmalı, pazar araştırmaları yapılmalı ve yeni pazarlara ulaşılmalıdır.
* KOBİ’lerin küresel piyasada teknolojik gelişmeler ve inovasyon konusunda geri kalmamaları için devlet desteği ile bu gelişmeleri takip edecekleri bir kurumun kurulması gerekmektedir.
* KOBİ’lerde Ar-Ge bölümü zorunlu tutularak işletme verimliliği, tanıtım sorunu, pazarlama sorunu, inovasyon, sermaye piyasası araçlarını yeterince verilmemesi vb. konularda yeterli niteliğe sahip olması sağlanmalıdır. Böylece doğru araştırma ve geliştirme teknikleri ile KOBİ’ler dış piyasada rekabet gücünü arttırma imkanına sahip olabileceklerdir.
* KOBİ’ler, genellikle aile şirketi yapısına sahip olması, nitelikli işgücü bulma konusunda sorun yaşaması, reklam ve pazarlama sorunu, marka bilincinin olmaması nedeniyle gelişime açık değildirler. Buna yönelik KOBİ’lerin bilinçlendirilmesi için bilgilendirme seminerleri sık sık verilmelidir.
* KOBİ’lerin yatırım alanında yeterli bilgiye sahip olmaması, yanlış girişimlere ve kaynak israfına yol açmaktadır. Bu alanda KOBİ’ler için rehberlik hizmeti sunulmalıdır.
* Elektronik ticaret KOBİ’ler için küresel ekonomiden büyük oranda yararlanabileceği halde yeterli teknik desteğe sahip olmaması bu durumun önüne set çekmektedir. KOBİ’lerin büyük çoğunluğunun küçük ölçekli olması ve diğer işletmelerin ise nitelikli yöneticilere sahip olmaması e-ticarete katılamamalarına neden olmaktadır. Üniversitelerin işletmeler için teknik destek verme imkanına sahip olmasına rağmen işletmeler bu duruma kayıtsız kalmaktadır. İşletmelerin bu konuda bilinçlendirilmeleri ve üniversitelerle işbirliği yapmaları sağlanarak bu sorun giderilmelidir.
* Gümrük birliğine üye olan Türkiye, AB ülkeleriyle haksız rekabete uğramaması için KOBİ’lerin politika, strateji ve hedeflerini AB ülkeleriyle uyumlu hale getirmesi gerekmektedir. Devlet girişimcileri destekleyerek finansman araçlarını geliştirmeli ve AB ülkelerine uyumlu mekanizmalar oluşturularak KOBİ’lerin bunlara ulaşımı arttırılmalıdır.
* İhracat yapan KOBİ’ler için yeni pazarlara ulaşımları, piyasa çeşitliliğinin arttırılması ve ihracatın sürdürülebilirliğin sağlanması gerekmektedir.
* KOBİ’lerin basit bir yapıya sahip olması kendilerini geliştirmelerine engel olmaktadır. Bu nedenle kurumsallaşmaları ve marka haline gelmeleri için teşvik edilmelidirler.

***Orta ve Uzun Vadeli Çözüm Önerileri***

* Küreselleşmenin artmasıyla ihracatın ucuz olmasından dolayı Çin ve Güney Asya ülkelerine kayması Türkiye için bir sorun olarak gündeme gelmiştir. KOBİ'ler için bu duruma yönelik finansman desteği, teşvikler vb. tedbirler alınması gerekmektedir.
* Enerji maliyetleri ve enerji alanında dışa bağımlılığın yüksek olması KOBİ’ler için bir tehdit unsurudur. Türkiye'de buna yönelik alternatif enerji alanlarına yönelmeli ve Türkiye'nin coğrafi koşullarından yararlanılmalıdır.
* KOBİ’lerin dış ticarette etkin olabilmeleri için pazarlama araştırması yapan birimler kurulmalıdır. Bu birimler hem Türkiye’de hem yurtdışında gerekli tüm bilgileri elde ederek bu bilgileri KOBİ’lere sunmalıdır.
* Türkiye’de ihracatın ara malı ithalatına dayalı olması KOBİ’lere sorun teşkil etmektedir. Bu nedenle devletin sanayide KOBİ’lere teşvik sağlayarak hammaddeye yönelik ihracat yapılması sağlamalıdır.
* KOBİ’lerin katma değeri yüksek olan ürünlerde üretim becerisinin sınırlı olması bir diğer sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. KOBİ'lerin bu ürünlere yönelik üretimi devlet ve büyük ölçekli işletmelerin işbirliği ile desteklenmelidir.
* KOBİ’lerin teknoloji yatırımları için yeterli sermaye birikiminin olmaması, işletmenin büyümesi ve verimliliğinin arttırılmasını engellemektedir. Bu nedenle KOBİ’ler dış piyasaya açılmak için kendilerini yeterli görememektedirler. Devlet buna bağlı olarak finansman ve teşvik sağlayarak KOBİ’leri yönlendirmelidir. Böylelikle uluslararası piyasada ticaret yapma olanakları arttırılmış olacaktır.
* Düşük teknolojili ürünlerle ihracat yapan KOBİ’ler ekonomik beklentilerini karşılayamamaktadır dolayısıyla bu işletmelerin ürünlerini orta-yüksek ve ileri teknoloji düzeyinde üreterek uluslararası piyasaya sunmalıdır.
* Ekonomik kalkınmanın sağlanması için dış ticaret piyasasına yeni girişimcilerin dahil edilmesi ve diğer KOBİ’lerin ise işletme büyüklüklerini arttırması sağlanmalıdır. Bu nedenle yatırımcılara destek amaçlı 2001 yılından itibaren Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu (YOİKK) çeşitli çalışmalarla KOBİ’lere destek sağlamıştır. YOİKK tarafından yapılan bu çalışmalar arttırılarak devamlılığının sağlanması büyük önem teşkil etmektedir.
* Türkiye'deki KOBİ’lerin yaptığı ihracat miktarı AB ülkelerine göre düşük bir düzeydedir. KOBİ Stratejisi Eylem Planına (KSEP) göre KOBİ’lerin yapacağı ihracat miktarının 150 milyar dolar seviyesine çıkarılması hedeflenmektedir. Ayrıca ihracatçı KOBİ’lerin sayısının 60 bine çıkarılması ve ticari kesim Ar-Ge harcamalarının payını %33 düzeyinde korunması amaçlanmaktadır. Bu hedeflerin gerçekleşmesi KOBİ’ler için büyük yarar sağlayacaktır.
* Üretimin KOBİ’lerde basit bir yapıya sahip olması işletmelerin büyüme ve verimliliğini olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle üretim yapısının bilgiye dayalı olarak yapılması teşvik edilmeli ve patent ile ticarileştirme alanlarında desteklenmelidirler. Ayrıca yurt içi ve yurt dışı büyük ölçekli işletmelerin KOBİ’lerle işbirliği yapması güçlendirilmelidir.
* KOBİ’lerin en önemli üretim faktörü olan beşeri sermayeyi geliştirmek için işletme sahipleri ve işçilerin niteliğinin arttırılması gerekmektedir.
* Küçük ölçekli işletmelerin piyasada daha etkin hale gelmesi amacıyla kendi aralarında birleşme ve işbirliği yapmaları teşvik edilmelidir. Ayrıca banka ve diğer kuruluşların KOBİ’lere finansal destek sağlama konusunda kolaylıklar sağlaması gerekmektedir.

# TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmada elde edilen veriler neticesinde Türkiye'deki KOBİ'lerin AB ülkelerine göre düşük verimliliğe ve girişimciliğe sahip olduğu gözlenmiştir. Henüz kurumsal bir yapıya dönüşümü tam anlamıyla gerçekleştiremeyen KOBİ'ler, ulusal ve uluslararası piyasada büyük sıkıntılar yaşamaktadır.

Bazı küçük ve orta ölçekli işletmeler kayıt dışı çalışarak bu olumsuzlukları azaltmaya çalışmakta ve dolayısıyla bu durum ülke ekonomisinde söz konusu işletmeler için vergi kaçırmayı cazip hale getirmektedir. Ekonomiden kaçırılan vergiler dışında düşük ücrete razı olan çoğu kadın ve çocuklardan oluşan vasıfsız işçiler çalıştırılarak hem emek sömürüsü yapılmakta hem de kalitesiz ve verimsiz üretim sağlanmaktadır. Bu durumların engellenmesi için Türkiye'de devlet kurumları ve diğer kuruluşlar, işbirliği yaparak küresel piyasadaki olumsuzlukların hızlı bir biçimde giderilmesi gerekmektedir.

KOBİ’ler sahip oldukları esneklik özelliklerini doğru şekilde kullandıkları takdirde büyük firmaların giremediği pazarlara kolaylıkla girebilmektedirler. Ayrıca KOBİ’ler büyük firmaların üretmedikleri ürünleri üreterek bu firmalarla rekabet gücü elde etmelidirler. KOBİ’lerin bu konularda başarılı olmaları, Ar-Ge, inovasyon, teknoloji ve tanıtım alanlarında yatırım yaparak katma değer oluşturmalarına bağlı olmaktadır (Saruhan, 2016).

Son bölümde açıklanan sorunlara yönelik önlemler gerek ülke ekonomisinin büyümesini gerekse KOBİ ve büyük ölçekli işletmelerin büyümesini hızlandıracaktır. Mevcut KOBİ politikalarının sürdürülmesinin sağlanması ve diğer sorunlara yönelik çözümlerinde kısa sürede gerçekleştirilmesi ülke ekonomisine büyük bir kazanç oluşturacağı açık bir şekilde görülmektedir. Sonuç olarak hem ülke ekonomisinin hem de işletmelerin kazanması öncelikli hedef olarak belirlenmelidir.

**KAYNAKLAR**

Akarsu, Y. (2016). *Avrupa Birliği'nin Ortak Dış Ticaret Politikası ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri,* Onsekiz Mart Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Akgemci, T. (2001). *KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler,* T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı KOSGEB Yayınları, Ankara.

Akman, A. (2009). *KOBİ’ler ve Ekonomideki Yeri*, <http://www.memleket.com.tr/news_detail.php?id=12797> (Erişim Tarihi:07.03.2017)

Akpınar, S. (2009). *Girişimciliğin Temel Bilgileri,* Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

Aksoy, A. ve Yalçıner, K. (2008). *İşletme Sermayesi Yönetimi,* Gazi Kitabevi, 4.Baskı, Ankara.

Alkin, E. (2003). *Uluslararası Ticaret ve Finansman,* İ. Şıklar (Derleyen), İktisada Giriş, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir.

Altıntaş, H. ve Çetin, R. (2008). *Türkiye'de Dış Ticaret Belgesi Belirleyicilerinin Sınır Testi Yaklaşımıyla Öngörülmesi: 1989-2005,* Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Sayı:63(4).

Ana Sektörlere ve Ölçeklerine Göre AB KOBİ’leri, *Yıllık Avrupa KOBİ’leri Raporu 2013/2014* [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/IcTlw+KSEP\_Dokumani\_2015-2018\_10\_08\_15\_YPK\_ONAYLI.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/IcTlw%2BKSEP_Dokumani_2015-2018_10_08_15_YPK_ONAYLI.pdf).

Araf, G. ve Müslümov, A. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde KOBİ’lerin Yeri: Finansman, Ekonomik Sorunları ve Çözüm Önerileri,* 21.Yüzyılda KOBİ’lerin Sorunları ve Çözümleri Sempozyom, Kıbrıs.

Aras, G. (2001). *KOBİ’lerin Sermaye Piyasası Yoluyla Fon Sağlama Olanakları: Tezgah Üstü Piyasalar ve Risk Sermayesi Finansman Modeli,* I. Orta Anadolu Kongresi, KOSGEB, Nevşehir.

Armağan, E.A. (2003). *Avrupa Birliği Sürecinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Pazarlaması Sorunları: Aydın İlindeki Küçük ve Orta Ölçekli Tarıma Dayalı Sanayi İşletmeleri İçin Bir Öneri,* Aydın.

Aslan N. ve Yörük, D. (2008). *Teoride ve Uygulamada Dış Ticaret Hadleri ve Kalkınma İlişkisi,* Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı:25(2).

Atabey, A., Saraç, T. B. ve Develi A. (2011). *Dış Ticarete Giriş: Ders Notları,* Efil Yayınevi, Ankara.

Avrupa Birliği KOBİ Tanımı - AB KOBİ Tanımı (1 Ocak 2005) *European Commission Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs,* <https://ec.europa.eu/commission/index_en> (Erişim Tarihi: 08.03.2017).

Aypek, N. (2002). *KOBİ Finansmanı: Venture Capitak Angel Investor,* İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, 17. Yıl.

Aypek, N. Vd, (2009). *Ekonomik Terimler Sözlüğü,* Gazi Kitabevi, Ankara.

Bağrıaçık, A. (1989). *Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy Firmalar (Dünya da ve Türkiye’de),* Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul.

Bayraktutan, Y. (2003). *Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri,* Kocaeli Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:4 Sayı:2, http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/195.pdf.

BDDK, *Türk Bankacılık Temel Göstergeleri, Mart 2016, Kredi Türleri İçinde KOBİ Kredilerinin Payı,* <https://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/TBSGG/15178tbs_temel_gostergeler_mart_2016.pdf>.

Begg, D., Gianluigi, V., Stanley, F. ve Rudiger, D. (2011). *Economics,* 10. Baskı, McGraw-Hill/Irwin Press, New York, USA.

Bilim, Teknoloji ve İnovasyon 2013 Raporu, *Ticari Kesim AR-GE Harcamalarından KOBİ’lerin Aldıkları Pay*, Avrupa’da \* TÜİK, AR-GE Faaliyetleri Araştırması 2013.

Bos-Brouwers, Hilke Elike JACKE, *Corporate Sustainability and Innovation in SMEs: Evidence of Themes and Activities in Practice,* Businness Strategy and the Environment, 19, 417-435, 2010.

Carbaugh, R. (1995). *International Economics,* 5. Baskı, New York, USA.

Casson, M. (1996). *The Comparative Organization of large and Smal Firms: An Information Cost Approach,* Small Buisness Economics 8.

Certo, A. ve Peter, Z.K., (1995). *Strategic Management,* McGraw Hill Inc., Newyork.

Ceylan, A. (2003). *İşletmelerde Finansal Yönetim,* Ekin Yayınevi, İstanbul.

Cura, G. (2006). *KOBİ’lerin Finansal Kaynaklara Ulaşım Olanakları ve Finansal Yapıları: Çaycuma’daki KOBİ’ler Üzerine Alan Çalışması,* Karaelmas Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak.

Çabuk, A. ve Lazol, İ. (2005). *Mali Tablolar Analizi,* 1. Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Çalpınar, H. ve Baç, U. (2007). *KOBİ’lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler ve Bir Alan Araştırması,* Ege Akademik Bakış, Ankara.

Değer, O. (2015). *Türkiye'de Ekonomik Krizlerin Eksen Kayması Bağlamında Dış Ticarete Etkileri: 2000 Sonrası İçin Türkiye Örneği,* Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Diler, G. H. (2006). *Reel Döviz Kurları - Dış Ticaret Hadleri İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama,* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dinler, Z. (1997). *İktisada Giriş,* Üçüncü Basım, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.

Dinler, Z. (2013). *İktisada Giriş,* 19. Baskı, Ekin Yayınları, Bursa.

Doğan, S. (2010). *Avrupa Birliği’nin Girişimcilik Politikası – KOBİ Yaklaşımı ve Türkiye,* İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.

Ege, İ. (2007). *Mikro Finans ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler,* 4. KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi, Kongre Kitabı.

Ekin, N. (2000). *Türkiye’de Yapay İstihdam ve İstihdam Politikaları,* İTO Yayınları, İstanbul.

Ercan, K. ve Ban, Ü. (2005). *Değere Dayalı İşletme Finansı Finansal Yönetim,* 2. Basım, Gazi Kitabevi, Ankara.

Erkan, M. (1990). *KOBİ’lerde Finansman Sorunları ve Dış Kaynaklı Krediler,* A.Ü. Afyon İİBF. Yıllığı. No. 7.

European Commission, (2005). *Report On the Implementation of the European Charter for Small Enterprises,* Brüksel.

European Union, (2007). *Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı,* <http://www.ab.gov.tr/index.php?p=85&l=1> (Erişim Tarihi: 14.03.2017).

Gelinas, R. ve Bigras, Y. (2004). *The Characteristics and Features of SMEs: Favorable or Unfavorable to Logistics Integration?,* Jurnal of Small Business Management, 42(3): 263-278.

Gültekin, S. (2011). *Küreselleşme Çağında Dış Ticarette Rekabet İçin Kümelenme Startejisi: Türkiye'nin Tarım Kümelenmesi Gerekliliği,* Kocaeli Üniversitesi, SBE Dergisi, Sayı:22(2).

Hacıoğlu, A. (2009). *Türkiye'de Dış Ticaret Mevzuatı ve Ekonomi Politikaları Arasındaki Uyum Sorunlarına İlişkin Bir Analiz,* Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Edirne.

Helfert, E. (2001). *Financial Analysis Tools and Techniques,* Blacklick, McGraw-Hill Professional, Mason, OH.

Husted, S. ve Melvin, M. (1990). *International Economics,* 7. Baskı, Pearson&Addison Wesley, Boston, USA.

İyibozkurt, E. (2001). *Uluslararası İktisat,* Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa.

Karabıçak, M. ve Altuntepe, N., (2001). *KOBİ’lerin Kredi Yoluyla Finansmanı,* I. Orta Anadolu Kongresi Bildirileri, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Karagöz, K ve Karagöz M. (2009). *Türkiye'nin Küresel Ticaret Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı,* Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı:10(2).

Karlsson, C. and Olsson, O. (1998). *Product Innovation in Small and Large Enterprises,* Small Business Economics 10.

Karluk, R. (2003). *Uluslararası Ekonomi,* Beta Yayınevi, İstanbul.

Kaya, N. (2013). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde (KOBİ) Stratejik Yönetim,* Detay Yayıncılık, Ankara.

Kızılay, E. (2009). *KOBİ’ler ve Dış Ticarette Karşılaştıkları Temel Sorunlar,* Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dış Ticaret Programı, Mesleki Uygulama Bitirme Ödevi, Bursa.

KOBİ BİLGİ SİTESİ TOBB – Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği <http://kobi.tobb.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=133&Itemid=233> (Erişim Tarihi: 07.03.2017).

*KOBİ Tanımı,* *Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik,* (18.11.2005) No:3143 Cilt:44

*KOBİ’lerin ve Esnaf Sanatkarın Güçlendirilmesi,* Onuncu Kalkınma Planı, (2014/2018). Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.

KOSGEB, *Plan, Raporlar ve Mali Tablolar,* Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, [www.kosgeb.gov.tr](http://www.kosgeb.gov.tr).

KSEP, *2015-2018 Kobi Stratejisi Eylem Planı,* Temmuz 2015, Ankara. [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/IcTlw+KSEP\_Dokumani\_2015-2018\_10\_08\_15\_YPK\_ONAYLI.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/IcTlw%2BKSEP_Dokumani_2015-2018_10_08_15_YPK_ONAYLI.pdf) (Erişim Tarihi: 04.04.2017).

*Kurumlar Vergisi Genel Tebliği*, Resmi Gazete (11 Şubat 2017), Maliye Bakanlığı (Gelir İdaresi Başkanlığı) Sayı: 29976 <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/02/20170211-15.htm> (Erişim Tarihi: 07.03.2017)

Kutlu, H.A. ve Demirci, N.S. (2007). *KOBİ’lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri,* 4. Verimlilik Kongresi, Kongre Kitabı.

Küçük, O. (2005), *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yönetimi,* Seçkin Yayınevi, Ankara.

Levy, M. and Powell, P. (1998). *SME Fleexiblity and the Role of Information Systems,* Small Business Economics, 11, 183-196.

Mill, J. S. (1909). *Principles of Political Economy, with some of their Applications to Social Philosophy,* Longmans, Green and Co, London.

Müftüoğlu, T. (2002). *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’ler,* 5.Basım, Turhan Kitabevi, Ankara.

Müftüoğlu, Y. (1991). *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler,* Sevinç Yayınevi, Ankara.

Müslümov, A. (2002). *21.Yüzyılda Türkiye’de KOBİ’ler Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri*, Doğuş Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü İstanbul.

Noteboom, B. (1992). *Firm Size Effects on Transaction Costs,* Small Business Economics,5.

Noteboom, B. (1994). *Innovation and Diffusion in Small Firms: Theory and Evidence,* Small Business Economics, 6.

Okka, O. (2006). *Finansal Yönetime Giriş,* Nobel Kitabevi, 2.Basım, Ankara.

Önet, A. (2008). *KOBİ’lerin Önemi,* Kıbrıs Türk İnşaat Müteahhitleri Birliği, Lefkoşa.

Örücü, E., Kılıç, R. ve Savaş, A. (2011). *KOBİ’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktöreler: Bir Uygulama,* Doğuş Üniversitesi Dergisi, İstanbul.

Özgen, H. ve Doğan, S. (1998). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları,* Dış Ticaret Dergisi.

Öztürk, Ö. (2007). *İstihdam Konusunda KOBİ’lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü,* Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Ankara.

Özyiğit, H. (2015). *KOBİ’lerin Finansman Sorunlarına Avrupa Birliği KOBİ Finansman Politikalarıyla Çözüm Önerileri: Erzincan Uygulaması,* Erzincan Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Erzincan.

Petrakis, P.E. (1997). *Entrepreneurship and Growth: Creative and Equilibrating Events,* Small Business Economics 9.

Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation,* Ed. R. M. Hartwell (1971), Pelican Classics.

Saruhan, M. (5 Nisan 2016). *Katma Değer ve Marka,* <http://mehmetsaruhan.com/2016/pazarlama/marka/katma-deger-ve-marka/> (Erişim Tarihi:07.07.2017).

Savcı, Y. (2009). *KOBİ’lerin Dış Ticarette Karşılaştıkları Sorunlar,* Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Edirne.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, *2005 Yılı Programı Destek Çalışmaları,* (2006). Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, DPT Yayını, Ankara.

Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama,* 19. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Seymen, D. (2016a). *Klasik ve Neo-klasik Dış Ticaret Teorileri,* Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, http://docplayer.biz.tr/27519368-Klasik-ve-neo-klasik-dis-ticaret-teorileri.html

Seymen, D. (2016b). *Heckscher-OhlinTeoremi,* Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, http://debis.deu.edu.tr/userweb//dilek.seymen/dosyalar/Heckscher-Ohlin%20Teoremi.pdf.

Taş, Y. (2010). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de KOBİ’lerin İstidam Artırıcı Etkileri,* KOBİ Araştırmaları, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.

Tomanbay, M. (1995). *Dış Ticaret Rejimi ve İhracatın Finansmanı,* Hatiboğlu Yayınevi, Yüksek Öğretim Dizisi:23, Yayın No:85, Ankara.

TÜİK, *İş Kayıtlarına Göre Girişim Sayıları 2013;* Yıllık Avrupa KOBİ’leri Raporu 2013/2014.

TÜİK, *KOBİ’lerin Ana Sektör Gruplarına Göre Dağılımı,* İş Kayıtlarına Göre Girişim Sayıları, 2013.

TÜİK, *Teknoloji Seviyesine Göre KOBİ Başına Ortalama Çalışan Sayısı,* Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2009-2013, [http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/IcTlw+KSEP\_Dokumani\_2015-2018\_10\_08\_15\_YPK\_ONAYLI.pdf](http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/IcTlw%2BKSEP_Dokumani_2015-2018_10_08_15_YPK_ONAYLI.pdf).

TÜİK, *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri (NACE Rev.2),* 2014-2016

Uygun, M. ve Kazan, H. (2002). *KOBİ’lerin Üretim Sorunlarının Tespiti ve Rekabet Güçlerinin Artırılmasında Teknoloji Faktörü: Konya Örneği,* 21.Yüzyılda KOBİ’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu, Doğu Akdeniz Üniversitesi, KKTC. <http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/bildiri_46.pdf> (Erişim Tarihi: 15.03.2017)

Wang, C., Yingqi, W. ve Xiaming, L. (2010). *Determinants of Bilateral Trade Flows in OECD Countries: Evidence From Gravity Panel Data Models,* The World Economy.

*World Employment Report,* (2001). ILO, <http://www.ilo.org/global/publications/ilo-bookstore/order-online/multimedia/WCMS_PUBL_9220113732_EN/lang--en/index.htm> (Erişim Tarihi: 14.03.2017)

Yatbaz, A. (2013). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Halka Arz Yoluyla Finansmanı: Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP),* Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Finansman Bilim Dalı, Ankara.

Yavilioğlu, C. (2002). *Kalkınmanın Anabilimsel Tarihi ve Kavramsal Kökenleri,* Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:3, Sayı:1.

Yılmaz, F. (2003). *Türkiye’de Küçük ve Orta Boy İşletmeler(KOBİ’ler),* İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü

Yüksel, E. ve Sarıdoğan, E. (2011). *Uluslararası Ticaret Teorileri ve Paul Krugman'ın Katkıları,* Marmara Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Sayı:35. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/165784>.

# ÖZGEÇMİŞ

**KİŞİSEL BİLGİLER**

Adı Soyadı : Serter KUMBAS

Doğum Yeri ve Tarihi : Çaycuma, 09/01/1989

**EĞİTİM DURUMU**

Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat.

Yüksek Lisans Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı ve İktisat Programı

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce.

**İŞ DENEYİMİ**

Çalıştığı Kurumlar ve Yıl : Gelir İdaresi Başkanlığı, 14/07/2016

**İLETİŞİM**

E-posta Adresi : serterkumbas@gmail.com

Telefon :0 (506) 880 01 14

Tarih :10/07/2017