



T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

**İŞLETMELERİN İHRACATA YÖNELİK FAALİYETLERİNDE
BİR MESLEK KURULUŞU OLARAK TİCARET VE SANAYİ
ODALARINDAN DUYDUKLARI MEMNUNİYETİN VE
BEKLENTİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kamile MERİÇ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Tülay YENİÇERİ

AKSARAY, 2015



T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

**İŞLETMELERİN İHRACATA YÖNELİK FAALİYETLERİNDE
BİR MESLEK KURULUŞU OLARAK TİCARET VE SANAYİ
ODALARINDAN DUYDUKLARI MEMNUNİYETİN VE
BEKLENTİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kamile MERİÇ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Tülay YENİÇERİ

AKSARAY, 2015

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak şunduğum bu çalışmayı tüm akademik kurallara ve sosyal bilimler araştırmalarının etik ilkelerine uygun olarak gerçekleştirdiğimi ve sunduğumu; bu kurallar ve ilkelere aykırı hiç bir yol ve yardıma başvurmaksızın bizzat hazırladığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu; çalışmamın kullandığım veriler üzerinde her türlü oynamadan ve her türlü intihalden muaf olduğunu beyan ederim.

Tezimle ilgili yaptığım beyana aykırı bir durum saptanırsa ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

Kamile MERİÇ



20/02/2015

T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KABUL ve ONAY BELGESİ

Enstitümüz 132201301 no'lu öğrencisi Kamile MERİÇ'in "İşletmelerin İhracata Yönelik Faaliyetlerinde Bir Meslek Kuruluşu Olarak Ticaret ve Sanayi Odalarından Duydukları Memnuniyetin ve Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı lisansüstü tez çalışması, aşağıdaki jüri tarafından İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak Oy Birliği ile kabul edilmiştir.

Danışman : Doç. Dr. Tülay YENİÇERİ

Aksaray Üniversitesi

Üye : Doç. Dr. Yavuz DEMİREL

Aksaray Üniversitesi

Üye : Doç. Dr. Eyup AKIN

Aksaray Üniversitesi

Tezin Savunulduğu Tarih: 20.02.2015

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 26.03.2015 tarih ve 2015/M-9 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Kamile MERİÇ

Güneş

Prof. Dr. Ural Alp MANÇO

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

"İşletmelerin İhracata Yönelik Faaliyetlerinde Bir Meslek Kuruluşu Olarak Ticaret Ve Sanayi Odalarından Duydukları Memnuniyetin Ve Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma" adlı bu çalışma Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanmıştır.

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarını diğer kamu kuruluşlarından, sendikalardan ve derneklerden farklı yapan özellikleri; kanunla kurulmuş olmaları, üyeliğin zorunlu olması, devlet yetkisine sahip olmaları, özerk olmaları ve gelir kaynaklarıdır. Kamu kurumu niteliği taşıdıkları Anayasa'da açıkça belirtilen bu meslek kuruluşları adı altında oda, baro ve birlikler bulunmaktadır. Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarından ticaret ve/veya sanayi odaları 5174 Sayılı kanun ile kurulmuştur. Ticaret ve/veya sanayi odaları yerine getirdikleri çeşitli hizmetleri ve sahip olduğu güçten kaynaklı hem toplum içinde hem de devlet düzeninde söz sahibi olması itibari ile çeşitli çalışmalarda ele alınmışlardır.

İşletmeler uluslararası pazarlara açılmada çeşitli sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bu sorunlarla sahip oldukları kaynaklar ile başa çıkmaları kimi zaman mümkün olmamaktadır ve kendilerine yardımda bulunabilecek kurumlara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu anlamda uluslararası pazarlara açılmanın en kolay yolu olarak kabul edilen ihracat alanında ticaret ve/veya sanayi odalarının yetkilileri ile görüşüldüğünde ve web sayfaları ile duyuruları incelendiğinde ihracatta kullanılan belgelerin temininin ve onayının yanı sıra ihracat yapan üyelerine destek olmak için çeşitli hizmetler verdikleri anlaşılmaktadır. (Eğitim, seminer, yurt dışı pazarlar hakkında bilgi vb.) Gerçekleştirildiği belirtilen bu hizmetlerden üye işletmelerin memnuniyet düzeyi ve başka ne tür hizmetler bekledikleri bu çalışma ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın gerçekleşmesine büyük katkısı olan, bilgi paylaşımı ile sonsuz desteği için başta tez danışmanım Sayın Doç Dr. Tülay Yeniçeri'ye ve çalışmada emeği geçen tüm öğretim üyelerine teşekkür ederim.

ÖZET

Yüksek Lisans

İşletmelerin İhracata Yönelik Faaliyetlerinde Bir Meslek Kuruluşu Olarak Ticaret Ve Sanayi Odalarından Duydukları Memnuniyetin Ve Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Kamile MERİÇ

Aksaray Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Danışman : Doç. Dr. Tülay YENİÇERİ

Bu çalışma ile işletmelerin ihracat faaliyetlerinde bir meslek kuruluşu olarak ticaret ve sanayi odalarından memnuniyet düzeyleri ve beklentileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Şimdiye kadar ticaret ve sanayi odalarının hizmetleri ve farklı alanlardaki çalışmaları üzerine araştırmalar yapılmıştır. Buradan hareketle işletmelerin ihracat faaliyetlerine yönelik olarak üyesi oldukları ticaret ve sanayi odalarından neler bekledikleri ve bu beklentilerinin ne ölçüde karşılandığının belirlenmesi araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Araştırma Eskişehir Ticaret Odası ve Konya Ticaret Odası'nın ihracat yapan üyeleri ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan tam sayım sonucu, hazırlanan anket formlarından 90 tanesi geri dönmüş, bu anketlerden eksik ve hatalı doldurulanların elenmesi sonucunda 23'ü Eskişehir Ticaret Odası ve 57'si Konya Ticaret Odası üyesi olmak üzere 80 ihracat yapan işletmeden oluşan bir örnek büyüklüğü elde edilmiştir. Araştırma sonuçları işletmelerin ihracat faaliyetlerinde üyesi oldukları odadan neler beklediğini ve ne derece memnun olduklarını ortaya çıkarmıştır. Buna göre ihracata yönelik aldıkları hizmetlerden memnun olma düzeylerine bakılan Eskişehir Ticaret Odası ve Konya Ticaret Odası üyeleri arasında önemli bir farkın olmadığı ve benzer beklentilerinin olduğu anlaşılmıştır.

2015, 117 Sayfa

Anahtar Kelimeler

1. Meslek Kuruluşu
2. Ticaret ve Sanayi Odaları
3. İhracat
4. Memnuniyet ve Beklenti

Bilim Kodu: 1127

ABSTRACT

Master of Science

A Study on Determination of Satisfaction and Expectations of Enterprises in Their
Export-Oriented Activities from Chambers of Commerce and Industry as a
Professional Association

Kamile MERİÇ

Aksaray University

Graduate School of Institute of Social Sciences

Department of Business Administration

Supervisor : Associate Professor Doctor Tülay YENİÇERİ

In this study, satisfaction level and expectations of enterprises in their export activities from chambers of commerce and industry as a professional association is presented. So far, different studies have been done about services and works of chambers of commerce and industry. Thus, in export activities what enterprises expect from chambers of commerce and industry and how chambers of commerce and industry meet these expectations of enterprises are taken as the subject of the study. This research was carried out on Eskişehir Chamber of Commerce and Konya Chamber of Commerce. After the complete enumeration, 90 of surveys returned and then incomplete and wrong of them were eliminated. The size of sample is 80 firms. 23 of them are members of Eskişehir Chamber of Commerce and 57 of them are members of Konya Chamber of Commerce. The findings of research results reveal the satisfaction level and expectations of enterprises in their export activities from chambers of commerce and industry. According to this, when we look at their satisfaction level of received export services, there is no serious difference between the members of Eskişehir Chamber of Commerce and Konya Chamber of Commerce. And also it is understood that their expectations are similar.

2015, 117 Pages

Keywords

1. Professional Institution
2. Chamber of Commerce and Industry
3. Export
4. Satisfaction and Expectation

Science Code: 1127

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ	1
BÖLÜM I.....	2
MESLEK KURULUŞLARI	2
1.1. Meslek Kuruluşları.....	2
1.1.1. Meslek ve Meslek Örgütlenmeleri	2
1.1.2. Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşu	3
1.1.3. Tarihi Gelişimi	4
1.1.3.1. Cumhuriyetten Önce Meslek Kuruluşları	4
1.1.3.2. Cumhuriyetten Sonra Meslek Kuruluşları	6
1.1.4. Meslek Kuruluşlarının Yasal Dayanakları ve Özellikleri	7
1.1.4.1. Meslek Kuruluşlarının Anayasadaki Yeri	7
1.1.4.1.1. 1924 Anayasası (Teşkilatı Esasiye Kanunu).....	7
1.1.4.1.2. 1961 Anayasası	7
1.1.4.1.3. 1982 Anayasası	8
1.1.4.2. Meslek Kuruluşlarının Özellikleri.....	9
1.1.5. Meslek Kuruluşlarının Kuruluşu, Faaliyetleri ve Denetlenmesi.....	11
1.1.5.1. Meslek Kuruluşlarının Kuruluşu.....	11

1.1.5.2. Meslek Kuruluşlarının Faaliyetleri	12
1.1.5.3. Meslek Kuruluşlarının Denetimi.....	12
1.1.6. Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Kuruluşları.....	13
1.2. Ticaret ve Sanayi Odaları.....	14
1.2.1. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği	17
1.2.2. Odaların Kuruluşu ve Çalışma Alanları.....	18
1.2.2.1. Odaların Kuruluşu.....	18
1.2.2.2. Odaların Kuruluş ve Çalışma Alanları	19
1.2.3. Odaların Görevleri	19
BÖLÜM II	23
İHRACAT VE TİCARET VE SANAYİ ODALARI	23
2.1. İhracat Kavramı	23
2.2. İhracatçı Kavramı.....	29
2.2.1. Üretici İhracatçı.....	29
2.2.2. İhracatçı.....	29
2.3. İhracat Şekli ve İhracat Süreci	29
2.4. İhracatta Kullanılan Belgeler	33
2.5. İhracatın Önemi	33
2.5.1. Politik Önemi	34
2.5.2. Ekonomik Önemi	35
2.5.3. İşletmeler İçin Önemi.....	36
2.5.4. Sosyal Önemi	38
2.6. İhracat Sürecinde Görev Alan Kuruluşlar.....	38
2.6.1. Ekonomi Bakanlığı	38
2.6.2. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı.....	39
2.6.3. Türk Eximbank	39

2.6.4. Ticaret ve Sanayi Odaları.....	39
2.6.5. TİM (Türkiye İhracatçılar Meclisi).....	39
2.6.6. İhracatçı Birlikleri	39
2.6.7. Hazine Müsteşarlığı	40
2.6.8. Bankalar	40
2.6.9. Diğer Kurumlar	40
2.7. İşletmeleri İhracata Yönelten Unsurlar ve İşletmelerin İhracata Katılma Düzeyleri..	40
2.8. İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar	41
2.9. İşletmelerin İhracat Faaliyetlerinde Ticaret ve Sanayi Odalarının Rolü.....	44
BÖLÜM III.....	48
İŞLETMELERİN İHRACATA YÖNELİK FAALİYETLERİNDE BİR MESLEK KURULUŞU OLARAK TİCARET VE SANAYİ ODALARINDAN DUYDUKLARI MEMNUNİYETİN VE BEKLENTİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	48
3.1. Araştırmanın Konusu	48
3.2. Araştırma Konusunun Geçmişi.....	49
3.3. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları.....	51
3.4. Araştırmanın Metodolojisi	52
3.4.1. Araştırmanın Hipotezleri.....	52
3.4.2. Örnekleme Süreci.....	52
3.4.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı.....	53
3.5. Araştırmanın Bulguları	55
3.5.1. Katılımcı İşletmelerin Özellikleri	55
3.5.2. İşletmelerin Üyesi Oldukları Ticaret Odasından İhracat Faaliyetlerine Yönelik Aldıkları Hizmetler	59
3.5.3. İşletmelerin İhracat Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunlar	60
3.5.4. Cevaplayıcıların Özellikleri	61

3.5.5. Güvenilirlik Analizi	62
3.5.6. Cevaplayıcıların Ticaret Odasından Memnun Olma Düzeylerinin Karşılaştırılması	62
3.5.7. Cevaplayıcıların Uluslararası Alandaki Faaliyetlerini İhracattan İleriye Taşımak İçin Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Yardımda Bulunma ve Bulunmama Durumlarını Değerlendirmeleri	64
3.5.8. Cevaplayıcıların Uluslararası Alandaki Faaliyetlerini İhracattan İleriye Taşımak İçin Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Yardımcı Olma Düzeyi.....	71
3.5.9. Cevaplayıcıların Uluslararası Alandaki Faaliyetlerini İhracattan İleriye Taşımak İçin Üyesi Olduğu Ticaret Odasının Yardım Etme Durumu İle Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması	75
3.6. İşletmelerin Üyesi Oldukları Ticaret ve Sanayi Odalarından Beklentileri	77
3.6.1. İhracatta Karşılaştıkları Dış Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri.....	77
3.6.2. İhracatta Karşılaştıkları Operasyonel Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri.....	77
3.6.3. İhracatta Karşılaştıkları İç Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri.....	78
3.6.4. İhracatta Karşılaştıkları Bilgiye Dayalı Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri	78
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	80
KAYNAKÇA	85
EKLER.....	94
ÖZGEÇMİŞ.....	100

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

Çev: Çeviren

Ed: Editör

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme

m: Madde

STA: Serbest Ticaret Anlaşması

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TİM: Türkiye İhracatçılar Meclisi

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TSO: Ticaret ve Sanayi Odası

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Doğrudan İhracat ve Dolaylı İhracat Karşılaştırması

Tablo 2. Yıllara Göre İhracat Değerleri

Tablo 3. İşletmelerin Sektörleri

Tablo 4. İşletmelerin Hukuki Yapıları

Tablo 5. İşletmelerin Personel Sayısı

Tablo 6. İşletmelerin Ciro

Tablo 7. İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri

Tablo 8. İşletmelerin Yıl Boyunca Ortalama İhracat Yapma Sayısı

Tablo 9. İşletmelerin Toplam Satışlarının İçinde İhracatın Payı

Tablo 10. İşletmelerin İhracat Yaptığı Ülkeler

Tablo 11. İşletmelerin İhracat Birime Sahiplik Durumu

Tablo 12. İşletmelerin İhracat Süreçlerinde Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Desteği

Tablo 13. Ticaret Odasından İhracat Faaliyetlerine Yönelik Alınan Hizmetler

Tablo 14. İhracat Faaliyetlerinde Karşılaşılan Sorunlar

Tablo 15. Cevaplayıcıların Özellikleri

Tablo 16. Cevaplayıcıların Ticaret Odasından Memnun Olma Düzeyleri

Tablo 17. Özdeğer İstatistiği

Tablo 18. Wilks' Lambda İstatistiği

Tablo 19. Standartlaştırılmış Kanonik Ayırma Fonksiyonu Katsayıları

Tablo 20. Yapı Matrisi

Tablo 21. Grup Ortalamalarının Eşitliği Testi

Tablo 22. Analiz Örneğinin Sınıflandırma Sonuçları

Tablo 23. Her Bir Kümedeki İşletme Sayısı

Tablo 24. Son Küme Merkezleri

Tablo 25. ANOVA Testi

Tablo 26. Üyesi Olduğunuz Ticaret Odası Uluslararası Alandaki Faaliyetlerinizi İhracattan İleriye Taşımak İçin Size Yardımda Bulunuyor Mu? Sorusuna Evet ve Hayır Diyenlerin Memnuniyet Düzeyleri

Tablo 27. Ki-kare Bağımsızlık Testi Sonuçları

GİRİŞ

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları meslek sahipleri tarafından oluşturulan tüzel kişiliğe ve üyeleri üzerinde kamu hukukundan doğan bazı yetkilere sahip olan kişi topluluklarıdır. 1982 Anayasası'na göre kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının amacı, "belli bir mesleğe mensup olanların müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleri ile ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlâkını korumaktır." Bu amaçları doğrultusunda kamu kurumu niteliğindeki bir meslek kuruluşu olarak ticaret ve sanayi odaları, üyelerine yönelik büyük bir görev üstlenmiş durumdadırlar.

İşletmelerin ihracat hakkında bilgilendirilmeleri önemli bir konudur. Hemen hemen her kent ve birçok ilçede bulunan ticaret ve sanayi odaları üye işletmelerinin ihracat faaliyetlerine yönelik yıl boyunca çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetleri, ihracat ile ilgili eğitimlerden yurt dışı fuarlara ve pazar araştırmalarına kadar çeşitli konularda olabilmektedir. Örneğin, küreselleşme ile birlikte bölgesel ve uluslararası gelişmelerin takip edilmesi ve ülke pazarlarının araştırılması önemli hale gelmiştir. Ayrıca işletmeler, ihracat faaliyetleri için yetişmiş uzman elemanlara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu konularda da üyesi oldukları ticaret ve sanayi odalarının hizmetlerinden yararlanmaktadırlar.

Bu çalışmada da üyesi oldukları kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarından biri olan ticaret ve sanayi odalarından işletmelerin ihracata yönelik beklentileri ve bu anlamda aldıkları hizmetlere yönelik memnuniyet düzeyleri ele alınmıştır. Çalışmada öncelikle genel olarak meslek kuruluşlarından bahsedilmiş ve sonrasında da ticaret ve sanayi odaları incelenmiştir. Çalışmanın araştırma kısmında ise memnuniyet düzeyleri ve beklentileri ortaya çıkarılmak istenen üye işletmelerin ihracat faaliyetlerinde yetkili olan kişiler ile yapılan anketlerin sonuçlarına dayanılarak konu incelenmiştir.

BÖLÜM I

MESLEK KURULUŞLARI

1.1. Meslek Kuruluşları

1.1.1. Meslek ve Meslek Örgütlenmeleri

Belli amaçları gerçekleştirmek ve birey/grup/toplum ihtiyaçlarını gidermeye yönelik örgütlenme/organizasyon gereksinimi, belli ölçüler dâhilinde toplumsal hayatın her aşamasında kendini gösterir. Tarih boyunca insanlar ekonomik, sosyal, siyasal, dini, kültürel, mesleki ve benzeri sebeplerle çeşitli örgütlenmelere gitmişlerdir. Devlet örgütlenmesinden, sivil toplumun devletten/siyasi toplumdan bağımsız olarak kendi içinde ortaya çıkardığı sivil toplum kuruluşlarına kadar geniş bir yelpazede çeşitli işlevler gören örgütlenmeler mevcuttur. Mesleki örgütlenmenin gelişimi ve meslek kuruluşlarının ortaya çıkışı da bu paralelde, insanların sosyal yaşamlarının doğal ve zorunlu bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 12-13).

Meslek, Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlüğü'nde "Belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek ve hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş" olarak tanımlanmaktadır (URL1, 2014).

Ülkemizde tanımlanan meslek çeşitlerinin sayısı Türk Meslek Sözlüğü verilerine göre 6.014'tür (URL 2, 2014). Sayısı oldukça fazla olan bu mesleklerden bazıları mesleki örgütlenmeye gitmektedir. Yani aynı meslekten olan kişiler bazı amaçlar doğrultusunda bir araya gelerek üyelerinden ayrı bir kişiliği bulunan meslek örgütlerini oluşturmaktadırlar.

Ortak yanları aynı mesleğe sahip kişileri tek bir çatı altında birleştirmek olan meslek örgütleri arasında çeşitli yönlerden ortaya çıkan önemli bazı farklılıklarda bulunmaktadır. Aynı mesleği icra eden kimselerin özgür irade beyanlarıyla, özel hukuk hükümleri çerçevesinde kurulan meslek kuruluşları olduğu gibi, belli yönlerden kamu hukuku hükümlerine tabi bulunan, üyeliğin zorunlu olduğu ve

kanunla kurulan meslek kuruluşları da vardır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 15).

1.1.2. Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşu

Ülkemizde, Anayasa'nın 135. Maddesi kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ile ilgilidir.

MADDE 135 – Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve üst kuruluşları; belli bir mesleğe mensup olanların müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlerine uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleri ile ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlâkını korumak maksadı ile kanunla kurulan ve organları kendi üyeleri tarafından kanunda gösterilen usullere göre yargı gözetimi altında, gizli oyla seçilen kamu tüzel kişilikleridir.

Kamu kurum ve kuruluşları ile kamu iktisadi teşebbüslerinde asli ve sürekli görevlerde çalışanların meslek kuruluşlarına girme mecburiyeti aranmaz.

Bu meslek kuruluşları, kuruluş amaçları dışında faaliyette bulunamazlar. (Değişik: 23.7.1995 - 4121/13 m.)

Bu meslek kuruluşları ve üst kuruluşları organlarının seçimlerinde siyasi partiler aday gösteremezler. (Değişik: 23.7.1995 - 4121/13 m.)

Bu meslek kuruluşları üzerinde Devletin idari ve mali denetimine ilişkin kurallar kanunla düzenlenir. (Değişik: 23.7.1995 - 4121/13 m.)

Amaçları dışında faaliyet gösteren meslek kuruluşlarının sorumlu organlarının görevine, kanunun belirlediği merciin veya Cumhuriyet savcısının istemi üzerine mahkeme kararıyla son verilir ve yerlerine yenileri seçtirilir. (Değişik: 23.7.1995 - 4121/13 m.)

Ancak, milli güvenliğin, kamu düzeninin, suç işlenmesini veya suçun devamını önlemenin yahut yakalamanın gerektirdiği hallerde gecikmede sakınca varsa, kanunla bir merci, meslek kuruluşlarını veya üst kuruluşlarını

faaliyetten men ile yetkilendirilebilir. Bu merciin kararı, yirmi dört saat içerisinde görevli hâkimin onayına sunulur. Hâkim, kararını kırk sekiz saat içinde açıklar, aksi halde, bu idari karar kendiliğinden yürürlükten kalkar. (Değişik: 23.7.1995 - 4121/13 m.) (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982: m.135)

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları çok ve çeşitlidir. Bunlar arasında ticaret odaları, sanayi odaları, borsalar, barolar, hekim-mühendis-mimar ve ziraat odaları, esnaf ve sanatkârlar konfederasyonu gibi kurumlar ile bunların birlikleri yer alır (Kestane, 2002: 7).

1.1.3. Tarihi Gelişimi

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları dünyada 19. yüzyılda ortaya çıkarak, zamanla devlet yapısı içinde yer almakla birlikte, ülkemiz bakımından bunların kökenleri çok eskilere dayanmaktadır (Özer, 1994: 3). Meslek kuruluşlarının tarihi gelişimini Cumhuriyet Öncesi ve Cumhuriyet Sonrası olmak üzere iki dönemde ele almak mümkündür.

1.1.3.1. Cumhuriyetten Önce Meslek Kuruluşları

Türkiye’de belirli mesleklerin düzenlenmesinin ve örgütlenmesinin tarihsel kökenleri, Avrupa’da olduğu gibi Orta Çağ’a kadar uzanmaktadır (Yılmaz ve Diğ., 2011: 144). Sosyal hayatın gereklerini karşılamak amacıyla ortaya çıkmış meslek kuruluşlarının en eskilerinden biri Ahilik Sistemi’dir. Bu sistem 13. yüzyılda Şeyh Mahmut Nasreddin Ahi Evran tarafından kurulmuştur (Özer, 1994: 3-4).

Ahi köken itibariyle Arapça bir sözcüktür ve anlamı da "erkek kardeşim" demektir. Diğer taraftan bu sözcüğün "Divan-ı Lügat’it Türk" ve "Kutadgu Bilig" gibi eski Türkçe eserlerde yer alan "cömert, eli açık, ali cenap" gibi anlamlara gelen "Akı" sözcüğündeki "k" harfinin yumuşayarak "h" biçimine değişmesi sonucu ortaya çıktığını iddia eden görüş de vardır (Özerkmen, 2004: 59). Türk Dil Kurumu’nun Güncel Türkçe Sözlüğü’nde Ahi "cömert ve kardeş" olarak, Ahilik ise "Kökleri eski Türk törelerine dayanan ve Anadolu’da yüksek bir gelişim gösteren esnaf, zanaatçı, çiftçi vb. bütün çalışma kollarını içine alan ocak" olarak tanımlanmaktadır (URL 3, 2014).

Ahilik, Türklerin Anadolu'da karşılaştıkları sosyal ve ekonomik sıkıntılarına çözüm getirmek ve yerli Bizans ekonomisine karşı rekabet edebilmek ihtiyacından doğan özgün bir kuruluştur. Başlangıçta Anadolu'daki Türk esnaf, sanatkâr ve üreticiler birliği olarak faaliyette bulunan örgüt, daha sonra toplumun tüm katmanlarını içine alacak biçimde gelişme göstermiştir (Demir, 2001: 76). Çalışmayı, emek ve sermaye barışını, çevreyi temiz tutmayı, kaliteli mal üretmeyi, gençleri eğitmeyi, üretici-tüketici, devlet-millet toplumun tüm fertlerinin barışık olduğu bu sistem, Anadolu'da sosyo-ekonomik düzenin kurulmasında önemli roller üstlenmiştir (Öztürk, 2002: 4). Ahi Birlikleri geliştirmiş oldukları ahlaki, sosyal ve ekonomik ilke ve erdemlerle günümüzün çeşitli örgütlerine, sendikalarına, gençlik ve meslek kuruluşlarına, eğitim kurumlarına, pek çok yönden örnek olabilecek bir yapıya sahiptir (Durak ve Yücel, 2010: 166).

Gelişen ve genişleyen devlet kurumları ve ülke toprakları ile birlikte Müslüman olmayan esnafı da aynı organizasyon içerisinde tutma isteği ve ihtiyacı doğmuştur. Bunun sonucu olarak da Lonca Sistemi oluşturulmuştur. "Lonca" kelimesinin İtalyanca "Loggia" ve Fransızca "Loge" kelimeleri ile ilişkisi de o dönemlerde Avrupa ülkeleri ile yapılan ticaretin artmasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Lonca, Osmanlı ülkesindeki bir merkezde aynı mesleği icrâ eden esnaf ve sanatkârın, mesleki dayanışma amacıyla oluşturdukları, devlet kontrolündeki organizasyon ve bu organizasyonun bulunduğu yere verilen isim olmuştur (Yazıcı, 1995: 156).

Lonca kurumu piyasalarda rekabeti engellemiş ve tekelci bir yapı oluşturmuştur. Kentlerde meslek dallarına göre örgütlü olan loncalar, mesleğe giriş kısıtlamaları getirmenin ötesinde lonca içi rekabeti de azaltacak şekilde birçok kural geliştirmiştir. Sözcük anlamı imtiyaz olan gedikler bunlardan bir tanesidir. Gedik sisteminde her meslek dalında faaliyet gösteren dükkân ve tezgâh sayısı sabitlenmiş, izinsiz üretim ve ticaret engellenmiştir. Loncalar ayrıca hammadde temini ve üyeleri arasında adil şekilde dağıtımına önem vermiş, devletten sık sık bu konuda müdahale talebinde bulunmuştur (Yılmaz ve Diğ., 2011: 144-145).

19. yüzyılda Avrupa'nın makineleşmesi ve özellikle yüzyılın sonlarına doğru büyük fabrikaların kurulması ile artan rekabet gücü, devleti iktisadi bakımdan artık

iyice etkisi altına almıştır (Şen, 2002: 31). Türkiye’de çağdaş anlamda mesleki örgütlenmelerin ortaya çıkışı lonca düzeninin çözülmesiyle çakışmaktadır. İlk ziraat odaları 1881 tarihli bir tüzükle oluşturulmuş, ilk ticaret odası ise 1882 yılında İstanbul’da kurulmuştur (Yılmaz ve Diğ., 2011: 145).

1.1.3.2. Cumhuriyetten Sonra Meslek Kuruluşları

1924 Anayasası kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları için bir düzenleme getirmemişse de meslek odaları, Cumhuriyet döneminde çeşitli kanunların çıkartılmasıyla yasal bir dayanağa kavuşmuşlardır. 1961 Anayasası ile de anayasal bir statü kazanmışlardır.

1925 yılında kabul edilen ve Türkiye’de ticaret ve sanayi odalarının yasal ve kurumsal çerçevesini çizen 655 sayılı Kanun, odaların teşkilatlanması ve gelişimi bakımından önemli olan iki yenilik getirmekteydi. Birincisi, Kanundaki "ticaret ve sanayi odaları şahsiyet-i hükmiyeyi haiz olup..." hükmüyle odalara tüzel kişiliğin tanınmış olmasıdır. İkincisi de, Kanunda sayılanlara bulundukları mahaldeki ticaret ve sanayi odalarına kaydolma zorunluluğunun getirilmiş olmasıdır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 159).

Cumhuriyet’in kurulmasından sonra gelişen ekonomik olaylar ticaret ve sanayi kesiminin önemini arttırarak yatırımcıların korunması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bundan dolayı merkezi otoritenin ilgili alana müdahale ihtiyacı söz konusu olmuştur. Bu ihtiyacın sonunda yeni bir yasal düzenleme yapılarak, 1943 yılında "Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf Odaları ve Ticaret Borsaları Kanunu" kabul edilmiştir (Özer, 1994: 5). 25 Nisan 1949 tarihinde 5373 sayılı "Esnaf Dernekleri ve Esnaf Birlikleri Kanunu" çıkarılmış ve esnaf ile sanatkârların bağımsız ilk örgütlenmeleri sağlanmıştır (URL 4, 2014).

Cumhuriyet Dönemi’nde mesleki örgütlenme daha da yaygınlaşmış, tüccar, sanayici, esnaf ve sanatkârı aşan ve toplumda var olan diğer meslekleri (avukatlık, tabiplik, mimar ve mühendislik, muhasebecilik gibi) de kapsayan bir nitelik kazanmıştır. Böylece meslek örgütleri ekonomik yapıda işçi ve işverenler dışında kalan tüm alanları/sektörleri/meslekleri de içine almıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 156).

1.1.4. Meslek Kuruluşlarının Yasal Dayanakları ve Özellikleri

1.1.4.1. Meslek Kuruluşlarının Anayasadaki Yeri

Meslek kuruluşlarının gelişmesi Cumhuriyet'in ilanından sonra olmuştur. 1924 Teşkilatı Esasiye Kanunu (Anayasası) da Cumhuriyet'in ilk anayasası olması nedeniyle kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının anayasadaki yerini ele almaya 1924 Teşkilatı Esasiye Kanunu (Anayasası) ile başlayıp 1961 ve 1982 Anayasalarının konuyla ilgili kısımlarına yer verilecektir.

1.1.4.1.1. 1924 Anayasası (Teşkilatı Esasiye Kanunu)

1924 Teşkilatı Esasiye Kanunu'nda (Anayasasında) kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ile ilgili herhangi bir hüküm yoktur (Okur, 2008: 18). Ama bu kanunda, "Şahsi masuniyet, vicdan, tefekkür, kelâm, neşir, seyahat, akit, sayü amel, temellük ve tasarruf, içtima, cemiyet, şirket hak ve hürriyetleri Türklerin tabii hukukundandır." (Teşkilatı Esasiye Kanunu, m.70) ifadesi ile dernek kurmanın doğal bir hak ve hürriyet olduğuna ve "Ukudun, sayü amelin, temellük ve tasarrufun, içtimadın, cemiyetlerin ve şirketlerin hududu hürriyeti kanunlar ile musarrahtır." (Teşkilatı Esasiye Kanunu, m.79) ifadesi ile de bu hak ve hürriyetin sınırlarının kanunla belirleneceğine yer verilmiştir.

Düzenlenmesi zamanla zorunlu bir hâl alan meslek kuruluşlarına ilişkin değişik tarihlerde çeşitli kanunlar kabul edilmiştir. 8 Mart 1950 tarihinde 5590 sayılı "Ticaret ve Sanayi ... Borsaları Birliği Kanunu", 23 Ocak 1953 tarihinde "Türk Tabipleri Birliği Kanunu", 27 Ocak 1954 tarihinde "Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Kanunu", 9 Mart 1954 tarihinde 6343 sayılı "Veteriner Hekimleri Birliği Kanunu", 25 Ocak 1956 tarihinde 6643 sayılı "Türk Eczacılar Birliği Kanunu", 15 Mayıs 1957 tarihinde 6964 sayılı "Ziraat Odaları ve Ziraat Birliği Kanunu" gibi kanunlar kabul edilmiştir (Özer, 1994: 18).

1.1.4.1.2. 1961 Anayasası

1961 Anayasası ile meslek kuruluşları anayasal statüye kavuşturulmuşlardır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 156). 1961 Anayasasının 122. maddesi "Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları" ile ilgilidir ve "Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, kanunla meydana getirilir ve

organları kendileri tarafından ve kendi üyeleri arasından seçilir. İdare, seçilmiş organları bir yargı mercii kararına dayanmaksızın, geçici veya sürekli olarak görevinden uzaklaştıramaz. Meslek kuruluşlarının tüzükleri, yönetim ve işleyişleri demokratik esaslara aykırı olamaz." (URL 5, 2014) ifadesini içermektedir.

1.1.4.1.3. 1982 Anayasası

1961 Anayasası'nda olduğu gibi 1982 Anayasası'nda da kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına yer verilmiştir. 1982 Anayasası'nın 135. Maddesi kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarını ayrıntılı bir şekilde düzenlemiştir. Bu maddeye göre; "Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve üst kuruluşları; belli bir mesleğe mensup olanların müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlerine uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleri ile ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlâkını korumak maksadı ile kanunla kurulan ve organları kendi üyeleri tarafından kanunda gösterilen usullere göre yargı gözetimi altında, gizli oyla seçilen kamu tüzel kişilikleridir. Kamu kurum ve kuruluşları ile kamu iktisadi teşebbüslerinde asli ve sürekli görevlerde çalışanların meslek kuruluşlarına girme mecburiyeti aranmaz."

23 Temmuz 1995 tarihinde yapılan değişiklikle meslek kuruluşlarının, kuruluş amaçları dışında faaliyette bulunamayacakları, meslek kuruluşları ve üst kuruluşlarının organlarının seçimlerinde siyasi partilerin aday gösterilemeyeceği, meslek kuruluşları üzerinde devletin idari ve mali denetimine ilişkin kuralların kanunla düzenleneceği, amaçları dışında faaliyet gösteren meslek kuruluşlarının sorumlu organlarının görevine, kanunun belirlediği merciiin veya Cumhuriyet savcısının istemi üzerine mahkeme kararıyla son verilip yerlerine yenilerini seçtirebileceği, ancak, milli güvenliğin, kamu düzeninin, suç işlenmesini veya suçun devamını önlemenin yahut yakalamanın gerektirdiği hallerde gecikmede sakınca varsa, kanunla bir merci, meslek kuruluşlarını veya üst kuruluşlarını faaliyetten men ile yetkilendirilebileceğini, bu merciiin kararının, yirmi dört saat içerisinde görevli hâkimin onayına sunulması ve hâkimin, kararını kırk sekiz saat içinde açıklaması gerektiği, aksi halde, bu idari kararın kendiliğinden yürürlükten kalkacağı belirtilmiştir.

1982 Anayasası bu düzenleyiş tarzı ile meslek kuruluşlarını, Cumhuriyet'in temel organı olarak, idare içinde yer alan ve idare içindeki diğer kuruluşlardan farklı özelliklere sahip bir kuruluş olarak kabul etmiştir (Okur: 2008: 21).

1.1.4.2. Meslek Kuruluşlarının Özellikleri

Meslek kuruluşları; meslek mensuplarının oluşturduğu, tüzel kişilikleri olan, bir kısım kamu görevlerini yerine getiren, üyeleri üzerinde kamu hukukundan doğan bazı yetkilere sahip olan kişi topluluklarıdır; yapısı ve görevleri yönünden diğer kamu kurumlarından ayrılırlar (Okur, 2008: 21).

Bir meslek kuruluşunun Kamu Kurumu Niteliğinde Meslek Kuruluşu sayılabilmesi için kanunla kurulmuş olmak, zorunlu üyelik, devlet yetkisi, özerklik ve parafiskal gelir özelliklerini taşıması gerekir (Özer, 1994: 28).

Kanunla kurulmuş olmak: Anayasanın 135. maddesi gereğince kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ancak kanunla kurulabilmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 205). Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları kanunla kurulmaları ile birlikte diğer kamu kuruluşlarından farklı olarak kuruluşları ve organlarının düzenlenmesinde meslek mensuplarının serbest iradelerine bırakılmıştır. Yani kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının varlık ve güçleri kanuna dayanmaktadır ama kurulmaları meslek mensuplarının girişimleri ile gerçekleşmektedir. Meslek mensuplarının bir girişimi olmadan idare kendiliğinden kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarını kuramaz. Kanun bu noktada sadece meslek mensuplarının girişimlerinin nasıl ortaya çıkması gerektiği ile ilgili bir düzenleme getirmiştir. Diğer yandan, bu kanunun olmaması meslek mensuplarının girişiminin hukuki bir anlam taşımaması demektir. Kanun olmadan meslek mensuplarının kurdukları kurum, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşu değil ancak bir dernek olacaktır. Kısacası, kanun ile serbest irade birbirini tamamlamaktadır (Özer, 1994: 28-29).

Zorunlu üyelik: Anayasa'ya göre; meslek mensupları, mesleklerini yapabilmek için meslekleri ile ilgili olan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşuna üye olmak zorundadırlar. Ancak, kamu kurum ve kuruluşları ile kamu iktisadi teşebbüslerinde asli ve sürekli görevlerde çalışanlarda meslek kuruluşlarına girme mecburiyeti aranmaz (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, m:135).

Devlet yetkisi: Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, kanunla kurulan kamu tüzel kişiliği olup kamu hukukundan doğan bazı imtiyazlara sahiptirler. Diğer bir ifadeyle bu kuruluşların, kaynağı Anayasa'ya dayanan devlet yetkilerini kullanma özellikleri vardır. Meslek kuruluşları, bu yetkilerini üyeleri üzerinde kullanabilirler. Bu kuruluşlar üyeleri ile ilgili kararlar alıp bu kararları uygularken ayrıca hâkim kararına ihtiyaç duymazlar. Şartlar mevcut ise yetkili organlarının kararı ile üyelerini meslekten ihraç edebilirler. Üyeler de bu karara karşı idari mahkemeye başvurma hakkına sahiptirler (Ersöz, 2007: 89).

Özerklik: Özerklik "bir topluluğun, bir kuruluşun ayrı bir yasaya bağlı olarak kendi kendini yönetme hakkı" olarak tanımlanmaktadır (URL 6, 2014). Buna göre kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları da özerk kuruluşlardır. Anayasa'dan aldıkları yetkiyi millet adına kullanmaktadırlar. Bu yetkiyi kullanacak olan organları da kendi üyeleri tarafından kanunda gösterilen usullere göre yargı gözetimi altında gizli oyla seçilir (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, m.135).

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına ne yürütme organı ne de yasama organı emir ve direktif veremez. Ancak, bunlar "kanunda gösterildiği şekilde Devletin idari ve mali denetimine tabidirler" (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, m:135). Buradaki denetimin kapsamı, faaliyetlerinin kanuna uygun olarak yapılıp yapılmadığı şeklindedir. Yoksa hiyerarşik ve siyasi anlamda bir denetim değildir (Özer, 1994: 35).

Parafiskal Gelir: Anayasa'nın 135. maddesine göre faaliyet gösteren, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının topladığı aidatlar Türkiye'deki parafiskal gelirlerdendir (Tosunoğlu ve Diğ., 2012: 113). Devletin mali, sosyal ve ekonomik nitelikteki kamu hizmetlerini sunmak amacıyla anayasal sınırlar içerisinde çeşitli kaynaklardan elde ettiği gelirlere kamu geliri denilmektedir. Kamu gelirleri, devletin egemenlik gücüne dayanarak veya egemenlik gücüne dayanmaksızın çoğunlukla milli gelir üzerinden elde edilmektedir. Kamu maliyesinde bir kamu gelir türü olan parafiskal gelirler; kamu veya yarı kamu kurumlarınca genel bir amaca tahsis edilmek ve üyelerinin çıkarları doğrultusunda kullanılmak üzere ve karşılık ilkesine göre tahsil edilen, devlet bütçesi dışında ayrı bir bütçede gösterilen zorunlu ödemelerden oluşmaktadır (Ağcakaya ve Armağan, 2012: 99).

Parafiskal gelirlerin dört özelliği aşağıdaki gibidir (Tosunoğlu ve Diğ., 2012: 113):

- Parafiskal gelirler, kamu kuruluşları ya da kamu kuruluşu niteliğindeki mesleki kuruluşlar tarafından, bu kuruluşlara gelir sağlamak amacıyla alınır.
- Parafiskal gelirleri ödeyenler, bu kuruluşların hizmetlerinden yararlanırlar.
- Parafiskal gelirler, bir hizmet karşılığı alınmaktadır.
- Parafiskal gelirler, bir kanuna dayalı olarak ve zor ögesi kullanılarak tahsil edilir.

1.1.5. Meslek Kuruluşlarının Kuruluşu, Faaliyetleri ve Denetlenmesi

1.1.5.1. Meslek Kuruluşlarının Kuruluşu

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları Anayasa'nın 135. maddesine göre kanunla kurulur ve organları kendi üyeleri tarafından kanunda belirtildiği şekilde oluşturulur.

Kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının büyük bir bölümü kendilerine özgü özel kanuni statülere sahiptir. 6023 Sayılı "Türk Tabipler Birliği Kanunu", 6343 Sayılı "Veteriner Hekimliği Mesleğinin İcrasına, Türk Veteriner Hekimleri Birliği ile Odalarının Teşekkül Tarzına ve Göreceği İşlere Dair Kanun", 6235 Sayılı "Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Kanunu", 6643 Sayılı "Türk Eczacıları Birliği Kanunu", 6964 Sayılı "Ziraat Odaları ve Ziraat Odaları Birliği Kanunu", 5362 Sayılı "Esnaf ve Küçük Sanatkârlar Kanunu", 1136 Sayılı "Avukatlık Kanunu", 3224 Sayılı "Türk Diş Hekimleri Birliği Kanunu", 3568 Sayılı "Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu", 5174 Sayılı "Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu", 1512 Sayılı "Noterlik Kanunu", 1618 Sayılı "Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu" gibi özel kanunlar çıkartan yasama organı bu kuruluşların faaliyetlerini bu kanunlar ile ayrıntılı bir şekilde düzenler.

Yasama organı bazen de özel kanunlar çıkarmayarak, kamu kurumu haline getirmek istediği meslek kuruluşunu belirleyip, bununla ilgili amaç, görev, yetki, teşkilat yapısı hakkında genel esasları belirleyen çerçeve düzenleme yapmakla yetinebilir. Bu gibi durumlarda, yürütme organı, yasama organının belirlediği ilkeler

çerçevesinde "tip statüler" veya "yönetmelikler" hazırlayarak meslek kuruluşlarının hayatiyet kazanmasını sağlar. "Türkiye Bankalar Birliği", "Türkiye Sigorta ve Reassürans Şirketleri Birliği" ve "İhracatçılar Birliği" bu şekilde kurulmuşlardır (Özer, 1994: 44).

Sonuç olarak; kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ilgili oldukları yasal düzenlemenin gerekçe kısmında kurulma nedenlerine yer verilerek ya kendi adlarına çıkartılan bir kanun ile ya da kendi meslek kuruluşları ile ilgili olan bir kanuna eklenen madde ile kurulmaktadır.

1.1.5.2. Meslek Kuruluşlarının Faaliyetleri

Anayasa'nın 135. maddesine göre kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve üst kuruluşlarının ana faaliyetleri, belli bir mesleğe mensup olanların ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak ve geliştirmek, meslek mensuplarının birbirleri ile ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni sağlamak üzere meslek disiplini ve ahlâkını korumaktır. Ayrıca 1995'te yapılan değişiklikle birlikte yine Anayasa'da belirtildiği üzere bu meslek kuruluşları, kuruluş amaçları dışında faaliyette bulunamazlar.

1.1.5.3. Meslek Kuruluşlarının Denetimi

Anayasa'nın 135. maddesinde devletin, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına yönelik idari ve mali denetimine ilişkin kuralların kanunla düzenleneceği belirtilmiştir. Meslek kuruluşları faaliyette bulundukları alan ile ilgili bakanlığın idari ve mali denetimine tabidir. Bakanlıkların kendi teftiş kurulları bu denetimleri yapmaktadırlar (Özer, 1994: 76). Örneğin, Türk Tabipler Birliği, Sağlık Bakanlığı; TOBB, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı; Barolar Birliği, Adalet Bakanlığı tarafından denetlenmektedir.

Ayrıca yine Anayasa'nın ilgili maddesinde amaçları dışında faaliyet gösteren meslek kuruluşlarının sorumlu organlarının görevine, kanunun belirlediği merciin veya Cumhuriyet savcısının istemi üzerine mahkeme kararıyla son verileceği ve yerlerine yenilerinin seçtirileceği belirtilmiştir. Ancak, milli güvenliğin, kamu düzeninin, suç işlenmesini veya suçun devamını önlemenin yahut yakalamanın gerektirdiği hallerde gecikmede sakınca varsa, kanunla bir merciinin, meslek

kuruluşlarını veya üst kuruluşlarını faaliyetten men ile yetkilendirilebileceği, bu merciin kararının, yirmi dört saat içerisinde görevli hâkimin onayına sunacağı, hâkimin; kararını kırk sekiz saat içinde açıklaması gerektiği, aksi halde, bu idari kararın kendiliğinden yürürlükten kalkacağı yer almıştır.

1.1.6. Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum kuruluşunu ifade etmede birbirinden farklı tanımlar ortaya konmuştur. "Non-governmental organization" kullanımının karşılığı olarak ülkemizde, "sivil toplum kuruluşu" kavramının yanı sıra "gönüllü kuruluş, hükümet dışı kuruluş, kâr amacı gütmeyen kuruluş" gibi kullanımlar da vardır.

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü'ne göre sivil toplum kuruluşu; "toplumdaki çeşitli sorunları bağımsız olarak ele alıp kamuoyunu bilgilendirme ve aydınlatma görevi yapan ve öneriler sunan her türlü birliktir" (URL 7, 2014). Yalçın (2008: 42) çalışmasında sivil toplum kuruluşlarını; kendi iradesi ile bir araya gelmiş; sosyal hayat içinde devlet otoritesine bağımlı olmayan özerk bir yapıya sahip; gönüllük esası üzerine kurulmuş; iradelerince oluşturulmuş belli kurallara ve yasal düzene bağlı olarak ortaya çıkmış; yeni, farklı bir güç ve denge kuruluşları olarak tanımlamıştır. Özyılmaz ve diğerlerine (2008: 206) göre de STK'lar, toplum yararına gönüllülük temeline dayalı özerk yapısı olan ülkenin siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik bakımdan gelişmesine katkısı olan kuruluşlardır.

Hukuk mevzuatımızda "Sivil Toplum Kuruluşu" şeklinde bir hukuki statü yoktur. Türkiye'de sivil toplum kuruluşlarını işlevsel ve niteliksel olarak karşılayabilen iki yasa kalıbı bulunmaktadır. Bunlar Dernekler Kanunu ve Vakıflar Kanunu'dur. 1982 Anayasası dernek ve vakıf kurma özgürlüğü ile ilgili düzenlemeler içerirken aynı zamanda temel kanun niteliğindeki, Türk Medeni Kanunu da, dernek ve vakıflar ile ilgili olarak düzenlemeler içermektedir (Özalp, 2008: 17).

Sivil toplum kuruluşlarının dikkat çekici özelliklerini şöyle sıralanabilir (Kaya, 2008: 25):

a) Devletin bir parçası değildirler. Devlete karşı hem yönetsel hem de mali açıdan özerktirler.

- b)** Kendilerine çıkar sağlamayı hedeflemeyen bir amaç etrafında örgütlenirler.
- c)** Sivil toplum kuruluşları siyasi görüş yelpazesinin dışında insanları hangi siyasi görüşten olurlarsa olsunlar ortak ilkeler doğrultusunda bir araya getirmeyi hedeflerler.
- d)** Doğrudan devletten ödenek almazlar ancak kamusal fonlardan yararlanabilirler.
- e)** Fertlerin gönüllü katılımı esasına dayanır.
- f)** Amatör ruh ile profesyonel tekniği dengelemek amaçtır.
- g)** Sivil toplum kuruluşları arasında rekabet ve işbirliği ön plana çıkar. Kişilerden ziyade ilkeler ön plana çıkar.
- h)** Sivil toplum kuruluşları tek tip üye arama anlayışını terk etmiştir.
- ı)** Sivil toplum kuruluşlarının çoğalmasa kendi aralarında "işbölümü-uzmanlaşma-işbirliği" ilişkileri gerektirir.

Meslek kuruluşları; kamu tüzelkişiliğine sahip olmaları, gönüllü üyelik yerine zorunlu üyelik esasına göre örgütlenmeleri ve kamusal yetkilerle donatılmaları gibi hususlar dikkate alındığında sivil toplum kuruluşu olmadıkları açıktır. Meslek kuruluşlarının devlete olan bağılılıkları onların sivil toplum kuruluşu olmalarını engellemektedir (Yılmaz ve Diğ., 2011: 85).

1.2. Ticaret ve Sanayi Odaları

Bugünkü adıyla ulusal düzeydeki ticaret ve sanayi odaları ilk olarak Fransa'da Napolyon döneminde ortaya çıkmıştır. 1802-1804 yılları arasında Fransa'da 176 oda kurulmuştur. Bu odaların temel görevi; devlete, iş dünyasının görüş ve önerilerini (ekonomik mevzuat, tarifeler ve teşvikler hakkında) sunmaktır. Bu dönemdeki oda, sermayesinin yüzde elliden fazlası hükümetin denetiminde olan, kendisine ait bir bütçesi olmayan ve bir memur tarafından yönetilen bir kurumdur (Yılmaz, 2007: 68).

Dünya’da oda sistemleri üç çeşittir. Bunlar:

- Kıta Avrupası Oda Sistemi
- Anglo-Sakson Oda Sistemi
- Karma Oda Sistemi

Kıta Avrupası Oda Sistemi: "Kara Avrupası" veya "Kıta Avrupası" deyiminden İngiltere hariç Avrupa anlaşılır (Gözler, 2008: 3).

Kıta Avrupası sisteminde, meslek örgütleri ülkenin ekonomik gelişiminin sağlanmasında sorumlulukları olan birer aktör olarak ele alınmaktadırlar. Bu duruma bağlı olarak, ticaret odalarına üyeliğin zorunlu olması gerekmektedir. Kıta Avrupası modelini uygulayan ve bu modele kaynaklık eden Fransa ve Almanya’da, ticaret odalarına üyelik zorunludur (Aslan, 2013: 1239). Bununla birlikte Kıta Avrupası oda sisteminin temel özellikleri aşağıdaki gibidir (Fedotov, 2007: 33):

- Kamu hukuku durumu,
- Zorunlu üyelik,
- Oda isimlerinin korunması,
- Faaliyet alanlarının düzenlenmesi,
- Sınırlı düzeyde kendi kendine yönetim,
- Kamu görevleri ile yetkilendirilme,
- Hükümete danışmanlık,
- Finansman garantisi,
- Odaların hiyerarşisi,
- Hükümet denetimidir.

Anglo-Sakson Oda Sistemi: Bu sistem dünyada Anglo-Sakson veya Anglo-Amerikan Model olarak tanınmaktadır (Yılmaz, 2007: 69). Ülkelerin tarihsel geçmişleri ve bağlı oldukları hukuk kültürünün belirleyici bir faktör olduğu

söylenirse İngiltere "Common Law" geleneğinden gelen bir ülke olarak Anglo-Sakson modelini tatbik etmektedir (Aslan, 2013: 1239).

Anglo-Sakson oda sisteminin temel özellikleri şunlardır (Fedotov, 2007: 21):

- Özel hukuk durumu,
- Gönüllü üyelik,
- Oda isimlerinin yasal koruma eksikliği,
- Faaliyet alanlarını seçme özgürlüğü,
- Kendi kendine yönetim,
- Oda hiyerarşisinin olmaması,
- Yetkili kamu işlevlerinin eksikliği,
- Hükümete danışmanlık eksikliği,
- Odaların mali bağımsızlığı,
- Hükümetin denetim eksikliğidir.

Bu modelde, ticaret odaları tamamen kendi menfaatlerini korumak için kurulmaktadır. Dolayısıyla, bu örgütler ülkenin ekonomik menfaatlerinin korunması yönünde bir amaç gütmeyiz (Aslan, 2013: 1239). Ama Amerika, Kanada ve İngiltere gibi İngilizce konuşulan ülkelerde odalara üye olmanın gönüllü olmasına rağmen şirketler genellikle iş dünyası ile iletişim sağlamak için üye olmayı tercih ederler (Yılmaz, 2007: 69).

Karma Oda Sistemi: Kıta Avrupası ya da Anglo-Sakson sistem olarak sınıflandırılmayan oda sistemlerini kapsar. Çoğu ülkede bu oda sistemlerinden birinin geçerli olmasına rağmen Tayland ve Japonya gibi bazı ülkelerde her iki sisteminde özelliklerini taşıyan Karma Oda Sistemi uygulanmaktadır (Yılmaz, 2007: 69).

1.2.1. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

Odalar, Borsalar ve Birlik hakkındaki 5590 sayılı Kanun 8 Mart 1950 tarihinde hazırlanmış, 15 Mart 1950 tarihinde 7457 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. 5590 sayılı Kanun, yerini, 1 Haziran 2004 tarihinde yürürlüğe giren 5174 sayılı Kanun'a bırakmıştır. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, özel sektörün Türkiye'de mesleki üst kuruluğu ve yasal temsilcisidir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin halen, yerel düzeyde, ticaret, sanayi, ticaret ve sanayi, deniz ticaret odaları ve borsalar şeklinde oluşmuş 365 üyesi bulunmaktadır. Tüm ülke çapında yayılmış olan oda ve borsalara, çeşitli büyüklüklerde ve bütün sektörlerden 1 milyon 200 binin üzerinde firma kayıtlı bulunmaktadır (URL 8, 2014).

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği; odalar ve borsalar arasındaki birlik ve dayanışmayı temin etmek, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, oda ve borsa mensuplarının meslekî faaliyetlerini kolaylaştırmak, bunların birbirleriyle ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere, meslek disiplinini ve ahlâkını korumak, ülkenin kalkınması, ekonominin gelişmesi için gerekli çalışmaları yapmak ve bu Kanunda belirtilen hizmetleri yerine getirmek amacı ile kurulmuştur. Tüzel kişiliğe sahip, kamu kurumu niteliğinde meslek üst kuruluğu olan birliğin kısa adı TOBB'dur ve merkezi Ankara'dadır (5174 Sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu, m:54).

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin yerine getirdiği görevler aşağıdaki gibidir (URL 9, 2014):

- Türk girişimcisinin çalışmalarına öncülük ve liderlik eder,
- Özel sektörün ihtiyaçları doğrultusunda siyasi güce görüş ve çözümlerini iletir,
- Kanunlar ve düzenlemeler ile ilgili görüşlerini ilgili bakanlıklara, meclis komisyonlarına sunar,
- Tabanını oluşturan KOBİ'lerin ekonomiden hak ettiği payı alması için oda ve borsalar kanalıyla bilgi ve danışmanlık hizmeti sunar,
- Ticari, ekonomik ve uluslararası işbirliği alanlarında yararlı olabilecek her türlü bilgiyi üyelerine sunar; ülke, il ve sektör bazında ekonomik raporlar hazırlar,

- Yabancı muadil kuruluşlarla kurumsal bağlar kurar, işbirliği anlaşmaları imzalar, Türk ve yabancı firmaların ihtilaflarının dostane yollarla çözümü amacıyla aracılık eder,
- TIR Karnesinin dağıtımını gerçekleştirir ve muhtelif ülkelere ait geçiş belgesi taleplerini karşılar, ATA Karnesi düzenler, Bilgi Standardı tanımlama ve uygulama sistemi olan EAN-UCC barkod sistemini ülkemizde tek elden yürütür,
- Menşe Şahadetnamesi ile Dolaşım Belgesini basar ve Odalara gönderir, Kapasite Raporu inceler ve onaylar. Oluşturulan Sanayi Veri Tabanı ile imalatçı firma listelerini ilgililere sağlar, Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'ni yayınlar,
- Odalar ve Borsalar arasında çıkabilecek mesleki anlaşmazlıkları çözer, Oda ve borsaları geliştirecek tedbirleri alır, elektronik alt yapısını kurar, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Tahkimi çalışmalarını yürütür,
- Yerel fuar organizasyon firmalarına yetki verir, organize sanayi bölgeleri ve teknoloji geliştirme merkezleri kurar,
- Eğitim kurumları kurar veya katılır, bu kurumlarla işbirliğine girer,
- Uluslararası ilişkiler ile ilgili görevleri kapsamında çok taraflı oda ve uluslararası kuruluşlarda Türk özel sektörünü temsil eder.

1.2.2. Odaların Kuruluşu ve Çalışma Alanları

1.2.2.1. Odaların Kuruluşu

5174 sayılı Kanun'a göre ticaret ve sanayi odaları, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin olumlu görüşü üzerine Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın kararı ile kurulur. Bir ilde oda kurulabilmesi için ticaret siciline kayıtlı ve 5174 sayılı Kanun'da belirtilen özellikleri taşıyan en az bin tacir ve/veya sanayici veya deniz ticareti yapanların TOBB'a yazılı başvuruda bulunma zorunluluğu vardır. Ticaret ve sanayi odasından ayrı bir müstakil sanayi odası kurulması için o ilde faaliyet gösteren sanayicilerin yarısından fazlasının yazılı talepte bulunması gerekmektedir. Bunun sonucunda müstakil sanayi odası kurulması durumunda o ildeki ticaret ve sanayi odası, ticaret odası adını alır (5174 Sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu, m: 5).

1.2.2.2. Odaların Kuruluş ve Çalışma Alanları

Odaların kuruluş ve çalışma alanları il sınırlarıdır. Bu alan içerisinde aynı unvanda başka bir oda kurulamaz. Çevre illerde ilgili oda kuruluncaya kadar Odanın çalışma alanı Birlik Yönetim Kurulu tarafından çevre illeri de kapsayacak şekilde genişletilebilir veya daraltılabilir (5174 Sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu, m: 6).

1.2.3. Odaların Görevleri

5174 sayılı Kanun'un 12. maddesine göre ticaret ve sanayi odalarının görevleri şunlardır:

a) Meslek ahlâkını, disiplini ve dayanışmayı korumak ve geliştirmek, ticaret ve sanayinin kamu yararına uygun olarak gelişmesine çalışmak.

b) Ticaret ve sanayiye ilgilendiren bilgi ve haberleri derleyerek ilgililere ulaştırmak, ilgili kanunlar çerçevesinde resmî makamlarca istenecek bilgileri vermek ve özellikle üyelerinin mesleklerini icrada ihtiyaç duyabilecekleri her çeşit bilgiyi, başvuruları durumunda kendilerine vermek veya bunların elde edilmesini kolaylaştırmak, elektronik ticaret ve internet ağları konusunda üyelerine yol gösterecek girişimlerde bulunmak, bu konularda gerekli alt yapıyı kurmak ve işletmek.

c) Ticaret ve sanayiye ait her türlü incelemeleri yapmak, bölgeleri içindeki iktisadî, ticarî ve sınaî faaliyetlere ait endeks ve istatistikleri tutmak, başlıca maddelerin piyasa fiyatlarını takip ve kaydetmek ve bunları uygun vasıtalarla yaymak.

d) 26. maddedeki belgeleri düzenlemek ve onaylamak.

e) Meslek faaliyetlerine ait konularda resmî makamlara teklif, dilek ve başvurularda bulunmak; üyelerinin tamamının veya bir kesiminin meslekî menfaati olduğu takdirde meclis kararı ile bu üyeleri adına veya kendi adına dava açmak.

f) Çalışma alanları içindeki ticarî ve sınaî örf, adet ve teamülleri tespit etmek, Bakanlığın onayına sunmak ve ilân etmek.

g) Üyeleri tarafından uyulması zorunlu meslekî karar almak.

h) Yurt içi ve yurt dışı fuar ve sergilere katılmak.

ı) Gerektiğinde 507 sayılı Esnaf ve Küçük Sanatkârlar Kanununun 125. maddesinde sayılan mal ve hizmetlerin azamî fiyat tarifelerini, kendi üyeleri için, Bakanlıkça çıkarılacak yönetmeliğe uygun olarak tespit etmek ve onaylamak.

j) Deniz ticaretinin kamu yararına, millî ulaştırma ve deniz ticareti politikasına uygun şekilde gelişmesine çalışmak.

k) Millî ve milletlerarası deniz ticaretine ait incelemeler yapmak ve bu konudaki bilgileri sağlamak, Türkiye limanları arası ve yurt dışı navlun, acente komisyonu ve ücretleri ile liman masrafları gibi bilgileri toplamak ve bunları mümkün olan vasıtalarla en seri şekilde yaymak, dünya deniz ticaretindeki en son gelişmeleri izlemek, istatistikler tutmak ve bunları ilgililere duyurmak.

l) Deniz ticaretine ait ticarî örf, teamül ve uygulamaları tespit ve ilân etmek, navlun anlaşmaları, konşimento ve benzeri evraka ait tip formları hazırlamak.

m) Yabancı gemi sahip ve donatanları ile denizcilikle ilgili müesseselere Türkiye limanlarının imkânları, çalışma şekilleri, tarifeleri ve liman masrafları hakkında bilgi vermek ve onlardan benzeri bilgileri sağlamak.

n) Deniz ticareti ile ilgili milletlerarası kuruluşlara üye olmak ve delege bulundurmak.

o) İlgililerin talebi üzerine deniz ticareti ile ilgili ihtilaflarda hakemlik yapmak.

p) Deniz acenteliği hizmet ücret tarifelerini hazırlamak ve Bakanlığın onayına sunmak.

r) Sair mevzuatın verdiği görevlerle, ilgili kanunlar çerçevesinde Birlik ve Bakanlıkça verilecek görevleri yapmak.

s) Birliğin belirlediği standartlara göre üye kayıtlarını tutmak ve üyelik aidatlarına ilişkin belgeleri saklamak ve bunları Birliğe talep halinde bildirmek.

t) Mevzuatla bakanlıklara veya diğer kamu kurum ve kuruluşlarına verilen işlerin, bu Kanunda belirtilen kuruluş amaçları ve görev alanı çerçevesinde odalara tevdi halinde bu işleri yürütmek.

u) Üyelerinin ihtiyacı olan belgeleri vermek ve bunlara ilişkin gerekli hizmetleri yapmak.

v) Yurt içi fuarlar konusunda yapılacak müracaatları değerlendirip Birliğe teklifte bulunmak.

y) Üyeleri hakkındaki tüketici şikâyetlerini incelemek ve kuruluş amaçları doğrultusunda diğer faaliyetlerde bulunmak.

z) Ticaret ve sanayi odalarınca, odalar ayrı olan illerde ise sanayi odalarınca sanayiciler için kapasite raporları düzenlemek.

Odalar, bunlardan başka mevzuat hükümleri çerçevesinde;

a) Ticaret mallarının niteliklerinin belirlenmesine yönelik laboratuvarlar kurmak veya bunlara iştirak etmek, uluslararası kalibrasyon, test ölçme laboratuvarı kurmak veya iştirak etmek, belgelendirme hizmetleri sunmak,

b) Milli Eğitim Bakanlığının izin ve denetiminde ticaret, denizcilik ve sanayi ile ilgili kursları açmak, açılan kurslara yardımda bulunmak, yurt içinde ve dışında ihtiyaç duyulan alanlar için öğrenci okutmak ve stajyer bulundurmak; meslekî ve teknik eğitim ve öğretimi geliştirme ve yönlendirme çalışmaları yapmak, kendi üyelerinin işyerleriyle sınırlı olmak üzere, 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanunu kapsamına alınmamış meslek dallarında bu uygulamaya ilişkin belgeleri düzenlemek,

c) İlgililerin talebi halinde, ticarî ve sınaî ihtilaflarda hakem olmak, tahkim kurulları oluşturmak,

d) Açılmış veya açılacak olan sergiler, panayırılar, umumi mağazalar, depolar, müzeler ve kütüphanelere katılmak,

e) Yetkili bakanlıkça uygun görülen alanlarda sanayi siteleri, endüstri bölgeleri, organize sanayi bölgeleri, teknoloji geliştirme bölgeleri, teknoparklar, teknoloji merkezleri kurmak ve yönetmek; 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu

çerçevesinde serbest bölge kurucu ve işleticisi veya işleticisi olmak, antrepo işletmek ve fuar alanları, kongre merkezleri ile ticaret merkezleri kurmak, işletmek veya kurulmuş olanlara iştirak etmek, görevlerini de yaparlar.

Genel olarak odaların yerine getirdikleri hizmetleri dört ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar (Yılmaz, 2007: 66):

a) Ekonomik Bilgilendirme: Ekonomik yapı, iç ve dış pazar ve iş ortamı konusunda bilgi sağlar.

b) Teknik Yardım: Vergilendirme, mevzuat, iş kurma, işlerin transferi, teknoloji ve yenilikler hakkında çalışmalar yapar.

c) Uygulamalı Eğitim: Profesyonel ve mesleki eğitim, yönetim eğitimi ve seminerler düzenler.

d) Danışma: İhracat danışma servisleriyle dış ticaretin teşvik edilmesi, ticaret fuarları, sergiler ve konferanslar organize eder.

BÖLÜM II

İHRACAT VE TİCARET VE SANAYİ ODALARI

2.1. İhracat Kavramı

İhracat yönetmeliğine göre ihracat; bir malın ya da ekonomik değerin yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve Kambiyo Mevzuatına göre bedelsiz ihracat hariç bedelinin yurda getirilmesi veya Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlardır (Bilginer ve Diğ., 2005: 2).

Tarihte, uluslararası ticaretin en eski şekli olan ihracat faaliyetlerinin çok önemli bir bölümü, ulusal amaçlara ulaşabilmek adına hükümetler tarafından üstlenilmiştir. Bugün ihracat faaliyetlerinin yaklaşık %90'ından daha fazlası özel işletmeler tarafından üstlenilmektedir (Koparal ve Diğ., 2012: 20). Bazı işletmeler, ihracatı, satışlarının artırılması için uygun bir yol olarak görürken bazıları ise ihracatı kurumsal stratejilerinin kritik bir unsuru olarak kabul etmekte ve işletmelerinin diğer faaliyet alanları ile ihracatı eş değerde tutmaktadırlar (Bennett, 1998: 15-16).

İhracat, ülkenin en verimli olduğu alanlardaki gelirini arttırarak kalkınma için gerekli yatırım mallarının satın alınması ve dış borçların ödenmesinde kullanılacak dövizin kazanılması fırsatını sağlamaktadır (Öztürk, 2009: 1).

İhracat, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik ticaret geliştirme programlarıyla desteklenen bir faaliyet olarak görülmektedir (Süygün, 2007: 30).

İhracat, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli rol oynar. Bununla beraber ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi; ihracatın gerçekleşmesi ve beklenen faydaların sağlanmasında kritik bir faktördür. Günümüzde ihracat, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerden ve hatta KOBİ'lerde dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik ticaret geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak görülmektedir (Karagöz, 2008: 91).

İhracatı, iç ticarete göre daha karmaşık bir hale getiren faktörler nedeniyle dünyanın bütün ülkelerinde ihracat; İhracat mevzuatı, gümrük mevzuatı, kambiyo mevzuatı, standardizasyon mevzuatı, teşvik mevzuatı ve katma değer vergisi mevzuatı gibi birçok bağlayıcı mevzuat tarafından ayrıntılı bir şekilde düzenlenmektedir. İç ticarete oranla ihracatı daha karmaşık yapan faktörler aşağıdaki gibidir (Arzova, 2006: 6):

- Satışların yabancı bir ülkeye yapılması,
- İki taraflı ve çok taraflı ticaret anlaşmaları ile getirilen koşullara uyum yükümlülüğü,
- Alışverişte bir yabancı paranın söz konusu olması,
- Malların taşınması,
- Malların varış ülkesine ithal edilmesi ile ilgili gümrük vergisi, katma değer vergisi ve varsa başka türlü vergiler ve diğer ithalat formaliteleri,
- Malın çıkış yerinden varış yerine kadar maruz kalabileceği risklere karşı sigorta edilmesi,
- Ödemelerde / bedellerin tahsilinde bankacılık sisteminin devreye girmesi,
- İhracat desteklerinden yararlanabilmek için gerekli koşullara uyumdur.

İhracat yapmak, dış pazarlara girmenin en hızlı ve aynı zamanda en kolay yoludur. Risk ve pazara ayrılan kaynaklar asgari düzeydedir, çünkü yönetsel ve finansal kaynaklar açısından yatırımın miktarı görece düşüktür. Aşağıdaki koşullar söz konusu ise, çoğunlukla ihracat yoluyla pazara giriş yapılır (Bradley, 2002: 268):

- Firma küçük ölçeklidir ve yurtdışında ortak girişim ya da doğrudan uluslararası yatırım yapmak için gereken kaynaklara sahip değildir.
- Siyasi risk ya da belirsizlik veya diğer koşullar nedeniyle cazip olmayan pazarlara büyük miktarda yatırım yapılması tavsiye edilmez.
- Yurtdışında üretim yapmayı gerektirecek siyasi ya da ekonomik baskı yoktur.

İşletmeler; uluslararasılaşmada ilk adım olan ihracat yapma kararını verirken öncelikle ürünlerinin kârlılığı ve satışı üzerinde etkili olan faktörleri incelemelidirler. Bu amaçla işletmelerin ihracat kararını vermelerinde ve ihracat pazarında başarılı olmalarında kritik rol oynayan aşağıdaki soruları cevaplamaları gerekir (Kılıç, 2011: 72):

- Mamulümüzü kimler satın alıyor?
- Mamulümüzü kimler satın almıyor?
- Mamulümüzün hizmet ettiği ihtiyaç ve gördüğü işlev nedir?
- Mamulümüz ne tür bir problemi çözecektir?
- Tüketiciler mamulümüzden ne kadar satın alıyor?
- Tüketiciler mamulümüze ne kadar ödeme yapıyor?
- Mamulümüz ne zaman satın alınıyor?
- Mamulümüz nerede satın alınıyor?
- Mamulümüz niçin satın alınıyor?

İhracat aracılığı ile uluslararasılaşmada pazara giriş dolaylı ihracat ve doğrudan ihracat olmak üzere iki şekilde olmaktadır. Dolaylı ve doğrudan ihracat arasındaki fark, doğrudan ihracatta üreticinin ihracat işini başkalarına yüklemek yerine kendisinin yerine getirmesidir. Doğrudan ihracatta dış pazarlarla ilişki kurulması, pazar araştırması, fiziksel dağıtım, ihracat belgelerinin hazırlanması, fiyatlama ve diğer işler işletmenin ihracat departmanı tarafından yapılır (Öztürk, 2006: 53).

Dolaylı İhracat: Dolaylı ihracatta firmanın ürünleri yabancı pazarlarda satılır ama bu durum firma içinde özel bir çaba gerektirmez. Dolaylı ihracatta satışlar yurtiçi satışlara benzer özellikler taşır. Aslında işletme dolaylı ihracatta, uluslararası pazarlama ile ilgili değildir. Ürünlerin yurtdışına çıkarılma sorumluluğunu başkaları üstlenmiştir. Firma, bu yolla yeni pazarlara hızla girebiliyor olsa da bu faaliyet üzerindeki kontrolü sınırlıdır (Terpstra ve Sarathy, 2000: 378).

Dolaylı ihracattaki en popüler sınıflandırma işlem yaratan araçlar ve fiziksel faaliyeti yürüten araçlar şeklindedir. İşlem yaratan araçların verdikleri hizmetler yurtdışından talep gelmesini sağlamayı kapsarken fiziksel faaliyetleri yürüten araçların verdikleri hizmetler yurtdışından gelen siparişleri karşılamak ve müşterilere ulaştırmak için gerekli tüm faaliyetleri kapsar. Bunlar aşağıda belirtildiği gibidir (Balabanis, 2005: 438):

İşlem yaratan araçların verdikleri hizmetler:

- Uluslararası pazar araştırması,
- Ürün araştırması ve tasarımı,
- Pazarlama stratejisinin ve planının geliştirilmesi,
- Reklam ve tutundurma,
- Yabancı distribütörlerin seçimi,
- Distribütör çalışanlarının eğitimi,
- Satış sonrası hizmetler,
- Tedarikçiler adına işbirlikçi anlaşmalarının görüşülmesidir.

Fiziksel faaliyetleri yürüten araçların verdikleri hizmetler:

- İhracat dokümantasyonu,
- Maliyet, sigorta ve navlun kotalarını sağlamak,
- İhracat için paketleme ve markalamayı yapmak,
- Depolama,
- Nakliye,
- İhracata konu ürünlerin kalite kontrolü,
- İhracat işlemlerinin finansmanı ve kredi işlemleridir.

Altınbaşak ve diğerlerinin (2008: 332-333) yaptıkları çalışmaya göre dolaylı ihracatta kullanılan araçlar genellikle yerel organizasyonlar, ticaret firmaları, ihracat yönetimi firmaları, firmanın pazarlama faaliyetini üstlenen organizasyonlar (piggy backing) gibidir. Bunlar:

- **Yerel Organizasyonlar:** Bazı firmalar yabancı bir organizasyondan alıcı kendisi ile irtibat kurmadan, fabrikadan ürünü almadan, ihracat, pazarlama ve dağıtım görevini üstlenmeden ürün veya hizmetlerinin ihracat değeri olup olmadığını bilmez.
- **Ticaret Firmaları:** Genellikle bir acente gibi hareket ederler. Ticaret firmalarını diğerlerinden ayıran temel özellik kendileri tarafından sunulan finansal hizmetlerdir. Faaliyetlerinin diğer bir yönü de herhangi bir ürüne karşı başka bir ürün grubunun takas edilmesi işlemlerinin yönetilmesidir.
- **İhracat Yönetimi Firmaları:** Firma için harici bir ihracat departmanı şeklinde çalışırlar. İhracatçının ürünlerini yurtdışında satmak için gerekli dokümantasyon, yerel satın alma uygulamaları, devlet kuralları ve kanunlar gibi bütün faaliyetleri bilir ve yerine getirirler.
- **Firmanın Pazarlama Faaliyetini Üstlenen Organizasyonlar (Piggy Backing):** Bu organizasyonlar bir üreticinin kendi ürettiği ürünleri, farklı bir firmanın ürünleri ile birlikte satar. Eğer firma kendi dağıtım ağını oluşturmak için yeterince kaynak ayırmak istemeyip hala yurtdışı faaliyetlerinde kontrole sahip olmak isterse bu organizasyonları seçer.

Doğrudan İhracat: Doğrudan ihracatta ihracatçı işletme hiçbir aracı kullanmadan ihracat işlemlerinin tümünü kendisi yapar. Bunun için de işletmenin genellikle yurtiçi satış bölümünden bağımsız bir ihracat bölümüne sahip olması gerekir (Öztürk, 2006: 55).

Doğrudan ihracat; dolaylı ihracatta gerçekleşenden daha fazla satışın sonucudur. Pazar ile temas, pazar araştırması, fiziksel dağıtım, ihracat belgeleri, fiyatlandırma vb. konular firmanın sorumluluğundadır (Terpstra ve Sarathy, 2000: 385).

Dolaylı ihracat ve doğrudan ihracat arasındaki farkları şu şekilde sıralamak mümkündür (Koparal ve Diğ., 2012: 21):

- Dolaylı ihracat, doğrudan ihracata kıyasla daha düşük maliyetlidir ve daha az zaman alıcıdır.
- Dolaylı ihracat, daha az taahhüt gerektirir ve daha düşük risk içerir; böylece pek çok firmaya, ilk kez uluslararası pazara rekabet edip girme fırsatı sağlar.
- Dolaylı ihracat, yabancı ithalatçılarla iş ilişkisi geliştirme ihtiyacı duymaksızın, satışla ilgilenen tepkisel firmalara daha çekici gelmektedir.
- Dolaylı ihracat yöntemleri, çoğunlukla, daha sonra denizaşırı ihracat yapacak uluslararası işletmelere girdi üreten küçük firmalar tarafından kullanılır.
- Dolaylı ihracatta yabancı alıcı, ürünlerin olumsuz koşullarda, geç ya da aranan özelliklere uymayan biçimde olduğunu iddia ettiği zaman, dolaylı ihracat yapan firma kalite, teslim zamanı ve ihracat işleminin diğer yönleri üzerinde kontrolü kaybeder.

Doğrudan ihracat ve dolaylı ihracat Acharya ve diğerleri (2010: 84-85) tarafından anlam, bilgi kaynağı, kontrol, marka imajı, risk derecesi, yatırım, teşvik ve uygunluk bakımından karşılaştırılmıştır.

Tablo 1: Doğrudan İhracat ve Dolaylı İhracat Karşılaştırması

Doğrudan İhracat	Dolaylı İhracat
Doğrudan ihracat yapan işletme; yabancı pazarlara aracılardan yardım almaksızın ürünlerini doğrudan ihraç eder.	Dolaylı ihracat yapan işletme; yabancı pazarlara aracılardan yardım alarak ürünlerini dolaylı ihraç eder.
Yabancı müşteri ile doğrudan iletişime geçildiğinden denizaşırı pazarlar hakkında ilk elden bilgi sahibi olunur.	Denizaşırı pazarlar hakkında bilgi sahibi olmak için tamamıyla pazardaki aracılara bağımlılık söz konusudur.
Paketleme, fiyatlandırma, promosyon, satış sonrası hizmetler gibi pazarlama kararlarında doğrudan bir kontrol mümkündür.	Pazarlama kararlarında, pazardaki aracılardan sağladığı bilgiye bağlı olunması gerekmektedir.
Doğrudan ihracat yapan işletmeler uluslararası pazarda kendi markaları ile tanınırlar.	Dolaylı ihracat yapan işletmeler tanınmadan kalabilirler çünkü pazardaki aracılardan ürünleri kendi adları ile pazarlayabilirler.

Doğrudan ihracat yapan işletmeler hem üretim hem de pazarlama faaliyetleri ile ilgilendiklerinden daha fazla risk üstlenirler.	Dolaylı ihracat yapan işletmeler ürünlerin üretimi ya da temini ile ilgilendiklerinden daha az risk üstlenirler.
Doğrudan ihracat yapan işletmeler ürünlerin üretimine ek olarak dağıtımını da üstlendikleri için daha fazla sermaye yatırımına gereksinim duyarlar.	Dolaylı ihracat yapan işletmelerin yerel pazardan veresiye olarak elde ettikleri ile ürünlerin sadece üretimi ya da temini ile ilgilendikleri için daha az sermaye yatırımına ihtiyaçları vardır.

Kaynak: Acharya, W.K., Khushpat, S. J., Aii, S., Vanjani, A., Palsapure, D. (2010). Export Marketing. Mumbai IND: Global Media, 84-85.

2.2. İhracatçı Kavramı

İhracatçı; ihracat eylemini gerçekleştiren firmalara verilen ad olsa da Yılmaz (2014: 18) ihracatçı kavramını iki ana başlık altında tanımlamıştır. Bunlar:

2.2.1. Üretici İhracatçı

Hem malın üretimini yapan hem de kendi üretmiş olduğu ürünün ihracatını yapan firma olarak düşünülebilir. Bu kavram özellikle Ekonomi Bakanlığı tarafından verilen bazı teşvik kalemlerinde önemlidir. Çünkü bakanlık bazı teşviklerde sadece üretici ihracatçı olma şartını aramaktadır.

2.2.2. İhracatçı

Hem üretimini kendisinin yaptığı ürünlerin ihracatını yapan firma hem de herhangi bir mal üretmeden başka bir firmadan almış olduğu ürünün ihracatını yapan firma için kullanılan bir kavramdır. Ama teknik olarak başka firmalardan aldığı ürünlerin ihracatını yapan firma olarak tanımlanmalıdır.

2.3. İhracat Şekli ve İhracat Süreci

6 Ocak 1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazetede ihracat şekilleri belirlenmiştir. Buna göre ihracat şekilleri aşağıdaki gibidir:

- 1) Özellik Arz Etmeyen İhracat:** İhracatçı işletme özellik arz etmeyen ihracatta, ihracatçı birliklerine onaylattığı gümrük beyannamesi ile birlikte, ihracatın yapılacağı gümrük idaresine müracaat eder.

2) Kayda Bağlı İhracat: Gümrük beyannamesinin fiili ihracattan önce ihracatçı birliklerince kayda alındığı ihracat şeklidir.

3) Özellik Arz Eden İhracat Çeşitleri:

- **Kredili İhracat:** İki ve çok taraflı kredi anlaşmaları dışında kalmak kaydıyla, ihracat bedelinin Kambiyo Mevzuatında öngörülen süreleri aşacak şekilde yurda getirilmesine imkân tanıyan ihracat şeklidir.
- **Konsinye İhracat:** Kesin satışı daha sonra yapılmak üzere dış alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurt dışındaki şube veya temsilciliklerine mal gönderilmesidir.
- **İthal Edilmiş Malların İhracı:** İthalat Rejimi çerçevesinde ithal edilmiş ve vergileri ödenmiş bulunan yabancı menşeli yeni veya kullanılmış malların ihracı özellik arz etmeyen ihracat kapsamında yapılır.
- **Bağlı Muamele veya Takas Yoluyla Yapılacak İhracat:** İki den fazla taraf arasında yapılan takas işlemidir.
- **Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracat:** Malların bir bedel karşılığında, belirli bir süre kullanılmak üzere geçici olarak yurt dışına çıkarılmasıdır.
- **Transit Ticaret:** Alış ve satış bedelleri arasında lehte fark esas olmak üzere, malların transit olarak veya doğrudan doğruya bir ülkeden başka bir ülkeye satılmasıdır.
- **Bedelsiz İhracat:** Bedeli yürürlükteki Kambiyo Mevzuatı çerçevesinde yurda getirilmesi gerekli olmaksızın yurt dışına kesin olarak mal çıkarılmasıdır.
- **Yurtdışı Fuar ve Sergilere Katılım**
- **Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat**
- **Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Kapsamında Yapılacak İhracat**

İhracat süreci aşağıda belirtilen 11 temel aşamadan meydana gelir (Bilginer ve Diğ., 2005):

1. İhracatçı Sıfatının Kazanılması: Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliği'ne üye olması ile birlikte ihracatçı sıfatına sahip olmak kolaylaşmıştır. İhracatçı sıfatının kazanılabilmesi için temelde; tacir sıfatını taşımak, vergi mükellefi olmak ve tek vergi numarasına sahip olmak yeterlidir. Bu temel koşullar sağlandıktan sonra ilgili ihracatçı birliklerine üye olunduğunda resmen ihracatçı sıfatı kazanılır. Sonrasında da ilgili gümrük idarelerine kayıt olmak gerekmektedir.

2. Pazar ve Müşterinin Bulunması: Uluslararası pazarlarda pazar ve müşteri bulunabilmesi için devletin ihracatı teşvik etmek ve geliştirmek adına sunduğu desteklerden yararlanılabilir. Bunun yanı sıra ihracat yapmak isteyen işletmenin ilgili personeli işletmenin kendi sahip olduğu kaynaklardan, diğer işletmelerden, ticari organizasyon ve kurumlardan, ticaretle ilgili kamu kuruluşlarından, kütüphane ve çeşitli yayınlardan, internet ve çeşitli veri tabanlarından, sivil toplum kuruluşlarından yararlanarak ulusal sınırların dışında pazar ve müşteri bulabilirler.

3. Müşteri ile Detayların Görüşülmesi: İşletme ihracat ile ilgili tüm detayları bulduğu potansiyel müşteriler ile görüşür. Bu sırada genellikle telefon, faks ve e-posta gibi iletişim araçlarını kullanır.

4. Müşteri ile Anlaşma Sağlanması: Müşteri ile detaylar görüşüldükten sonra uzlaşmaya varıldı ise bu durum mutlaka yazılı bir metne dönüştürülmelidir. Bu da proforma fatura ve/veya bir ihracat sözleşmesidir.

5. Akreditifin Tarafımıza Bildirilmesi: İhracat pazarlamasında başvurulabilecek çeşitli ödeme yöntemleri olmakla beraber eğer hem ihracatçıyı hem ithalatçıyı korumaya yönelik olan akreditif tercih edilmişse, lehe açılan akreditif metni işletmeye ulaşmadan üretime başlanmamalıdır.

6. İhracat için Malların Hazırlanması: İhracata konu malların proforma fatura ya da sözleşmedeki özelliklere tamamen uygun olarak üretildiği aşamadır.

7. İlgili Evrakların Hazırlanması: Malın mülkiyetini temsil eden belgeler, menşei şahadetnamesi, ticari fatura, yabancı dilde çekli listesi ve gereksinim duyulduğunda dolaşım belgeleri düzenlenmelidir.

8. Malların Sevk Aracına Teslimi ve Yüklenmesi: İhracata konu olan ürünler hazırlandıktan sonra işletme eş zamanlı olarak bir taraftan ihracata konu

belgeleri hazırlar diğer taraftan sevkiyat için uluslararası taşıma firmalarının acenteleri ile gerekli görüşmeleri yapar. Bunun sonucunda acente taşınacak ürünle ilgili tüm bilgileri ihracatçıdan ister ve gerekli araç rezervasyonunu yapar. İhracatçı işletme ürünleri taşıyıcı firmaya teslim eder ve ithalatçı ile ihracatçı arasındaki anlaşmada yer alan ödeme şekline bağlı olarak malın mülkiyetini temsil eden belge ithalatçıya ulaştırılır.

9. Gümrüklemenin Yapılması: Bu aşamaya kadar olan işlemler tamamlandıktan sonra gümrükleme aşamasına geçilebilir. Bu süreçte ihtiyaç duyulan belgeler ihracata konu olan malın cinsi, ihracat türü ve ihracat yapılacak ülkeye göre değişebilmektedir. Ancak genel olarak ihtiyaç duyulan belgeler ticari fatura, çeki veya koli listesi, AB veya STA ülkelerine ihracat yapılacaksa dolaşım belgesi (A.TR veya EUR.1) ve gümrük beyannamesidir. Bu belgeler ve gereksinim duyulabilecek diğer belgeler ile ihracatçı ya da onun adına gümrük müşaviri tarafından gümrükleme işleminin yapılması ile sonuç işlemlerine geçilir.

10. Dövizin Türkiye'ye Getirilmesi: İhracat Yönetmeliği'ne ve Türk Kambyo Mevzuatı'na göre belirli süreler içerisinde ihracat bedelinin ülkeye getirilmesi zorunludur. Bunun ispatlanabilmesi için ihracatçının mutlaka Döviz Alım Belgesini temin etmesi gerekir.

11. Sonuç İşlemleri: Genel olarak üç ana başlık altında toplanabilecek olan sonuç işlemleri şunlardır:

- KDV iadelerinin alınması,
- Kullanılmışsa Dâhilde İşleme İzin Belgesiyle (DİİB) ilgili taahhütlerin kapatılması,
- Eğer ihracatla ilgili Eximbank kredilerinden yararlanılmışsa Eximbank'la ilgili taahhütlerin kapatılmasıdır.

Bu süreç içerisindeki işlemlerin pazarlama açısından iki temel özelliği vardır. Bu özellikler, süreç içerisindeki adımların aktif ve pasif nitelikte olmalarıdır. Bunlardan yabancı pazarlardaki müşteriler ile işletmenin dolaysız ilişki içerisinde olduğu faaliyetler (2, 3, 4 ve 5. adımlar) ihracat pazarlamasında aktif nitelikli faaliyetlerdir. Bunun aksine ihracat pazarlamasına konu olan malla ilgili işletme ile

müşteri arasındaki dolaysız ilişkilerin kurulmadığı faaliyetler de pasif nitelikli faaliyetlerdir. Anlaşmaya bağlı tercih edilen ödeme şekli aşaması (5. adım) hem aktif hem de pasif nitelikli faaliyetleri içerir (Canitez, 2007: 165).

2.4. İhracatta Kullanılan Belgeler

İhracat işlemlerinde kullanılan belgeler ihracat şekline, ülkeye, ihraç eşyasının niteliğine göre değişmektedir. Ancak, mevcut uygulamada genellikle aşağıdaki belgeler kullanılmaktadır (Ağaçdelen, 2010: 89-91):

- **Orijinal Fatura:** İşletme tarafından ihraç eşyasının satışına dair düzenlenmiş; tarih, sayı, alıcı adı, adresi, eşyanın cinsi, nevi, niteliği, miktarı, birim fiyatı, toplam fiyatı, ödeme şekli, teslim şekli, taşıma şekli bilgilerini içeren Maliye Bakanlığı onaylı Türkçe faturanın ilgili gümrük idaresine ibrazı zorunludur.
- **Çeki Listesi:** İhraç edilecek eşyanın cins, nevi, niteliği, kap, koli miktarı, cinsi, varsa koli numaraları, net, brüt ve toplam ağırlıkları, kap ölçüleri, paketleme detayları gibi bilgilerin yer aldığı belgedir.
- **İhraç Eşyasının Niteliğine Göre:** Kontrol belgesi, izin belgesi, bitki sağlık sertifikası, borsa tescil beyannamesi ve analiz raporudur.
- **Eşyanın Gönderileceği Ülkeye Göre:** A-TR Dolaşım Belgesi, EUR.1 Dolaşım Sertifikası, Menşe Şehadetnamesi ve Form A belgeleridir.
- **Konşimento:** Taşıyıcı tarafından düzenlenen yük senedi olarak ifade edilen belgenin ibraz edilmesi gereklidir.
- **İmalatçı / Tedarikçi Faturası:** İhraç edilecek mal işletmenin kendi imalatı değilse başka bir ihracatçıdan ya da başka bir işletmeden tedarik edilmiş ise bununla ilgili alış faturasının ibrazı gereklidir.

2.5. İhracatın Önemi

Günümüzde daha ucuz, daha hızlı ve kaliteli üretim yapabilen rekabetçi üreticilerin ortaya çıkmasını sağlayan teknolojiye dünya çapında ulaşılabilmesi dünya ekonomisini etkilemiş ve ekonomi küreselleşmiştir. Piyasada bilgiye ulaşabilme alanlarında yaşanan patlama nedeniyle az gelişmiş ülkeler grubunda olan ülkeler ciddi birer rakip haline gelmişlerdir. Bu piyasada var olmak ve diğer

işletmelerle rekabet edebilmek için işletmelerin ihracata yönelmeleri gerekmektedir (Balantekin, 2006: 15).

İhracat hem ülkeler hem de işletmeler için önemli bir faaliyettir. Ülkeler açısından bakıldığında ihracat ülkelerin kalkınmasına katkı sağlar. Halkın ulusal rekabet algısına şekil verirken döviz rezervlerini ve ülkenin ithalat düzeyini etkiler. Ayrıca toplumsal refahı arttırdığı gibi ülke sanayisinin gelişmesini, verimliliğin artmasını ve yeni iş alanlarının oluşmasını sağlar. Tüketicilerin çok çeşitli mal ve hizmetlere ulaşmasını sağlayan ihracat yaşam kalitesini yükseltir (Lages ve Montgomery, 2004: 1186-1187).

2.5.1. Politik Önemi

Dünyada siyasi sınırların yeniden yapılanması, doğu bloğunun çöküşü, yeni tüketici pazarlarının açılması, ticari blokların kurulması, ticaret anlaşmaları ve Dünya Ticaret Örgütü'nün kuruluşu ihracat için yeni fırsatların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Daha ucuz, daha hızlı ve kaliteli üretim yapabilen rekabetçi ürünlerin ortaya çıkmasını sağlayan teknolojiye dünya genelinde ulaşılabilir olması dünya ekonomisini etkilemiştir ve ekonomi küreselleşmiştir. Daha önceleri az gelişmiş ülkeler grubunda olan ülkeler, dünya haberleşme sistemleri ağına genişlemesi, televizyon, basılı yayın ve elektronik ortam vasıtasıyla bilgiye ulaşabilme alanlarında yaşanan gelişme sayesinde, gelişmiş ekonomilere ciddi birer rakip haline gelmişlerdir (Balantekin, 2006: 2).

Dış ticaret ile birbirinden uzak bölgelerdeki üretici ve tüketiciler ticari faaliyetler aracılığıyla ilişki kurmaktadır. Ticari ilişkiler her şeyden önce toplumlararası karşılıklı bağımlılık ve benzeşme yaratmaktadır. Uluslararası ilişkileri arttırmakta, artan uluslararası ilişkiler de ülkeyi kendi içinde bir dönüşüme zorlamaktadır. Bununla birlikte dış ticaretini başarıyla sürdüren ülkelerin ulusal gelirini ve refahını arttırdığı da gözlenmektedir (Şentürk, 2007: 5).

Uluslararası ticaret; kalıcı ilişkiler, samimiyet, bağlılık kurmak ve etki sahası oluşturmak için oldukça önemlidir. Sanayileşmiş batılı ülkeler ticareti; özellikle kapitalist hayat tarzına karşı olan görüşlerin muhalefetini kırmak için aracı olarak kullanırlar. Devletler ticaretin iki yönü ile yakından ilgilenirler. Bunlardan ilki; gelişmiş ülkelerde yığınların beslenmesi, sağlık ve insanların refahı (yardım

programları ile birlikte) ve diğer yönü ise teknoloji, eğitim, savunma ekipmanları ile enerji kaynaklarıdır (Pirtini ve Melemen, 2004: 4).

2.5.2. Ekonomik Önemi

Ekonomik kalkınmanın önde gelen unsurlarından birisi olan yüksek milli gelire sahip olmanın vazgeçilmez araçlarından bir tanesi sürekli ve istikrarlı büyüyen bir ihracattır. Günümüzün küresel rekabet koşullarında gerek firmaların gerekse ülke ekonomilerinin ayakta kalabilmeleri için en rasyonel yolun ileri pazarlama teknikleri ile üretimin artırılması ve global standartlarda yapılan bu üretimin uluslararası pazarlara ihraç edilmesi olduğu unutulmamalıdır (Cengiz ve Diğ., 2007: 30-31).

Aktürk ve Şenol'a (2010: 376) göre Türkiye için ihracat; ekonomisindeki sorunları aşabilmesi, halkın refah seviyesini artırabilmesi, dünya ticaretinde önemli bir yere gelebilmesi için vazgeçilmez bir olgudur. Ülkemiz için önemli olan ihracata ilişkin son altı yıllık değerler Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2. Yıllara Göre İhracat Değerleri

YILLAR	İHRACAT DEĞERLERİ (DOLAR)
2009	102.142.612.603
2010	113.883.219.184
2011	134.906.868.830
2012	152.461.736.556
2013	151.802.637.087
2014	144.485.293.806

Kaynak: URL 10, 2015

Tablo 2'ye göre Türkiye ihracatı 2009'dan 2012'ye kadar artarak devam ederken 2013 yılında bir önceki yıla göre düşüş gerçekleşmiş, 2014 yılında bu düşüş devam etmiştir. Son altı yıl göz önüne alındığında bir önceki yıla göre en büyük artış 2011'de olmuştur.

İhracat, en kısa anlamı ile yurtdışına mal satmaktır. Satılan malın karşılığı ise dövizdir. İhracat sayesinde ülkeye döviz girişi sağlanarak gelir elde edilmiş olunur. Özellikle ülkemiz gibi cari açık sorunu ile karşı karşıya olan ülkeler için ülkeye giren dövizin önemi büyüktür. Çünkü cari açık finanse edilemediği durumlarda ülke ekonomisi için bir risk oluşturabilmektedir. İhracatın artması dış ticaret dengesinin fazla vermesi açısından önemlidir. Dış ticaret dengesinin fazla vermesi ya da dış ticaret dengesinin verdiği açığın azalması cari açığın azalmasını sağlayarak ülke ekonomisi üzerindeki riskleri azaltmaktadır (Süygün, 2007: 53).

İhracat artışı, döviz girdilerini artırarak dış ödemelerdeki döviz baskısını azaltır. Böylece ithalat kapasitesini genişleterek ülkede bulunmayan ve yerli üretimi artırmada önemli rol oynayan çeşitli girdiler ve sermaye mallarının ithalatının yapılmasına imkân sağlayarak ekonomik büyümede itici rol oynayabilir (Şimşek ve Kadılar: 2010: 121). Ayrıca ülkeler arasındaki ticari faaliyetlerin yaygınlık kazanması, bir yandan temel ihtiyaçların daha etkili ve yeterli bir şekilde karşılanmasını sağlayarak refah düzeyini yükseltmekte, diğer yandan uluslararası barışın ve ilerlemenin başlıca kaynağını oluşturmaktadır (Öztürk, 2009: 1).

Başarılı bir ihracatın sadece ihracatçı işletmeye değil onun müşterilerine de yararı olur. Örneğin, ihracatçı tarafından büyük ölçekli üretim yapılması işletmenin rekabet gücünü artıran ortalama üretim maliyetinin düşmesini sağlar. Sonuç olarak ölçek ekonomisi de ortalama üretim maliyetlerinin azalmasının bir sonucu olarak düşük perakende fiyatları ile tüketicilere faydalı olur (Gnepa, 2001: 50).

2.5.3. İşletmeler İçin Önemi

İşletmeler açısından bakıldığında ihracat; işletmelere ölçek ekonomisinden yararlanma fırsatı sağlar. İşletme daha fazla ve daha etkili üretim yapar. Hem ülkesinde hem yurtdışında daha düşük maliyetle daha yüksek kâr elde edebilir. Pazar çeşitlendirmesi sayesinde belli bir pazara bağımlı olmaktansa farklı pazarlara hitap ederek avantaj sağlar. Uluslararası deneyimini kullanan işletme yerel pazarda daha iyi rekabet edebilir. Ayrıca işletme yabancı pazardaki rekabet sırasında öğrendikleri ile yeni pazarlara franchising, ortak girişim veya doğrudan yatırım gibi faaliyetlerle yönelebilir (Czinkota, 1994: 91). İhracat, işletmelere yerel yapıdan ayrılarak önce

ulusal daha sonra da global normda düşünme ve üretim yapmayı zorunlu kılan normları kazandırmaktadır (Aktürk ve Şenol, 2010: 376).

İhracatın işletmelere doğrudan sağladığı faydaları Onur (2012: 5) aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- İhracat, işletmenin pazar payını genişletme, satışlarını ve kârlılığını artırma fırsatını verir.
- Eğer işletme iç pazarda kapasitesini tam kullanamıyor ise üretimini artırma ve birim maliyetlerini düşürme imkânı elde eder.
- İşletmenin iç pazara olan bağımlılığı azalır, iç pazardaki durgunluğu telafi etme imkânı sağlanır.
- İşletme dış pazarlara girerek, iç pazardaki rekabeti yayma, riski dağıtma imkânına kavuşur.
- İşletmenin iç pazarda denenmiş ve test edilmiş ürünleri ihraç ederek dış pazara girmesi, pazar araştırması maliyetini azaltır.
- Uluslararası pazarlarda yaşanan yoğun rekabet, ihracatçıları, ürünlerini pazarın ihtiyaçlarına göre uyarlamak için teşvik eder, böylece teknolojik "know-how" düzeyinde gelişme sağlanır.
- İşletme mevsimsel satışlardaki dalgalanmaların olumsuz etkisini azaltır.
- İşletmeye düzenli para akışı ve yeterli işletme sermayesi sağlanır.
- İşletme ürünlerinin yaşam süresi uzar.
- İşletme kendisini ve markasını diğer pazarlara tanıttıkça tüm pazarlarda rekabet etme gücü artar.

İhracat; işletmelerin yurtiçi pazarlarda karşılaştığı olumsuz ortamdan kurtulmaları için bir alternatif olabilir. İç pazarın doyum noktasına ulaşması, talep yetersizliği ve artan yoğun rekabet gibi durumlarda işletmeler dış pazarlara açılarak hem satışlardaki istikrarsızlığı azaltabilir hem de riskin dağılmasını sağlayabilirler.

Fakat bu tür bir strateji de ancak yeterli kaynak varsa gerçekleştirilir (Armağan, 2013: 132).

2.5.4. Sosyal Önemi

Uluslararası ticaret gelişmiş ülkelerden, daha az gelişmiş ülkelere deneyimlerin, hizmetlerin ve ürünlerin süreçlerinde değişimi getirir. Az gelişmiş ülkelerin vatandaşlarının yaşam, sağlık ve eğitim standartlarında iyileşme sağlar. Karşılıklı olarak hem ülkelerin hem de insanların gelişmesinde büyük rol oynar (Pirtini ve Melemen, 2004: 5).

Dış ticaret, ülkelerin belirli malların üretiminde uzmanlaşmasını sağlayarak, öğrenmeyi ve ürün hakkında yeni buluşları hızlandırmakta; ülkelere ölçek ekonomilerinden faydalanma imkânı vermekte, ayrıca dünya üretim kaynakları, işgücü ve zamanın da etkin kullanımını sağlamaktadır. Bununla birlikte dış ticaret, küresel pazarlarda alıcı ve satıcıların en iyiyi aramalarına da imkân tanımaktadır (Bayat, 2011: 571).

Dış ticaret yarattığı dinamik etkiler nedeniyle kalkınma üzerinde etkili olur. Ülkeler birbirlerine yaklaşır ve farklı ülkelerdeki tüketiciler diğerlerinin davranışlarından, yaşam tarzlarından, ihtiyaçlarından ve kullandıkları mallardan haberdar olurlar. Böylece yeni ihtiyaçlar doğar, farklı kalitede mallar talep edilir ve ekonomik yapılanmada değişiklikler olur. Tüm bunlar ekonomiye dinamizm kazandırır, kaynakların daha iyi kullanılmasına ve tüketici refahının yükselmesine katkıda bulunur (Öztürk, 2009: 123).

2.6. İhracat Sürecinde Görev Alan Kuruluşlar

Türkiye’de gerek ihracatçı gerekse ihracat yapmak isteyen firmalar aşağıda belirtilen kurum ve kuruluşların bir kısmı ile dolaylı bir kısmı ile dolaysız olarak ilişki kurmaktadır (Yılmaz ve Özken, 2013: 41):

2.6.1. Ekonomi Bakanlığı

Dış ticaretten sorumlu bakana bağlı olarak oluşturulan Dış Ticaret Müsteşarlığı olarak bilinen kurum 2011’de Ekonomi Bakanlığı olarak değiştirilmiştir. İşletmelerin özellikle ihracat işlemleri aşamasında; Dâhilde İşleme İzin Belgeleri, Hariçte İşleme İzin Belgeleri, Standart Kontrol Belgeleri, Yurtdışı

Müteahhitlik ve Teknik Müşavirlik İşlemleri, Serbest Bölgelerde faaliyet işlemleri ve ihracattaki birçok teşvikten faydalanabilmek için Ekonomi Bakanlığı ve bağlı birimlerine başvuru yapması gerekmektedir.

2.6.2. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

Gümrük Müsteşarlığı doğrudan Başbakanlığa bağlı bir birim olarak ülkemizde görev yapmaktadır. Gümrük Müsteşarlığı'nın ana hizmet birimlerinin yanı sıra 18 ayrı ilde konuşlandırılmış Taşra Teşkilatı olarak geçen Başmüdürlükleri ve bunlara bağlı Gümrük Müdürlükleri mevcuttur.

2.6.3. Türk Eximbank

1987'de Bakanlar Kurulu kararı ile Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş./Türk Eximbank kurulmuştur. İhracatın geliştirilmesini amaçlayan Türk Eximbank ihracattan doğacak alacak haklarının sigorta ve garanti edilmesi hizmetini vermekte, ayrıca ihracatçılara finansman konusunda da destek sağlamaktadır.

2.6.4. Ticaret ve Sanayi Odaları

Türkiye'deki tüm üretim ve ticari işlemleri yapan firmaların kuruluş aşamasında ticaret ve sanayi odalarına üye olmaları zorunludur. İhracat firmaları ile ilgili olarak da bu kuruluşlar ATR Belgesi, EUR.1 Belgesi, Menşe Şehadetnamesi, Form A, Borsa Tescil Beyannamesi, Ata Karnesi ve Kapasite Raporu belgelerinin onayını yaparlar.

2.6.5. TİM (Türkiye İhracatçılar Meclisi)

Türkiye İhracatçılar Meclisi bölgesel ve sektörel bazda faaliyet gösteren 60 İhracatçı Birliğini ve bu birlikler çerçevesinde 26 ihracatçı sektörü, ihracatçılara ve İhracatçı Birlikleri'ne hizmet veren 13 Genel Sekreterliği ulusal ve uluslararası düzeyde temsil eden bir üst kuruluştur.

2.6.6. İhracatçı Birlikleri

İhracatçı sıfatına sahip olmanın en önemli koşullarından biri ihraç edilecek ürünle ilgili olan ihracatçı birliğine üye olmaktır. İhracatçı Birlikleri'nin ihracatçı firmalar için bir diğer önemi ise; üzerinde ilgili ihracatçılar birliğinin onayı olmayan gümrük beyannameleri gümrük idarelerince işleme konulmamaktadır.

2.6.7. Hazine Müsteşarlığı

Hazine Müsteşarlığı'nın ihracatçıyı ilgilendiren birimi ana hizmet birimlerinden biri olan Banka ve Kambiyo Genel Müdürlüğü'dür.

2.6.8. Bankalar

İhracatçı hangi ödeme yöntemini belirlerse belirlesin ihracat sürecinde mutlaka bir banka ile çalışması gerekmektedir. İhraç edilen malın bedelinin ithalatçı ülkeden ihracatçıya transferinden tutun da akreditifli ödemeye kadar ihracatçı firmalar bankalarla çalışırlar.

2.6.9. Diğer Kurumlar

İhracatçı gümrüklerde eşyanın gümrükleme işlemlerini eğer dolaylı temsil yoluyla yaptıracaksa mutlaka bir gümrük müşavirlik şirketiyle anlaşmalıdır. İhracat sürecinde eşyanın taşınması esnasında riski eğer ihracatçı üstlenmişse, ihracatçı sigorta firmaları ile çalışarak eşyanın gönderimi sırasında sigortalanmasını sağlamalıdır. Ayrıca ihracatçı malını ithalatçıya gönderirken uluslararası nakliye firmaları ile çalışacaktır.

2.7. İşletmeleri İhracata Yönelten Unsurlar ve İşletmelerin İhracata Katılma Düzeyleri

İşletmeleri ihracat yapma konusunda güdüleyen çeşitli faktörler söz konusudur. Bunlar proaktif ve reaktif olarak sınıflandırılmışlardır. İşletmeleri ihracat ya da diğer uluslararasılaşma konusunda harekete geçiren güduları proaktif ya da reaktif şeklinde incelemenin temel nedeni proaktif işletmelerin istedikleri için uluslararasılaşırken reaktif işletmelerin zorunlu oldukları için uluslararasılaşma kararı vermesidir (Öztürk, 2006: 25-26).

Czinkota ve Ronkainen (2007: 283) proaktif güduları kâr avantajı, benzersiz ürün, teknolojik avantaj, bilgi, ölçek ekonomisi ve pazar büyüklüğü; reaktif güduları rekabetçi baskı, fazla üretim, yerel satışların düşmesi, fazla kapasite, yerel pazarın doyması, müşteri ile limanların yakınlığı olarak sınıflandırmışlardır.

Leonidou (1995: 45) tarafından farklı çalışmaların sonuçlarına dayanılarak belirlenen ihracatı güdüleyen faktörler içsellik ve dışsallık boyutları da eklenerek aşağıdaki gibi dört grupta incelenmiştir:

- **İçsel-Proaktif Güdüler:** Ölçek ekonomisine ulaşma, yönetimin özel ilgi ve isteğinin olması, eşsiz özellikteki ürünlere sahip olma, özel bir rekabet üstünlüğünü elinde bulundurma, fazladan satış ve kâr potansiyeli, işletmenin büyümeye ihtiyaç duyması.
- **İçsel-Reaktif Güdüler:** Mevsimlik bir ürünün satışını diğer mevsimlere yayma, atıl yönetim kapasitesinden yararlanma, yerel satış ve kârlılıkta düşüş, yerel işlere bağımlılığı azaltmak.
- **Dışsal-Proaktif Güdüler:** Dış kurumların teşvik etmesi, çekici yabancı fırsatların tanımlanması, yabancı pazarlarla ilgili bilgi, ihracata yönelik devlet yardımları ve teşvikleri, fuarlara katıldıktan sonraki anlaşmalar.
- **Dışsal-Reaktif Güdüler:** Yerel rakiplerin ihracata başlaması, yerel pazardaki rekabete yönelik baskılar, uygun döviz kurları, yerel pazarın doyması, istenilmediği halde yurtdışından sipariş alınması.

İşletmeler ihracata yönelik kendilerini güdüleyen bu faktörlere bağlı olarak farklı düzeylerde ihracat yapmaktadırlar. Leonidou ve diğerlerinin (2004: 548) yaptığı çalışmaya göre yönetimin kararlarına, organizasyonel kaynaklara, bilgi sahibi olmaya, teşvik edici unsurlara, engelleyici faktörlere, pazar genişlemesine ve pazarlama stratejisine bağlı olarak işletmelerin ihracata katılma dereceleri farklılaşmaktadır. Buna göre işletmeleri üç ana grupta sınıflandırmak mümkündür:

- **Deneme aşamasındaki ihracatçılar:** Sınırlı düzeyde ihracat yapan işletmeler, psikolojik olarak kendi pazarına yakın pazarlara satış yapan işletmeler.
- **Deneyimli ihracatçılar:** Belli bir süredir ihracat yapan işletmeler, psikolojik olarak daha uzak ülkelere satış yapan işletmeler, iyi bir ihracat potansiyeline sahip işletmeler.
- **Bağımlı ihracatçılar:** Yabancı pazarlarda uzun süreden beri olan, ihracatı yerel pazar ile eş değer ya da daha üstün gören işletmeler.

2.8. İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar

İşletmeler ihracat sürecinde çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. İhracatın önündeki bu engeller, iç ve dış olarak sınıflandırılabilir. İşletmelerin

ihracatta karşılaştıkları iç sorunlar işletmeye özgüdürler. Bunlar yetersiz üretim kapasitesi gibi genellikle işletmelerin mevcut organizasyonel kaynakları ve ihracat pazarlamasına yaklaşımları ile ilgilidir. İşletmelerin ihracatta karşılaştıkları dış sorunlar ise dalgalı döviz kurları gibi faaliyette bulundukları ortamdan kaynaklanmaktadır. Ayrıca ihracatta karşılaşılan sorunlar yetersiz devlet desteği gibi ülke içinde ve yabancı pazarlardaki yoğun rekabet gibi ülke dışında karşılaşılan sorunlar olarak da sınıflandırılabilir (Leonidou, 1995: 32).

Katsikeas ve Morgan (1994: 18-20) yaptıkları literatür incelemesi sonucu işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunları dört grupta ele almışlardır. Bunlar aşağıdaki gibidir:

1. **Dış Sorunlar:** Birçok araştırmacı işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunların önemli bir bölümünün dış ortamdan kaynaklandığını kabul etmektedirler. Para devalüasyonu, kamu kurumlarındaki bürokrasi, yetersiz devlet desteği, ulusal ihracat teşvik programlarının etkin olmaması gibi örnekleri olan makro düzeydeki dış sorunlar uluslararası rekabet ortamı ile beraber daha da karmaşık bir hale gelebilir.
2. **Operasyonel Sorunlar:** Bu gruptaki sorunlar daha çok mikro düzeydeki ihracat faaliyetleri ile ilgilidir. İhracat belge sürecindeki karmaşık gereksinimler, distribütörlerin ödemeleri geciktirmesi, ürünlerin yurtdışına taşınmasındaki yüksek maliyetler gibi lojistik kısıtlamalar operasyonel sorunlara örnek verilebilir.
3. **İç Sorunlar:** İhracatçının işletmesi içinde doğrudan kontrolü altında olan sorunlardır. Ürün ile ilgili olan iç sorun olarak ithalatçının kalite standartlarına uygun paketleme ve ihracat pazarına uygun tasarım örnek olarak verilebilir. Ayrıca işletmedeki ihracat departmanının yetersiz olması, nitelikli ihracat elemanı eksikliği, ihracatı kendi işletme bünyesinde finanse edememe, karar verici konumundakilerin yurtdışı pazarlar hakkında yetersiz bilgi sahibi olması gibi işletmelerin ihracatta karşılaştıkları iç sorunlar mevcuttur.
4. **Bilgiye Dayalı Sorunlar:** İşletme; ilgili, doğru ve zamanında bilgiyi etkin bir şekilde kullanırsa ihracatta karşılaştığı sorunların çoğuna karşılık verebilir.

İhracat pazar stratejisinin oluşturulmasının temel taşı ihracat pazar araştırmasıdır. Bu nedenle ihracat pazar araştırmasında yapılan bir eksiklik karar vericilerin pazarlama karmasında önemli zorluklarla karşılaşmasına neden olur. İşletmelerin ihracatta bilgiye dayalı karşılaştıkları sorun olarak uygun distribütörlere ilişkin bilgiye ulaşamamaları örnek olarak verilebilir. Sadece bu bilginin elde edilmesi değil sonrasında bu bilginin müşterilere iletilmesinde de işletme sorun yaşayabilmektedir. Bunlarında işletmenin ihracat pazarlarındaki tanıtım çabalarına olumsuz etkileri olur.

Ay ve Talaşlı'nın (2007: 179) çalışmasında KOBİ'lerin ulusal düzeydeki sorunları; finansman sorunları, bilgi yetersizliği, bürokratik sorunlar, pazar sorunları, destek yetersizliği ve kota sorunları olarak belirtilmiştir.

İngiltere ve İrlanda'da el sanatları ile ilgili faaliyet gösteren işletmelerin ihracat yapmama nedenlerini araştıran Fillis (2002: 917) bu nedenleri işletme ve yönetim ile ilgili olanlar ve dış nedenler olarak belirlemiştir. İşletme ve yönetim ile ilgili nedenler; yetersiz üretim kapasitesine sahip olmaları, ihracat yapamayacak kadar küçük olmaları, yeni pazarları araştırmak için yeterli zamanlarının olmaması, pazarlama bilgilerinin eksik olması, finansal kaynaklarının az olması, ihracat için gerekli motivasyona sahip olmamaları, nitelikli elemana ve iş tecrübesine sahip olmamaları, ihracatı riskli bulmaları, kültürel farklılıkları araştırmaya zaman ayıramamaları, yeni pazarları keşfetmeye isteksiz olmaları ve yurtdışına seyahat etmemiş olmalarıdır. Dış nedenler ise yerel pazarı yeterli bulmaları, ihracat tekliflerinin azlığı, ihracat dokümantasyon sürecini karmaşık bulmaları, yetersiz devlet desteği, yurtdışı dağıtım kanallarının az oluşu, müşterilerle iletişimde zorluk yaşamaları ve artan rekabettir.

Erzurum Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren KOBİ'lere yönelik yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre bu işletmelerin ihracat sorunları önem sıralamasına göre mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engeller, ekonomik istikrarsızlık, dış talep yetersizliği, finansman yetersizliği, dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği ve nitelikli personel eksikliği şeklindedir (Keskin ve Diğ., 2009: 287).

Karagöz'e (2008: 91) göre ihracata yönelmiş işletmelerin ihracatlarını geliştirme kapsamında karşılaştıkları başlıca sorunlar arasında kalite kontrolü ve

standardizasyon bulunmaktadır. Ayrıca fiyat maliyet ilişkisini doğru kuramamaları da bir sorun kaynağıdır. Temelde, ihracatta kronik sorunlar, ihracat pazarlaması yönetimi düşüncesinin ve yaklaşımının uygulanamamasından kaynaklanmaktadır.

2.9. İşletmelerin İhracat Faaliyetlerinde Ticaret ve Sanayi Odalarının Rolü

İşletmelerin ihracat faaliyetlerinde, ticaret ve sanayi odaları ticari bilgi sağlamaları açısından önem taşırlar. Örneğin, hedef pazarı belli olan işletme, dünya çapındaki ticaret ve sanayi odalarının adreslerine ve internet sitelerine <http://chamberdirectory.worldchambers.com/> adresinden ulaşabilir (Koç, 2011: 146) ve hedef pazarındaki TSO ile iletişime geçerek üyeleri ile ilgili sağlam bilgilere ulaşabilir.

Gelişmekte olan ülkeler grubunda yer alan Türkiye, yaklaşık 30 yıldır dışa açık büyüme modelini uygulamaya çalışmaktadır. Dışa açık büyüme modeli ve küreselleşmenin gereği olarak ihracatın önemi her geçen gün artmaktadır (Aktürk ve Şenol, 2010: 376). Bu nedenle gerek kamu kurumları gerekse işletmeler üstlendikleri sorumluluğun bilincinde olmalı ve sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirmelidirler.

Ticaret odaları, kamu kuruluşları ve diğer işletme birlikleri yerel firmalarla iletişim kurarak, onların uluslararası pazarlara ilgisini artırabilirler (Öztürk, 2006: 33). Uluslararasılaşmada aracı olan önemli bir uzman kurum olarak nitelendirilebilecek ticaret odalarının sorumlulukları arasında ihracat ve ithalatın teşvik edilmesi vardır. Firmaları bireysel olarak uluslararası pazara dahil etmek için çeşitli motivasyon araçları kullanırlar. Bu teşvikler; ihracatçı veya ithalatçının pazarla temas kurmasını sağlamak, firmalara dış pazar bilgisi sunmak, ithalatçı veya ihracatçı firma için uluslararası pazarlama faaliyetlerini finanse edebilecek finansal kurumlara referans vermek şeklinde olabilir (Altınbaşak ve Diğ., 2008: 47). Örneğin; Amerika Birleşik Devletleri Ticaret Odası; iş sahaları açarak, uluslararası ticareti arttırarak, ihracatın yasal olmasını sağlayarak, Avrupa Birliği, Kanada, Meksika ve diğer yeni ve eski ticari partnerlerle olan ticari fırsatları arttırarak üyelerinin küresel pazarda rekabet edebilme yeteneğini geliştirir (Van Fleet, 1992: 18).

İhracata yönelik devlet yardımlarından "Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi" (Ersan, 2012: 73) ve "Uluslararası Rekabetçiliğin

Geliştirilmesinin Desteklenmesi" (Ersan, 2012: 116) 'nde işbirliği kuruluşlarından biri ticaret ve sanayi odalarıdır.

Uluslararasılaşma sürecinin başlamamasında etkili olan faktörleri içsel faktörler ve dışsal faktörler olarak ayıran Ölmez (2006: 16) içsel faktörleri; deneyimsizlik, kültür farklılığı, risk algılamalarındaki farklılıklar, kapasite problemi ve dağıtım kanalları sorunları olarak dışsal faktörleri de coğrafi mesafe, yeterli dış talebin olmaması ve uluslararası ticaretin önündeki engeller olarak belirtmiştir. Uluslararasılaşma sürecinin sona ermesinde etkili olan faktörleri de finansal kayıplar, deneyimsizlik, küçük ölçekli olmanın getirdiği zorluklar, gerekli stratejik planın yapılmamış olması, yerel paranın değerlendirilmesi, kültürel farklılıklar, vergi ve ticari anlaşmalardaki olumsuz değişiklikler ve iç pazarın daha kârlı bir konuma gelmesi şeklinde sıralamıştır. İşletmelerin uluslararasılaşma öykülerini öğrenmek adına 9 işletme ile yapılan görüşmelerden çıkan sonuçlardan biri firmaları, uluslararasılaşma fırsatları hakkında bilgilendirecek, farkındalık sağlayacak, "biz de yapabiliriz" algısı yaratabilecek dış değişim kurumlarının gerekli olduğudur (Öztürk, 2006: 164).

Değişim kurumları işletmelerin uygulamalarında farklılık başlatan ve bu farklılıkları uygulamaya geçiren kişi ya da olgulardır. Uluslararasılaşma sürecinde yer alan değişim kurumları şu şekildedir (Czinkota ve Ronkainen, 2007: 285):

İçsel Değişim Kurumları:

- Açık görüşlü yönetim
- Yeni yönetim
- Önemli içsel olaylar

Dışsal Değişim Kurumları:

- Talep
- Diğer işletmeler
- Yerel distribütörler
- Bankalar

- Ticaret odaları
- Hükümetin faaliyetleri
- İhracat aracıları

İhracat pazarlama bilgi kaynaklarından kurumsal kaynakları ikiye ayıran Aykol (2009: 84) bunlardan devlet kaynaklarını; bakanlıklar, büyükelçilikler, sanayi ve ticaret odaları, sanayi ve ticaret birlikleri, ihracatı geliştirme organizasyonları olarak ve diğer kurumsal kaynakları da bankalar, finansal kurumlar, üniversiteler, yüksekokullar, pazarlama ajansları, kütüphaneler gibi kurumlar olarak belirtmiştir.

Köksal (2008: 423) ihracat bilgi kaynakları üzerine 102 işletme üzerinde yaptığı araştırmada bilgi kaynaklarını dışsal, içsel ve diğer kaynaklar olarak gruplandırmıştır. İhracat bilgi kaynaklarında internet, aracılar ile iletişim vb. faktörleri kapsayan içsel kaynakların en çok tercih edilenler olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak belirtilen çalışmada içsel kaynaklardan sonraki sırayı dışsal kaynaklar almaktadır ve bunlar içinde ilk sırada da ticaret ve sanayi odaları vardır.

Ticaret ve sanayi odaları; ticaret ve sanayi kesimini ilgilendiren her türlü bilgi ve haberi derleyerek ilgililere ulaştırırken bu faaliyetlerini yurt dışından yurt içine, yurt içinden yurt dışına yönelik olarak yürüttüğünde ihracat ve ithalata yardımcı kuruluş olma özelliğini kazanmaktadır (Kutlu, 2011: 188).

5174 sayılı Kanun'un 12. maddesine göre odaların çeşitli görevleri vardır. Bunlardan özellikle ihracatla ilgili olanları şunlardır:

- Ticaret ve sanayiye ilgilendiren bilgi ve haberleri derleyerek ilgililere ulaştırmak, ilgili kanunlar çerçevesinde resmî makamlarca istenecek bilgileri vermek ve özellikle üyelerinin mesleklerini icrada ihtiyaç duyabilecekleri her çeşit bilgiyi, başvuruları durumunda kendilerine vermek veya bunların elde edilmesini kolaylaştırmak, elektronik ticaret ve internet ağları konusunda üyelerine yol gösterecek girişimlerde bulunmak, bu konularda gerekli alt yapıyı kurmak ve işletmek,

- 26. maddedeki belgeleri düzenlemek ve onaylamak, (Tır karneleri, ATA, A.TR ve EUR.1 dolaşım belgeleri, menşe şahadetnamesi dâhil olmak üzere diğer belgeler.)
- Yurtiçi ve yurtdışı fuar ve sergilere katılmak,
- Ticaret mallarının niteliklerinin belirlenmesine yönelik laboratuvarlar kurmak veya bunlara iştirak etmek, uluslararası kalibrasyon, test ölçme laboratuvarı kurmak veya iştirak etmek, belgelendirme hizmetleri sunmak,
- Milli Eğitim Bakanlığı'nın izin ve denetiminde ticaret, denizcilik ve sanayi ile ilgili kursları açmak, açılan kurslara yardımda bulunmak, yurt içinde ve dışında ihtiyaç duyulan alanlar için öğrenci okutmak ve stajyer bulundurmak; meslekî ve teknik eğitim ve öğretimi geliştirme ve yönlendirme çalışmaları yapmak, kendi üyelerinin işyerleriyle sınırlı olmak üzere, 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanunu kapsamına alınmamış meslek dallarında bu uygulamaya ilişkin belgeleri düzenlemek,
- İlgililerin talebi halinde, ticarî ve sınaî ihtilaflarda hakem olmak, tahkim kurulları oluşturmak,
- Açılmış veya açılacak olan sergiler, panayırlar, umumi mağazalar, depolar, müzeler ve kütüphanelere katılmak,
- Yetkili bakanlıkça uygun görülen alanlarda sanayi siteleri, endüstri bölgeleri, organize sanayi bölgeleri, teknoloji geliştirme bölgeleri, teknoparklar, teknoloji merkezleri kurmak ve yönetmek; 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu çerçevesinde serbest bölge kurucu ve işleticisi veya işleticisi olmak, antrepo işletmek ve fuar alanları, kongre merkezleri ile ticaret merkezleri kurmak, işletmek veya kurulmuş olanlara iştirak etmektir.

BÖLÜM III

İŞLETMELERİN İHRACATA YÖNELİK FAALİYETLERİNDE BİR MESLEK KURULUŞU OLARAK TİCARET VE SANAYİ ODALARINDAN DUYDUKLARI MEMNUNİYETİN VE BEKLENTİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın konusu; işletmelerin ihracata yönelik faaliyetlerinde bir meslek kuruluşu olarak ticaret ve sanayi odalarından duydukları memnuniyetin ve beklentilerinin incelenmesini içermektedir.

Türkiye’de de birçok ülkede olduğu gibi belirli mesleklerin ve faaliyetlerin yapılabilmesi için kanunla kurulan meslek kuruluşlarına üye olmak zorunludur. Toplum nezdinde bu kuruluşların birer sivil toplum kuruluşu olduğu kanısı yaygındır. Ancak, kamu kurumu niteliği taşıdıkları Anayasa’da açıkça belirtilen Meslek Kuruluşları adı altında oda, baro ve birlikler bulunmaktadır.

İşletmelerin ihracat pazarlamasına yönelik davranışlarını analiz eden pek çok çalışma yapılmıştır. Dünya ekonomisinin gittikçe daha çok uluslararasılaşması ve ihracattaki artışın, bir toplumun faydasına olduğu görüşü, bu alandaki araştırmalara ilgiyi artırmıştır. Pek çok ülkede ihracatı artıracak yolları bulmak genel bir amaç haline gelmiştir. İhracat artışı, ya ihracat yapan firmaları daha çok ihraç etmeye teşvik ederek ya da ihracat yapmayan firmaları ihracata teşvik ederek başarılabılır (Öztürk: 2006: 25). Bu nedenle ihracat yapan ya da ihracatla yeni tanışacak firmalara hizmet sunan çeşitli kurum ve kuruluşlara (Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatçı Birlikleri, İGEME, Ticaret ve Sanayi Odaları, Eximbank vb.) büyük görev düşmektedir. Bunlardan ticaret ve sanayi odaları 5174 Sayılı kanun ile kurulmuş kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarıdır. Ticaret ve sanayi odalarının web sayfaları ve duyuruları incelendiğinde ihracatta kullanılan belgelerin temini ve onayı dışında, ihracat yapan üyelerine çeşitli yollarla destek olmaya çalıştıkları görülmektedir. (Eğitim, seminer, yurt dışı pazarlar hakkında bilgi vb.) Ticaret ve sanayi odalarının ihracat yapan üye işletmelerine sunduklarını belirttikleri bu tarz hizmetlerin üyeleri tarafından algılanma düzeyi önemli bir konudur.

Ayrıca, ticaret ve sanayi odaları yasal zorunluluktan dolayı üye olunan örgütler olmanın ötesinde küreselleşen ekonomik düzende sunduğu ve sunacağı hizmetler ile işletmelerin gönüllü üye olmak isteyebilecekleri kuruluşlar haline gelebilir. Bunun için kamu tüzel kişiliğine sahip bir meslek kuruluşu olan ticaret ve sanayi odalarının, üyesi olan işletmelerin ihtiyaçlarını görmesi ve hizmetlerinde gerekli düzenlemeleri yapması gerekmektedir. Çalışmanın sonunda elde edilen veriler ile başta Eskişehir Ticaret Odası ve Konya Ticaret Odası olmak üzere tüm ticaret ve sanayi odalarının ihracat yapan üyelerinin beklentileri ve memnuniyet düzeyleri konusunda fikir sahibi olması amaçlanmaktadır.

TOBB'un 181 Ticaret ve Sanayi Odası, 113 Ticaret Borsası, 57 Ticaret Odası, 12 Sanayi Odası, 2 Deniz Ticaret Odası olmak üzere toplam 365 üyesi bulunmaktadır. Bunlara 1 milyon 200 binin üzerinde firma kayıtlı bulunmaktadır. Bu araştırmanın saha çalışması da bu odalardan Eskişehir Ticaret Odası'nın ve Konya Ticaret Odası'nın ihracat yapan üyeleri ile gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırma Konusunun Geçmişi

Üskül (1974: 2) yaptığı çalışmada Türk kamu yönetimi sisteminin bir parçası olan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve bunların içinden ticaret ve sanayi odalarının o tarihe kadar inceleme konusu olarak ele alınmadığını belirtmiştir. O tarihten sonra ise Türkiye'deki kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve özellikle bunlardan biri olan ticaret ve sanayi odalarının hizmetlerine yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır.

Odyakmaz (1993) "Ticaret ve Sanayi Odalarının Sosyo-Ekonomik Yapıdaki Roller-AT Örneği" adlı çalışmasında ticaret ve sanayi odalarının çeşitli ölçü ve biçimlerde sahip olduğu enformasyon teknolojisi ile Avrupa Topluluğu geneline yayılmış bölgesel ve merkezi yerleşimleri ve tüm sektörleri içeren üye potansiyeli ile Avrupa Topluluğunun ekonomi ve sanayi politikasını destekleyici çalışmalar sürdürmekte olduğunu belirtmiştir.

Bakdur (1996) "Tüketicinin Korunması ve Türkiye'de Ticaret ve Sanayi Odalarının Rolü" adlı çalışmasında tüketicilerin korunmasında ticaret ve sanayi odalarına ne gibi görevler düştüğünü araştırmış ve elde ettiği sonuçlara göre bütün ticaret ve sanayi odalarının Riayet-i Mecburi Mesleki Kararlarının olduğunu, tüketici

şikâyet masalarının olduğunu ve gelen şikâyetlerde çözüme kavuşturma oranının yüksek okluğunu, ayrıca Tüketiciyi Koruma Hakkındaki Kanunu kitapçık haline getirerek halka ücretsiz olarak dağıttıklarını, mahalli ve yerel basında programlar ve yazılarla tüketiciyi aydınlattıklarını ortaya çıkarmıştır.

Bilgin (1997) "Bir Meslek Kuruluşu Olarak Ticaret ve Sanayi Odaları ve Tüketicinin Korunmasındaki Roller" adlı çalışmasında ticaret ve sanayi odalarının tüketicinin korunmasındaki yerini araştırmıştır.

Dalgıç (1997) "Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarının Yerel Siyasete Etkileri", başlıklı çalışmasında meslek odalarının üyelerinin ilgili oldukları konularda yetkin olduklarını ve yerel yönetim karar organlarında bulunan oda üyelerinin görev ikiliği yaşadıklarını ele almıştır.

Bennett (1998) gönüllü yerel işletme birliklerinin üyeliği hakkında açıklama yaptığı çalışmada Ticaret Odası üyeliğinin boyutunu ve pazara nüfuz etme derinliğini belirtmek üzere analitik bir model sunmaktadır. Çalışmasında örnek olarak da özel hukukun büyük ölçüde gönüllü bir sistemi olan İngiliz Ticaret Odalarını ele almıştır.

Britanya’da ticaret odalarının kamu hukuku statüsünde olmasının gerekli olup olmadığını araştıran Fallon ve Brown (2000) Birleşik Krallık, Fransa ve Almanya’dan çeşitli ticaret odalarını değişik açılardan karşılaştırmışlardır. Yaptıkları bu karşılaştırma sonunda ticaret odalarının kamu hukuku veya özel hukuk statüsünde olmalarının, zorunlu ve gönüllü üyeliğin, zorunlu ve gönüllü olarak ödenen aidatların katılımcılar açısından olumlu ve olumsuz yanlarını ortaya çıkarmışlardır. Buna göre hukuki statü ile misyon ve gerçekleştirilen faaliyetler açısından her üç ülke ticaret odalarının güçlü ve zayıf oldukları yönlerin tartışılabilir olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Üyelik, aidat ve yapı bakımından araştırmaya dâhil edilen Birleşik Krallık ticaret odalarının zayıf, Fransa ve Almanya ticaret odalarının güçlü olduğu belirlenmiştir.

Dawley ve diğerleri (2005) ticaret odalarının gönüllü yönetim kurulu üyelerinin örgütsel bağlılık boyutlarını araştırmışlardır. Düşük alternatiflere dayalı kuralcı, duygusal ve sürekli bağlılığın gönüllü çalışanlar için üç farklı uygulanabilir

kavram olduğunu göstermişlerdir. Ayrıca, bu bileşenlerin yönetim kurulu üyelerinin rolleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Okur (2008) "Meslek Kuruluşlarının Görevleri ve Kamu Düzeninin Korunmasına Katkıları" başlıklı çalışmasında Ankara Ticaret Odası ve Hakkâri Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin görüşleri doğrultusunda yaptığı araştırma sonucunda meslek kuruluşlarının kamu düzeninin korunmasına önemli katkıların olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Muñoz-Cañavate ve Hípola (2008); İspanya'daki ticaret odalarının iş adamlarının ilgisini çekebilecek alanlarda nasıl bir bilgi sistemi oluşturduğunu anlattıkları çalışmalarında erişilmeye çalışılan bilgiye bağlı olarak ücretsiz ya da ücret karşılığı olan bu hizmetlerin internetten erişilebilen modern bir bilgi sistemi ile desteklendiğini belirtmişlerdir.

Bulunmaz (2011) "Ticaret ve Sanayi Odalarının (TSO) Gerçekleştirdikleri Faaliyetlere İlişkin Paydaş Algılamaları: Bir Alan Araştırması" adlı çalışmasında ticaret ve sanayi odalarının görevlerini hangi etkinlik düzeyinde yerine getirdiklerine ilişkin paydaş algılarını açığa çıkarmayı amaçlamıştır. Yapılan araştırmada paydaş görüşleri doğrultusunda ticaret ve sanayi odalarının görevlerini yerine getirme düzeylerinin beklenen boyutta gerçekleşmediği ortaya çıkmış ve bu bulgu doğrultusunda ticaret ve sanayi odalarının gelecekte daha yoğun bir tempo ile görevlerini sürdürmeleri gerektiği anlaşılmıştır.

3.3. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Bu çalışmanın temel amacı; işletmelerin üyesi oldukları meslek kuruluşlarından biri olan ticaret ve/veya sanayi odalarından ihracat faaliyetlerine yönelik memnuniyet düzeylerini ve beklentilerini ortaya çıkararak ticaret ve/veya sanayi odalarının üyelerinin ihracat faaliyetlerindeki katkısını ve eksik kaldığı noktaları belirlemektir.

Ticaret odalarının ihracat faaliyetlerinde üyelerine destek olmak için ne tür çalışmalar yaptığı ve buna ek olarak ne tür çalışmalar yapabileceğini incelemeye yönelik yapılan bu araştırmanın en önemli kısıtı araştırmanın Eskişehir ve Konya illeri ile sınırlı olmasıdır. Bu nedenle araştırma sonuçlarının tüm Türkiye için

genellenmesi söz konusu değildir. Araştırmanın bir diğer kısıtı ise bu illerdeki sadece ticaret odalarına üye ihracat yapan işletmelerin araştırma kapsamına alınmasıdır. Tüm bu kısıtlara rağmen ihracat yapan işletmelerin üyesi oldukları kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarından biri olan ticaret ve sanayi odalarından beklentilerini ve memnuniyet düzeylerini ortaya çıkarmaya yönelik yapılan bu araştırma sonuçlarının hem ticaret ve/veya sanayi odalarına hem de bu konuda daha sonra araştırma yapmak isteyen devlet kurumlarına ve akademisyenlere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.4. Araştırmanın Metodolojisi

3.4.1. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma doğrultusunda oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁: Farklı ticaret odalarının üyeleri arasında memnuniyet farkı vardır.

H₂: Uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımcı olduğunu ve olmadığını düşünen işletmelerin memnuniyet düzeyleri farklıdır.

H₃: Uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının yardım etme durumu ile işletmelerin memnuniyet düzeyleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır.

3.4.2. Örneklem Süreci

Ekonomi Bakanlığı verilerine göre Eskişehir'deki ihracat yapan işletme sayısı 268 ve Konya'da ihracat yapan işletme sayısı 1.299'dur. Ancak bu işletmelerden kaydı olduğu halde ihracat gerçekleştirmeyen işletmeler, eski isimlerini değiştirmelerine rağmen eski isimleri kayıtlı kalan işletmeler, ildeki ticaret odasına değil de sadece sanayi odasına kayıtlı olan işletmeler ve ankete katılmak istemeyen işletmeler bulunmaktadır. Bu nedenle yapılan tam sayım sonucu, işletmelere ulaştırılan anket formlarından 90 tanesi geri dönmüş, bu anketlerden eksik ve hatalı doldurulanların elenmesi sonucunda 23'ü Eskişehir Ticaret Odası ve 57'si Konya Ticaret Odası üyesi olmak üzere 80 ihracat yapan işletmeden oluşan bir örnek büyüklüğü elde edilmiştir. Anket formları, hafta içi ve hafta sonları çalışma saatleri içinde, Eskişehir ve Konya'da anketörler tarafından uygulanmıştır.

3.4.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmada öncelikle araştırma değişkenlerine yönelik olarak literatür taraması yapılmıştır. Ticaret ve sanayi odalarının kanundan gelen görev ve sorumlulukları bunun yanı sıra üyelerinin ihracat faaliyetlerine yönelik yerine getirebilecekleri hizmetler araştırmaya uyarlanarak işletmelerin memnuniyet düzeylerini ortaya çıkarmaya yönelik hazırlanmış olan 17 soru oluşturulmuştur.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla; işletmelerin memnuniyet düzeyleri ve beklentileri ile ilgili, işletme ile ilgili ve anketi dolduran kişi ile ilgili bilgilerin elde edilmesine yönelik soruları içermektedir. İşletmelerin memnuniyet düzeylerini sorgulamak amacıyla 5'li Likert ölçeğinde hazırlanmış olan 17 sorunun yer aldığı anket formunda işletmelerin beklentileri de açık uçlu soru ile ortaya çıkarılmak istenmiştir.

3.4.4. Analiz İçin Kullanılan Yöntemler

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla t-testi, ayırma, kümeleme ve ki-kare analizleri uygulanmıştır. Veriler SPSS 15 paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Parametrik testler aralıklı ya da oranlı ölçeklerle ölçülmüş değişkenlerin kullanıldığı testler olup tek ya da çift örnekli kütleler üzerinde yapılan araştırmalarda kullanılır. En yaygın türü t-testidir. Bu test değişkenin normal dağıldığını, ortalamanın bilindiğini ve ana kütlenin standart sapmasının ya da değişimin örnekten tahmin edilebilir olduğunu varsayar (Nakip, 2003: 250).

Ayırma analizi, çok değişkenli bir analiz türü olup, önceden sınıflandırılmış iki ya da daha fazla grubu (küme) birbirinden ayıran faktörleri tespit etmeye ve grup dışından alınan bir gözlemin hangi gruba atanabileceğini gösteren analiz türüdür. Analizde kullanılan değişkenler bağımlı (kriter) ve bağımsız (tahmin edici) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Nakip, 2003: 461).

Ayırma analizinin kullanım amaçları aşağıda belirtildiği gibidir (Albayrak ve Diğ., 2005: 335):

- Grup üyeliğini tahmin etmek, başka bir deyişle, bir verinin (gözlem, denek, vaka) hangi değişken grubuna gireceğine karar vermek için kullanılabilir.

- Ayırma fonksiyon eşitliğini kullanarak, verilerin gruplara ayrılmasına yardımcı olur.
- Bağımsız değişkenlerin aritmetik ortalamalarının gruplar arasında nasıl değiştiğini tespit etmek için kullanılabilir.
- Bağımlı değişkenin varyansının ne kadarının bağımsız değişkenler tarafından açıklanabildiğini belirlemek için kullanılabilir.
- Grupları ayırmada etkili olan ve olamayan değişkenleri belirlemek için kullanılabilir.
- Verilerin tahmin edildiği gibi sınıflandırılıp sınıflandırılmadığını test etmek için kullanılabilir.

Kümeleme analizi, birbirine benzer olan bireylerin (birimlerin) veya uyarıcıların saptanması ve kümelerde (veya gruplarda) toplanması amacıyla uygulanan birçok değişkenli istatistik analizdir (Kurtuluş, 2010: 190).

Kümeleme analizinin öncelikli amacı araştırma sonucunda elde edilen gözlemlerin benzerliklerini temel alarak onları iki ya da daha fazla gruplar halinde bölümlendirmektir. Kümeleme analizinin en geleneksel kullanımı araştırma amaçlıdır. Kümeleme analizi, objektif bir sınıflandırma geliştirmede sıklıkla kullanılmaktadır. Kümeleme analizi sonucunda elde edilen bölünmeler, nesnelerin yapılarına bağlı olarak varsayımlar oluşturulmasını sağlayabilirler. Henüz öncelikli olarak bir araştırma tekniği olarak görülen kümeleme analizi aynı zamanda kanıtlayıcı amaçlar için de kullanılır (Albayrak ve Diğ., 2005: 352).

Ki-kare analizi işletme ve hatta sosyal bilimler araştırmalarında sıkça kullanılan bir analizdir. Bunun nedeni frekans değerleri üzerinden hesaplamaların yapılmasının kolaylığıdır. Ki-kare analizinin çeşitleri vardır. Bunlardan sık kullanılan Ki-kare bağımsızlık testi iki farklı değişkenin birbirinden bağımsız olup olmadığını test eder. Kısaca bu bir ilgi analizidir (Kurtuluş, 2010: 174).

Nitel iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığının araştırılabilirdiği ki-kare bağımsızlık testinde H_0 'da ilişkinin olmadığı,

bağımsızlığın olduğu; H_1 'de ise ilişkinin olduğu, bağımsızlığın olmadığı iddia edilir (Güngör ve Bulut, 2008: 85).

3.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırma sonucunda katılımcı işletmelerin özellikleri, işletmelerin üyesi oldukları ticaret odasından ihracat faaliyetlerine yönelik aldıkları hizmetler, işletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar ve cevaplayıcıların özellikleri ile ilgili elde edilen veriler tablo şeklinde gösterilerek aşağıda yer almaktadır.

3.5.1. Katılımcı İşletmelerin Özellikleri

Tablo 3. İşletmelerin Sektörleri

Sektör	Sayı	Yüzde %
Gıda	15	18,75
Makine	16	20,0
Otomotiv-Yan Sanayi	12	15,0
Mobilya	3	3,75
Madencilik	4	5,0
Tekstil	2	2,5
Metal	6	7,5
Kimya	1	1,25
Sağlık	2	2,5
Diğer	14	17,5
Makine ve Otomotiv-Yan Sanayi	2	2,5
Makine, Otomotiv-Yan Sanayi ve Mobilya	1	1,25
Kimya ve Diğer	1	1,25
Gıda, Otomotiv-Yan Sanayi, Tekstil ve Kimya	1	1,25
Toplam	80	100

Katılımcı işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörlerle ilişkin dağılım Tablo 3'te yer almaktadır. İşletmelerin % 20'sinin makine ve % 18,75' inin gıda sektörlerinde faaliyette bulundukları görülmektedir. Ayrıca deri, plastik, cam, seramik vb. sektörlerde faaliyette bulunan diğer işletmeler de araştırmanın % 17,5'ini oluşturmaktadır.

Tablo 4. İşletmelerin Hukuki Yapıları

Statü	Sayı	Yüzde %
Şahıs Şirketi	7	8,75
Anonim Şirket	19	23,75
Limited Şirket	54	67,5
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerin hukuki yapılarına göre dağılımları Tablo 4’te görülmektedir. Buna göre işletmelerden % 67,5’i limited şirket, % 23,75’i anonim şirket ve % 8,75’i şahıs şirkettir.

Tablo 5. İşletmelerin Personel Sayısı

Personel Sayısı	Sayı	Yüzde %
50 ve 50’den daha az	50	62,5
51-100 arası	8	10
101-150 arası	4	5
151-200 arası	4	5
201-250 arası	4	5
251 ve 251’den daha çok	3	3,75
Cevapsız	7	8,75
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerin % 62,5’inde 50 ve 50’den daha az, % 10’unda 51-100 arası, % 5’inde 101-150 arası, % 5’inde 151-200 arası, % 5’inde 201-250 arası ve % 3,75’inde 251 ve 251’den daha fazla personel çalışmaktadır. 7 işletme personel sayısı hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 6. İşletmelerin Ciro

Ciro (TL)	Sayı	Yüzde %
500.000 TL ve 500.000 TL’den daha az	11	13,75
500.001 TL - 1.000.000 TL	5	6,25
1.000.001 TL - 1.500.000 TL	6	7,5
1.500.001 TL – 2.000.000 TL	3	3,75

2.000.001 TL ve 2.000.001 TL'den daha fazla	26	32,5
Cevapsız	29	36,25
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerin % 32,5'inin cirosu 2.000.001 TL ve 2.000.001 TL'den daha fazla iken % 13,75'inin cirosu 500.000 TL ve 500.000 TL'den daha azdır. İşletmelerin 29'u ciroları ile ilgili soruya cevap vermek istememiştir.

Tablo 7. İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri

İhracat Yapma Süresi (Yıl)	Sayı	Yüzde %
1-5 yıl	34	42,5
6-10 yıl	27	33,75
11-15 yıl	8	10
16-20 yıl	3	3,75
Cevapsız	8	10
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerin % 42,5'i 5 yıl ve 5 yıldan daha az süredir ihracat yapmaktadır. İşletmelerin % 33,75'i 6-10 yıl arasında ihracat faaliyetlerini sürdürmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin 8 tanesi ihracat yapma süreleri hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 8. İşletmelerin Yıl Boyunca Ortalama İhracat Yapma Sayısı

Yıl Boyunca Ortalama İhracat Yapma Sayısı	Sayı	Yüzde %
50 ve 50'den daha az	47	58,75
51-100	11	13,75
101-150	1	1,25
151-200	3	3,75
201-250	1	1,25
251 ve 251'den daha fazla	2	2,5
Cevapsız	15	18,75
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerden % 58,75'i yıl boyunca ortalama olarak 50 ve 50'den daha az ihracat gerçekleştirirken sadece % 2,5'i 251 ve 251'den daha fazla ihracat yapmaktadır. İşletmelerden 15'i yıl boyunca ortalama ihracat yapma sayıları hakkında bilgi vermekten kaçınmıştır.

Tablo 9. İşletmelerin Toplam Satışlarının İçinde İhracatın Payı

İhracatın Toplam Satışlar İçindeki Payı	Sayı	Yüzde %
% 1 - % 25	26	32,5
% 26 - % 50	18	22,5
% 51 - % 75	8	10
% 76 - % 100	16	20
Cevapsız	12	15
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerin % 32,5'inin ihracat faaliyetleri toplam satışları içinde % 25 ve % 25'ten daha az pay almaktadır. Toplam satışlarının % 76 ila % 100'ünü ihracat oluşturan işletmeler araştırmaya katılanların % 20'sini oluşturmaktadır. 12 işletme toplam satışları içinde ihracatın payı ile ilgili soruyu yanıtsız bırakmıştır.

Tablo 10. İşletmelerin İhracat Yaptığı Ülkeler

İhracat Yapılan Ülkeler	Sayı	Yüzde %
Avrupa Ülkeleri	25	31,25
Asya - Orta Doğu Ülkeleri	21	26,25
Avrupa - Asya - Orta Doğu Ülkeleri	12	15
Afrika Ülkeleri	1	1,25
Türki Cumhuriyetler	2	2,5
Uzak Doğu Ülkeleri	6	7,5
Diğer	3	3,75
Cevapsız	10	12,5
Toplam	80	100

Araştırmaya katılan işletmelerin % 31,25'i Avrupa ülkelerine ve % 26,25'i Asya – Orta Doğu ülkelerine ihracat yapmaktadır. Afrika ülkeleri ise işletmelerin %

1,25'i tarafından ihracat yapılan ülkelerdir. Araştırmaya katılan işletmelerin 10 tanesi ihracat yaptıkları ülke bilgisini gizli tutmak istemiştir.

Tablo 11. İşletmelerin İhracat Birime Sahiplik Durumu

İhracat Faaliyetlerini Yürüten Ayrı Bir Birim	Sayı	Yüzde %
Var	42	52,5
Yok	38	47,5
Toplam	80	100

Tablo 11'de görüldüğü üzere ihracat faaliyetlerini yürüten ayrı bir birime sahip olan işletmeler araştırma örneğinin % 52,5'lik bölümünü oluştururken işletmelerin % 47,5'i ihracat faaliyetlerini yürüten ayrı bir birime sahip değildir.

Tablo 12. İşletmelerin İhracat Süreçlerinde Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Desteği

İhracat Süreçlerinde Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Desteği	Sayı	Yüzde %
Var	62	77,5
Yok	18	22,5
Toplam	80	100

Araştırmada yer alan işletmelerin % 77,5'i ihracat faaliyetlerinde üyesi oldukları ticaret odasının desteği olduğu ve % 22,5'i bu desteğin olmadığı yönünde görüş bildirdikleri Tablo 12'de görülmektedir.

3.5.2. İşletmelerin Üyesi Oldukları Ticaret Odasından İhracat Faaliyetlerine Yönelik Aldıkları Hizmetler

İşletmeler üyesi oldukları ticaret odasından ihracat faaliyetlerine yönelik olarak dolaşım belgeleri onayından yabancı dil desteğine, danışmanlık hizmetinden dış ticaret eğitimine kadar çeşitli hizmetler almaktadırlar.

Tablo 13. Ticaret Odasından İhracat Faaliyetlerine Yönelik Alınan Hizmetler

		Sayı	Yüzde(%)			Sayı	Yüzde(%)
Dolaşım Belgeleri Onayı	Evet	50	62,5	Yurtdışı Fuar Katılımı	Evet	26	32,5
	Hayır	30	37,5		Hayır	54	67,5
	Toplam	80	100		Toplam	80	100
Danışmanlık Hizmeti	Evet	23	28,75	Yabancı Dil Desteği	Evet	7	8,75
	Hayır	57	71,25		Hayır	73	91,25
	Toplam	80	100		Toplam	80	100
Dış Ticaret Eğitimi	Evet	22	27,5	Vize Alımında Destek	Evet	17	21,25
	Hayır	58	72,5		Hayır	63	78,75
	Toplam	80	100		Toplam	80	100
İkili Görüşme Hizmeti	Evet	31	38,75	Diğer	Evet	8	10
	Hayır	49	61,25		Hayır	72	90
	Toplam	80	100		Toplam	80	100

Araştırma örneğindeki işletmelerin üyesi oldukları ticaret odasından ihracat faaliyetlerine yönelik aldıkları hizmetlere bakıldığında ilk sırada katılımcı işletmelerin % 62,5'inin aldıkları hizmetin dolaşım belgeleri onayı olduğu görülmektedir. İkili görüşme hizmeti katılımcı işletmelerin % 38,75'i tarafından alınan bir diğer hizmet olarak ikinci sırada yerini almaktadır. Yurtdışı fuar katılımına yönelik katılımcı işletmelerin % 32,5'inin hizmet aldığı Tablo 8'de görülmektedir. Yabancı dil desteği ise katılımcı işletmelerin % 8,75'i tarafından alınan bir hizmet olarak en son sırada bulunmaktadır.

3.5.3. İşletmelerin İhracat Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunlar

Tablo 14. İhracat Faaliyetlerinde Karşılaşılan Sorunlar

	Sayı	Yüzde %		Sayı	Yüzde %
Dil Sorunu			Nitelikli İhracat Elemanı Eksikliği		
Evet	33	41,25	Evet	33	41,25
Hayır	47	58,75	Hayır	47	58,75
Toplam	80	100	Toplam	80	100
Pazarlama Araştırması			Yabancı Pazarlardaki Yoğun Rekabet		
Evet	37	46,25	Evet	35	43,75
Hayır	43	53,75	Hayır	45	56,25
Toplam	80	100	Toplam	80	100
Yetersiz Devlet Desteği ve Teşvik			Yasal Düzenlemeler Hakkında Bilgi Eksikliği		

Evet	33	41,25	Evet	33	41,25
Hayır	47	58,75	Hayır	47	58,75
Toplam	80	100	Toplam	80	100
Finansman Sorunları			Diğer		
Evet	27	33,75	Evet	7	8,75
Hayır	53	66,25	Hayır	73	91,25
Toplam	80	100	Toplam	80	100

İşletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlara bakıldığında araştırma örneğindeki işletmelerin % 46,25’lik bir oranı ile pazarlama araştırması ilk sırada yer almaktadır. Yabancı pazarlardaki yoğun rekabet ise katılımcı işletmelerin % 43,75’i tarafından bir sorun olarak belirtilmiştir. Bunların dışında dil sorunu, nitelikli ihracat elemanı eksikliği, yetersiz devlet desteği ve teşvik ile yasal düzenlemeler hakkında bilgi eksikliği katılımcı işletmelerin % 41,25’inin karşılaştığı önemli sorunlardır.

3.5.4. Cevaplayıcıların Özellikleri

Tablo 15. Cevaplayıcıların Özellikleri

	Sayı	Yüzde %		Sayı	Yüzde %
Görev			Yurt Dışı İş Deneyimi		
Şirket Sahibi	16	20	Var	31	38,75
Yönetici	36	45	Yok	49	61,25
Dış Ticaret Uzmanı	28	35,0	Toplam	80	100
Toplam	80	100,0			
Eğitimi			Yabancı Dil Bilgisi		
İlköğretim	2	2,5	Bilmiyor	27	33,75
Lise	11	13,75	İngilizce	40	50
Üniversite	53	66,25	Rusça	1	1,25
Yüksek Lisans	13	16,25	Diğer	1	1,25
Doktora	1	1,25	İngilizce-Almanca	3	3,75
Toplam	80	100	İngilizce-Fransızca	2	2,5
			İngilizce-Rusça	1	1,25
			İngilizce-Arapça	3	3,75
			İng.-Almanca-Fransızca	1	1,25

			İng.-Rusça-Arapça	1	1,25
			Toplam	80	100

Tablo 15’te yer alan verilere göre % 45’i yönetici, % 35’i dış ticaret uzmanı ve % 20’ si şirket sahibi olan cevaplayıcıların % 61,25’inin yurt dışı deneyimi bulunmamaktadır. Cevaplayıcıların eğitim düzeylerine bakıldığında ise % 66,25 ile üniversite mezunu olanlar ilk sırada yer almaktadır. % 16,25’i yüksek lisans, % 13,75’i lise, % 2,5’i ilköğretim ve sadece % 1,25’i doktora mezunudur. Cevaplayıcıların yarısı İngilizce dil bilgisine sahipken % 13,75’i İngilizce yanında bir ya da birkaç yabancı dil bilgisine sahiptir. Ayrıca cevaplayıcıların % 33,75’i yabancı dil bilmemektedir.

3.5.5. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik Analizi ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir. Güvenilirlik Analizi prosedürü ile toplam skorların (puanların) söz konusu olduğu Likert, Q tipi vb. ölçeklerin güvenilirliğini belirleyen katsayılar hesaplanır ve ölçekte yer alan sorular arasındaki ilişkiler hakkında bilgi elde edilir (Albayrak ve Diğ., 2005: 403). Buradan hareketle işletmelerin üyesi oldukları ticaret odasından memnun olma düzeylerini ortaya çıkarmaya yönelik sorular güvenilirlik analizi modellerinden Cronbach Alpha Modeli ile analiz edilmiştir.

İşletmelerin üyesi oldukları ticaret odasından memnun olma düzeylerini ortaya çıkarmaya yönelik oluşturulan ve 17 sorunun yer aldığı ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı %96’dır. Tatmin edici içsel tutarlılığa sahip olduğu görüldüğünden ölçekten herhangi bir değişkenin çıkarılmasına gerek duyulmamış ve analizlere devam edilmiştir.

3.5.6. Cevaplayıcıların Ticaret Odasından Memnun Olma Düzeylerinin Karşılaştırılması

Farklı ticaret odalarının üyeleri arasında memnuniyet farkının olup olmadığı t-testi ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Sonuç aşağıda test edilmiştir. Analiz sonucunda "farklı ticaret odalarının üyeleri arasında memnuniyet farkı vardır." hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 16. Cevaplayıcıların Ticaret Odasından Memnun Olma Düzeyleri

	Şehir	Ortalama Değer	Standart Sapma	t-Değeri	p Değeri
Dış ticaret birimindeki personelin davranışından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,8596	,98992	,145	,106
	Eskişehir	3,8261	,77765		
Dış ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,7018	1,11747	-,149	,039
	Eskişehir	3,7391	,68870		
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,8772	,88782	-,357	,479
	Eskişehir	3,9565	,92826		
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,8772	,92717	-,346	,355
	Eskişehir	3,9565	,92826		
Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten	Konya	3,6491	1,06051	-,184	,239
	Eskişehir	3,6957	,92612		
Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik düzenlediği eğitimlerden memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,5263	1,07080	,534	,211
	Eskişehir	3,3913	,89133		
Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	2,9474	1,12474	-1,200	,384
	Eskişehir	3,2609	,86431		
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,3860	1,20645	,748	,297
	Eskişehir	3,1739	,98406		
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracaatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,3509	1,09367	,194	,518
	Eskişehir	3,2174	,90235		
İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,193	1,0426	,412	,652
	Eskişehir	3,087	1,0407		
Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,1404	1,17167	-1,094	,096
	Eskişehir	3,4348	,84348		
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,3684	1,18971	-1,775	,242
	Eskişehir	3,8696	1,01374		
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip	Konya	3,3509	1,12585	-1,452	,246

hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	Eskişehir	3,7391	,96377		
Organize ettiği ikili görüşme toplantılarından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,4211	1,19444	,887	,087
	Eskişehir	3,1739	,93673		
Üyelerin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,3509	1,15714	-1,134	,034
	Eskişehir	3,6522	,83168		
Üyelerin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,3684	1,21936	-,856	,058
	Eskişehir	3,6087	,89133		
Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliği ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından memnuniyet duyma düzeyi	Konya	3,5965	1,11579	-,045	,998
	Eskişehir	3,6087	1,07615		

İşletme Sayısı: 80 (Konya: 57, Eskişehir:23)

Eskişehir ve Konya ticaret odalarının üyeleri arasında memnuniyet düzeyleri açısından önemli bir farkın olmadığı görülmektedir. İki yönlü anlamlılık sonuçları da grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir. (% 95 güven aralığı içinde anlamlılık değeri 0,05'ten büyük çıkmıştır.) Dolayısıyla H_1 hipotezi red edilir. Yani Eskişehir Ticaret Odası ve Konya Ticaret Odası üyeleri arasında memnuniyet bakımından bir farklılık olmadığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde tespit edilmiştir.

3.5.7. Cevaplayıcıların Uluslararası Alandaki Faaliyetlerini İhracattan İleriye Taşımak İçin Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Yardımda Bulunma ve Bulunmama Durumlarını Değerlendirmeleri

Cevaplayıcıların uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi oldukları ticaret odasının yardımda bulunma ve bulunmama durumlarını değerlendirmek üzere ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuç aşağıda test edilmiştir. Analiz sonucunda "uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımcı olduğunu ve olmadığını düşünen işletmelerin memnuniyet düzeyleri farklıdır." hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 17. Özdeğer İstatistiği

Fonksiyon	Özdeğer	Varyans %	Birikimli Varyans %	Kanonik Korelasyon
1	,638	100,0	100,0	,624

İki grup söz konusu olduğundan sadece bir fonksiyon çıkmıştır. Bu fonksiyonun özdeğeri 0,638 ve toplam varyansın % 100'ünü açıklamaktadır. Kanonik korelasyon 0,624'tür. Model, bağımlı değişkendeki (uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımda bulunduğunu ve yardımda bulunmadığını belirten işletmelerin) varyansın % 39'unu açıklayabilmektedir.

Tablo 18. Wilks' Lambda İstatistiği

Fonksiyon	Wilks' Lambda	Ki-Kare	Standart Sapma	Anlamlılık
1	,610	34,303	17	,005

Yapılan analiz sonucunda Wilks' Lambda değeri 0,61 ve Ki-kare değeri 34,303 olarak bulunmuştur. Yani ayırma skorlarındaki toplam varyansın % 61'i gruplar arasındaki farklar tarafından açıklanamamaktadır.

Tablo 19. Standartlaştırılmış Kanonik Ayırma Fonksiyonu Katsayıları

	Fonksiyon 1
Dış ticaret birimindeki personelin davranışından memnuniyet duyma düzeyi	-,325
Dış ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden memnuniyet duyma düzeyi	,116
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	-,037
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	,108
Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten memnuniyet duyma düzeyi	-,064
Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik düzenlediği eğitimlerden memnuniyet duyma düzeyi	,095
Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarında memnuniyet duyma düzeyi	,159
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,677
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracaatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	-,823
İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden memnuniyet duyma düzeyi	-,348

Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,852
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	-,575
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,461
Organize ettiği ikili görüşme toplantılarından memnuniyet duyma düzeyi	,301
Üyelerin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,143
Üyelerin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	-,093
Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliği ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından memnuniyet duyma düzeyi	,332

Analize göre işletmelerin uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımda bulunduğunu ve yardımda bulunmadığını değerlendirmelerinde ilgilendikleri pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemelerine ticaret odalarının yardımcı olması, ihracata yönelik devlet yardımlarından işletmelerin yararlanması amacıyla ticaret odalarının verdiği danışmanlık hizmeti ve ticari vize temini ile ilgili işlemlerde ticaret odalarının sunduğu takip hizmetinin etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 20. Yapı Matrisi

	Fonksiyon 1
Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,832
Üyelerin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,773
Üyelerin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,764
Organize ettiği ikili görüşme toplantılarından memnuniyet duyma düzeyi	,706
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,691
Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarından memnuniyet duyma düzeyi	,653
Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliği ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından memnuniyet duyma düzeyi	,605
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,591
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,586
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,585
Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik düzenlediği eğitimlerden memnuniyet	,559

duyma düzeyi	
İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden memnuniyet duyma düzeyi	,547
Dış ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden memnuniyet duyma düzeyi	,525
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	,492
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	,434
Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten memnuniyet duyma düzeyi	,407
Dış ticaret birimindeki personelin davranışından memnuniyet duyma düzeyi	,352

Tablo 20’de görüldüğü gibi yapı matrisine göre ayırma fonksiyonu ile ticaret odalarının üyelerinin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olması, üyelerinin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olması ve üyelerinin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olması değişkenleri sırası ile en yüksek üç korelasyona sahiptir. Dış ticaret birimindeki personelin davranışını değişkeni ise önemli bir tahmin edici değildir.

Tablo 21. Grup Ortalamalarının Eşitliği Testi

	Wilks' Lambda	Frekans	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık
Dış ticaret birimindeki personelin davranışından memnuniyet duyma düzeyi	,927	6,171	1	78	,015
Dış ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden memnuniyet duyma düzeyi	,851	13,703	1	78	,001
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	,866	12,038	1	78	,001
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	,893	9,360	1	78	,003
Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten	,905	8,226	1	78	,005

memnuniyet duyma düzeyi					
Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik düzenlediği eğitimlerden memnuniyet duyma düzeyi	,834	15,529	1	78	,001
Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarından memnuniyet duyma düzeyi	,786	21,223	1	78	,001
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,766	23,788	1	78	,001
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,820	17,093	1	78	,001
İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden memnuniyet duyma düzeyi	,840	14,897	1	78	,001
Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,693	34,480	1	78	,001
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,821	17,051	1	78	,001
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	,818	17,386	1	78	,001
Organize ettiği ikili görüşme toplantılarından memnuniyet duyma düzeyi	,758	24,837	1	78	,001
Üyelerin yurtdışı fuarlara	,724	29,746	1	78	,001

katılımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi					
Üyelerin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	,728	29,076	1	78	,001
Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliği ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından memnuniyet duyma düzeyi	,810	18,249	1	78	,001

Tablo 21’de görüldüğü üzere ticaret odalarının üyelerinin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olması, üyelerinin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olması ve üyelerinin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olması değişkenleri işletmelerin uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımcı olduğunu ve olmadığını belirtmelerinde en yüksek frekans değerlerine sahip olan değişkenlerdir.

Tablo 22. Analiz Örneğinin Sınıflandırma Sonuçları

Üyesi olduğunuz ticaret odası uluslararası alandaki faaliyetlerinizi ihracattan ileriye taşımak için size yardımda bulunuyor mu?				Tahmin Grupları		Toplam
				Evet	Hayır	
Gerçek	Sayı	Evet	Boyut	34	6	40
		Hayır		9	31	40
	%	Evet	Boyut	85,0	15,0	100,0
		Hayır		22,5	77,5	100,0

Doğru Sınıflandırma Oranı: % 81,3

Yapılan ayırma analizinde Tablo 22’de belirtildiği üzere doğru sınıflandırma oranı % 81,3’tür. Analiz örneğindeki üyesi olduğu ticaret odasının uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için kendilerine yardımda bulunduğunu belirten 40 işletmeden 34’ü doğru tahmin edilirken 6’sı yanlış sınıflandırılmış; üyesi olduğu ticaret odasının uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için kendilerine yardımda bulunmadığını belirten 40 işletmeden 31’i doğru tahmin edilirken 9’u yanlış sınıflandırılmıştır. Yüzde olarak ifade edilecek olursa üyesi olduğu ticaret odasının uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için kendilerine yardımda bulunduğunu belirten işletmelerin % 85’i doğru, % 15’i yanlış sınıflandırılmış; üyesi olduğu ticaret odasının uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için kendilerine yardımda bulunmadığını belirten işletmelerin % 77,5’i doğru, % 22,5’i yanlış sınıflandırılmıştır.

Örneklem büyüklüğünün % 50’si birinci grubu % 50’si ikinci grubu oluşturduğundan hesaplanan şans değeri % 50’dir. Yapılan ayırma analizi sonunda % 81,3 olarak hesaplanan doğru sınıflandırma oranı % 50 olan şans değerinden yüksek olduğundan başarılı bir analiz söz konusudur.

Tesadüfi sınıflandırmadan elde edilecek doğru sınıflandırmaların sayısı ve oranını hesaplayabilmek için Morrison’un önermiş olduğu şans modeli kullanılacaktır (Kurtuluş, 1998: 477). Buna göre;

$$P(\text{Doğru}) = [(40/80)(43/80)] + [(37/80)(40/80)]$$

$$P(\text{Doğru}) = 0,268 + 0,231 = 0,499$$

Ayırma fonksiyonundan elde edilen 0,813 oranının şans modelinden elde edilen 0,499 oranından istatistiksel olarak büyük olup olmadığını test etmek gerekmektedir.

Hesaplanan 5,61 değeri $\alpha = 0,01$ anlamlılık düzeyinde teorik değerden (2,33) büyüktür. Bu nedenle ticaret odalarının ihracata yönelik sunduğu hizmetlerden memnun olma düzeyleri işletmelerin; uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımcı olduğunu ve olmadığını belirtmelerinde etkilidir.

3.5.8. Cevaplayıcıların Uluslararası Alandaki Faaliyetlerini İhracattan İleriye Taşımak İçin Üyesi Oldukları Ticaret Odasının Yardımcı Olma Düzeyi

İşletmelerin ticaret odasından ihracata yönelik aldıkları hizmetlerden memnun olma düzeylerini temel alarak uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi oldukları ticaret odasının yardımda bulunup bulunmadığını belirtmelerine göre onları gruplar halinde bölümlendirmek mümkündür. Bunun için kümeleme analizi uygulanmıştır. Bu sayede işletmelerin ticaret odasından ihracata yönelik aldıkları hizmetlerden memnun olma düzeylerinin düşük, orta ve yüksek olmasına bağlı olarak uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi oldukları ticaret odasının yardımda bulunduğunu ve bulunmadığını belirtmelerini yorumlamak söz konusu olacaktır. Sonuç aşağıda test edilmiştir.

Tablo 23. Her Bir Kümedeki İşletme Sayısı

Küme	Memnuniyet Düzeyi	İşletme Sayısı
1	Orta	35
2	Düşük	13
3	Yüksek	32
Toplam		80

Tablo 23'te görüldüğü üzere 1. Kümede (memnuniyet düzeyi orta olanlarda) 35, 2. Kümede (memnuniyet düzeyi düşük olanlarda) 13 ve 3. Kümede (memnuniyet düzeyi yüksek olanlarda) 32 işletme yer almaktadır.

Tablo 24. Son Küme Merkezleri

	Kümeler		
	1	2	3
Dış ticaret birimindeki personelin davranışından memnuniyet duyma düzeyi	3,57	2,92	4,53
Dış ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden memnuniyet duyma düzeyi	3,63	2,23	4,41

Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	3,74	2,85	4,50
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	3,77	2,85	4,47
Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten memnuniyet duyma düzeyi	3,46	2,38	4,41
Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik düzenlediği eğitimlerden memnuniyet duyma düzeyi	3,37	2,08	4,19
Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarından memnuniyet duyma düzeyi	3,06	1,15	3,78
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	3,09	1,69	4,25
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracaatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	3,17	1,69	4,13
İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden memnuniyet duyma düzeyi	3,0	1,7	4,0
Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	3,11	1,38	4,09
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	3,34	1,77	4,41
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	3,29	1,92	4,28
Organize ettiği ikili görüşme toplantılarından memnuniyet duyma düzeyi	2,97	1,85	4,38
Üyelerin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	3,31	1,62	4,31
Üyelerin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	3,20	1,62	4,44
Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliği ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından memnuniyet duyma düzeyi	3,34	2,15	4,47

Ankete katılan kişilerin memnuniyet düzeylerini ölçmede kullanılan 5’li likert tipi sorularda 3. Kümenin tüm sorularda en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. 2. Küme ise tüm sorularda en düşük ortalamaya sahiptir. Bu sonuçlar

doğrultusunda 3. Kümede yer alan kişiler en fazla memnun olan kişiler olarak tespit edilmiştir. İkinci sırada ise 1. Kümede yer alan kişiler gelmektedir. Son sırada 2. Kümede yer alan kişiler en az memnuniyete sahip olan kişiler olarak tespit edilmiştir.

Tablo 25. ANOVA Testi

	Küme		Hata		Frekans	Anlam lılık
	Ortalama Kare	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	Serbestlik Derecesi		
Dış ticaret birimindeki personelin davranışından memnuniyet duyma düzeyi	14,368	2	,513	77	28,035	,001
Dış ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden memnuniyet duyma düzeyi	22,095	2	,470	77	47,000	,001
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	13,411	2	,472	77	28,387	,001
Üyelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için odadan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından memnuniyet duyma düzeyi	12,684	2	,543	77	23,347	,001
Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten memnuniyet duyma düzeyi	20,203	2	,539	77	37,502	,001
Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik düzenlediği eğitimlerden memnuniyet duyma düzeyi	21,009	2	,519	77	40,473	,001

Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarından memnuniyet duyma düzeyi	31,920	2	,325	77	98,131	,001
İhracata yönelik devlet yardımlarından memnuniyet duyma düzeyi	32,019	2	,513	77	62,398	,001
Üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	27,973	2	,380	77	73,663	,001
İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracaatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	25,089	2	,451	77	55,658	,001
İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden memnuniyet duyma düzeyi	34,306	2	,329	77	104,250	,001
Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	33,038	2	,518	77	63,737	,001
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	26,676	2	,526	77	50,675	,001
Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip hizmetinden memnuniyet duyma düzeyi	34,018	2	,418	77	81,439	,001
Organize ettiği ikili görüşme toplantılarından memnuniyet duyma düzeyi	34,096	2	,305	77	111,745	,001
Üyelerin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi						

Üyelerin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından memnuniyet duyma düzeyi	38,568	2	,319	77	120,957	,001
Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliği ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından memnuniyet duyma düzeyi	26,827	2	,540	77	49,719	,001

Analize tabi tutulan değerler üzerinde yapılan ANOVA testi sonucunda Tablo 25'e bakıldığında üç değişken için hesaplanan Frekans değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu değişkenlerden elde edilen veriler her sınıf için istatistiki bakımdan anlamlı farklılıklar oluşturmaktadır. Yani işletmelerin uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımcı olduğunu ve olmadığını belirtmelerinde ticaret odalarının üyelerinin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olması, üyelerinin yurtdışı fuarlara katılımına yardımcı olması ve üyelerinin yurtdışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olması değişkenleri açısından sınıflandırılması anlamlıdır.

3.5.9. Cevaplayıcıların Uluslararası Alandaki Faaliyetlerini İhracattan İleriye Taşımak İçin Üyesi Olduğu Ticaret Odasının Yardım Etme Durumu İle Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması

Cevaplayıcıların uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının yardım etme durumu ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkinin karşılaştırılması ki-kare testi ile gerçekleştirilmiştir. Sonuç aşağıda test edilmiştir. Analiz sonucuna göre "uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının yardım etme durumu ile

işletmelerin memnuniyet düzeyleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 26. Üyesi Olduğunuz Ticaret Odası Uluslararası Alandaki Faaliyetlerinizi İhracattan İleriye Taşımak İçin Size Yardımda Bulunuyor Mu? Sorusuna Evet ve Hayır Diyenlerin Memnuniyet Düzeyleri

	Memnuniyet Düzeyi			Toplam
	Düşük	Orta	Yüksek	
Üyesi olduğunuz ticaret odası Evet	% 17,5	% 0	% 32,5	% 50
uluslararası alandaki faaliyetlerinizi Hayır	% 26,25	% 16,25	% 7,5	% 50
ihracattan ileriye taşımak için size yardımda bulunuyor mu?				
Toplam	% 43,75	% 16,25	% 40	% 100

Üyesi olduğunuz ticaret odası uluslararası alandaki faaliyetlerinizi ihracattan ileriye taşımak için (yurtdışından ortak bulma, yurtdışında yatırım yapma vs.) size yardımda bulunuyor mu? sorusuna evet diyen toplam işletmelerin % 17,5'inin memnuniyet düzeyinin düşük olduğu % 32,5'inin ise memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca hayır diyen % 26,25 oranındaki işletmenin memnuniyet düzeyinin düşük, işletmelerin % 16,25'nin memnuniyet düzeyinin orta ve % 7,5'inin memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerden memnuniyet düzeyi düşük olanlar toplam ankete katılan işletmelerin % 43, 75'ini, orta olanlar % 16,25'ini ve yüksek olanlar % 40'ını oluşturmaktadır.

Tablo 27. Ki-kare Bağımsızlık Testi Sonuçları

	Değer	Serbestlik Derecesi	İki Yönlü Anlamlılık
Pearson Ki-Kare	26,900 ^a	2	,000
Olasılık Oranı	32,908	2	,000
Doğrusal İlgisi	10,763	1	,001
Geçerli Örnek Sayısı	80		

a: 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,50.

Tablo 27'nin İki Yönlü Anlamlılık sütunun en üstündeki anlamlılık değerinin $p = 0,00$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından H_3 hipotezi kabul edilir. Yani uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımda bulunduğunu ya da yardımda bulunmadığını belirten işletmelerin aldıkları hizmetlerden memnun olma düzeyleri arasında fark bulunmaktadır.

3.6. İşletmelerin Üyesi Oldukları Ticaret ve Sanayi Odalarından Beklentileri

İşletmeler üyesi oldukları odalardan çeşitli hizmetler beklemektedirler. Özellikle konu ile ilgili olarak söz konusu ihracat olduğunda beklentileri dil eğitiminden iş gezilerine, vize teminine yardımdan pazar araştırma desteğine kadar çok çeşitli olmaktadır.

İşletmelerinin ihracatta karşılaştıkları sorunlara göre ihracat faaliyetlerine yönelik olarak üyesi oldukları ticaret odasından hangi hizmetleri bekledikleri aşağıda belirtilmiştir:

3.6.1. İhracatta Karşılaştıkları Dış Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri

- Üye işletmeler; hem sahipleri hem de çalışanları için özellikle iş amaçlı yapacakları seyahatlerinde gerekli olan vize başvurularının üyesi oldukları oda tarafından tüm ülkeler için kabul edilmesini yani odalarının vize işlemlerinde yerine getirdikleri hizmetleri arttırmalarını istemektedirler. Ayrıca, oda aracılığı ile yapılan ticari vize müracaatlarının online olarak yapılabilmesine olanak tanınmasını istemektedirler. Eğer odanın söz konusu ülke ile ticari vize konusunda anlaşması yok ise en azından referans mektubu ile işletmeye ticari vize alımında yardımcı olunmasını talep etmektedirler.

3.6.2. İhracatta Karşılaştıkları Operasyonel Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri

- İhracat ile ilgili bilgilendirmenin posta ya da e-mail ile yapılmasının sağlanmasını, özellikle TOBB, Dışişleri Bakanlığı vb. kurumlardan odalara ulaşan ve üye işletmeleri ilgilendiren her türlü bilginin derlenerek oda internet

sitesinde ilan edilmesini, sektörel bazda işletmeyi ilgilendiren bu bilgilerin ayrıca e-mail ve SMS ile işletmelere ulaştırılmasını,

- Sanayici ile ihracatta karşılaştıkları sorunları birebir görüşülmesinin sağlanması ve sektörlerle göre farklılıklar söz konusu olduğundan bilirkişi heyetlerinin kurulmasının sağlanmasını beklemektedirler.

3.6.3. İhracatta Karşılaştıkları İç Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri

- Yabancı dil eğitim seminerleri veya kursları düzenlenmesini, sadece İngilizce değil diğer yabancı dillere yönelik çalışmalar yapılmasını,
- Daha fazla dış ticaret eğitim programı düzenlenmesini, bu eğitimlerde özellikle iş dünyası ve üyelerin faaliyet alanlarındaki gelişmelere göre konusunda uzman akademisyenlerin, bürokratların, iş hayatından başarılı temsilcilerin katılımının sağlanmasını ve gerektiğinde işletmelerin taleplerine özgü sadece kendi çalışanlarına yönelik eğitim verilmesini,
- Yöneticiler ve dış ticaret bölümündeki çalışanlara yönelik standart eğitimlerin dışında rekabet istihbaratı ve uygulamaya yönelik eğitimlerin düzenlenmesini talep etmektedirler.

3.6.4. İhracatta Karşılaştıkları Bilgiye Dayalı Sorunlar Nedeniyle Üyesi Oldukları Ticaret Odasından Beklentileri

- Sektör bazında yurtdışı iş gezisi düzenlenmesini, özellikle üye işletmelerin talepleri doğrultusunda gidilecek ülke ve ziyaret edilecek sektör seçiminin yapılmasını,
- Yurtdışından sektör ile ilgili kişilerin ülkemize gelmesini sağlayacak organizasyonların düzenlenmesini, ayrıca TOBB, Dışişleri Bakanlığı vb. kurumlar aracılığı ile şehre ve odaya ziyarete gelen yabancı heyet ve ziyaretçilere oda tarafından üye işletmeler hakkında bilgi verilmesini ve üye işyerlerinin ziyaret edilmesinin sağlanmasını,
- Sektörel bazda pazar ve tanıtım çalışmalarına ağırlık verilmesini,

- Danışmanlık hizmetlerinin iyileştirilmesini, özellikle nitelikli personellerle verilen danışmanlık hizmetinde üyelerin sorun ve talepleri ile birebir ilgilenilmesini,
- Teşvikler ile ilgili bilgilendirmeler yapılmasını,
- Potansiyel müşteri bulunmasına yardımcı olunmasını, bulunan müşteri ile iletişimin sağlanmasından ihracatın gerçekleşmesine kadar geçen sürenin takipçisi olunmasını,
- İhracata yönelik projelere ağırlık verilmesini,
- İnteraktif internet sitesi ile hizmet sunulmasını, odanın resmi web portalında üye işletmelere bilgilerini güncelleme imkânı verilmesini, adreslerini gösteren harita bilgisini ve tanıtım yapımlarına olanak sağlayan video görüntüsüne olanak tanınmasını,
- Daha fazla ikili görüşme toplantıları organize edilmesini, özellikle işletmeler arası işbirliğinin sağlanması ve karşılıklı ticaret ve sanayi imkânlarını değerlendirmek üzere ikili iş görüşmelerinin ayarlanmasını,
- Yurtdışı pazarlarda daha çok destek olunmasını,
- İthalat talepleri konusunda daha iyi bilgilendirme yapılmasını,
- Fuar katılım organizasyonlarının arttırılmasını, özellikle üye işletmelerin talepleri dikkate alınarak yurtdışındaki fuarların takip edilerek organizasyonların yapılmasını ve üyelerin bilgilendirilmesini,
- Alım heyeti organizasyonlarının arttırılmasını,
- Uluslararası pazar araştırması konusuna özellikle sektörel bazda ağırlık verilmesini,
- Hukuki ve ticari anlamda danışmanlık hizmeti verilmesini, oda bünyesinde yer alan ya da alabilecek olan hukuki ve ticari konularda uzman olan kişiler tarafından olası sorunlar hakkında üyelerin bilgilendirilmesinin ve eğer yaşanan bir sorun varsa çözümünde üyeye yol gösterilmesinin sağlanmasını,

SONUÇ VE ÖNERİLER

Meslek kuruluşları; belli bir mesleğe sahip kişilerin bir araya geldiği, meslek hak ve menfaatlerini koruyup geliştiren kuruluşlardır. Bunlardan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları belli bir yasa ile kurulmaktadır ve belli meslek gruplarını içine alan bu kuruluşlara üyelik zorunludur. Geçmiş 13. yüzyılda kurulan ahilik sistemine dayanan bu kuruluşlar zamanla ahilik ve ardından oluşturulan lonca sisteminin de dönemin şartlarına yeterli gelmemesi sonucu kurulmuşlardır. İlk ziraat odaları 1881 tarihli bir tüzükle oluşturulmuş, ilk ticaret odası ise 1882 yılında İstanbul'da kurulmuştur. Cumhuriyet dönemi ile birlikte yasal bir dayanağa kavuşan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları 1961 anayasası ile anayasal bir statüye sahip olmuştur. 1982 anayasasında da 135. Madde ile ayrıntılı bir şekilde düzenlenmişlerdir.

Toplumdaki çeşitli sorunlarla ilgili bireyleri bilgilendiren kuruluşlar olan sivil toplum kuruluşlarından farklı olarak meslek kuruluşları kamu kurumu niteliğindedir ve üyelik zorunludur. Çok sayıda olan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları arasında birlikleri ile beraber ticaret odaları, sanayi odaları, borsalar, barolar, hekim-mühendis-mimar ve ziraat odaları gibi kurumlar bulunmaktadır. Bunlardan çalışmaya konu olan ticaret odaları Kıta Avrupası Oda Sistemi'ne dâhil olduğumuz ülkemizde 5174 sayılı kanun ile düzenlenmiştir. Bu kanuna göre odalar; üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamalı, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmalı, mesleğin genel menfaatlere uygun gelişmesini sağlamalı, mensuplarının birbirleri ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere mesleki disiplin, ahlâk ve dayanışmayı korumalı ve bu kanunda yazılı hizmetler ile mevzuatla odalara verilen görevleri yerine getirmelidir.

Gelişmekte olan ülkelerde özel sektör giderek önem kazanmaktadır. Özel sektörü temsil eden kuruluşlar hem devlet ile yakın ilişki içerisindedir hem de işletmelerin çıkarlarını göz önünde bulundurarak ihtiyaçlarına uygun hizmetleri yerine getirmektedir. Ticaret ve sanayi odaları da verdikleri hizmetler ile üye işletmelerinin uluslararası pazarlara olan ilgisini arttırabilirler. İhracat ile uluslararasılaşmaya başlayan işletmeler tecrübeleri ve bilgileri arttıkça ortak girişim ya da doğrudan yatırım gibi uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşıyabileceklerdir.

Ülkelerin ihracatta gösterdikleri performans ekonomik kalkınmalarında önemli rol oynar. Ancak uluslararası pazarlarda yoğun bir rekabet söz konusudur. Dolayısıyla ülkelerin ihracatlarını arttırmak için yoğun bir çaba göstermesi gerekmektedir. Bu nedenle işletmelerin ihracat faaliyetlerine yönelik gerekli hizmetlerin belirlenip bu konuya ağırlık verilmesi önemlidir. Diğer birçok kurum gibi ticaret ve sanayi odaları üye işletmelerinin ihracat faaliyetlerine yönelik çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Bunlar arasında ihracat ile ilgili eğitimler, yurt dışı fuarlara katılım, danışmanlık ve pazar araştırması gibi çeşitli hizmetler yer almaktadır. Odaların yerine getirdiklerini belirttikleri bu hizmetlerden üyelerinin hangi düzeyde memnun kaldığını ve üyesi oldukları odadan ihracata yönelik ne tür hizmetler beklediklerini ortaya çıkarmaya yönelik yapılan bu çalışmada Eskişehir Ticaret Odası ve Konya Ticaret Odası üyeleri ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmanın kısıtlarından biri sadece ticaret odalarına üye ihracat yapan işletmelerin araştırma kapsamına alınmasıdır. Araştırmanın diğer bir kısıtı ise araştırmanın Eskişehir ve Konya illeri ile sınırlı olmasıdır. Bu nedenle araştırma sonuçlarının tüm Türkiye için genellenmesi söz konusu değildir.

Yapılan araştırma ile ihracata yönelik aldıkları hizmetlerden memnun olma düzeylerine bakılan Eskişehir Ticaret Odası ve Konya Ticaret Odası'nın üyeleri arasında önemli bir farkın olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için üyesi olduğu ticaret odasının kendilerine yardımda bulunduğunu ve yardımda bulunmadığını belirten işletmelerin temel ayrım noktaları ilgilendikleri pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemelerine ticaret odalarının yardımcı olması, ihracata yönelik devlet yardımlarından işletmelerin yararlanması amacıyla ticaret odalarının verdiği danışmanlık hizmeti ve ticari vize temini ile ilgili işlemlerde ticaret odalarının sunduğu takip hizmeti olarak tespit edilmiştir. Üyesi olduğu ticaret odasının uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için kendilerine yardımda bulunduğunu belirten işletmelerden 14'ünün memnuniyet düzeyinin düşük olduğu, 26'sının ise memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra üyesi olduğu ticaret odasının uluslararası alandaki faaliyetlerini ihracattan ileriye taşımak için kendilerine yardımda bulunmadığını belirten işletmelerden 21'inin memnuniyet düzeyinin düşük, 13'ünün memnuniyet düzeyinin orta ve 6'sının memnuniyet düzeyinin yüksek

olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmaya dâhil edilen işletmelerin tamamına bakıldığında ise memnuniyet düzeyi düşük olan 35, orta olan 13 ve yüksek olan 32 işletme mevcuttur.

Araştırmaya katılan işletmeler ihracatta karşılaştıkları en önemli sorun olarak pazarlama araştırmasını belirtmişlerdir (%46,3). % 43,8'lik bir oran ile yabancı pazarlardaki yoğun rekabeti bir diğer sorun olarak belirten işletmelere göre ihracatta karşılaştıkları diğer önemli sorunlar yabancı dil sorunu, nitelikli ihracat elemanı eksikliği, yetersiz devlet desteği ile teşvik ve yasal düzenlemeler hakkında bilgi eksikliğidir.

İşletmelerinin araştırmaya dair bilgilerini veren kişilerin % 45'i yönetici, % 35'i dış ticaret uzmanı ve % 20' si şirket sahibi konumundadır. Bu kişilerden % 61,3'ünün yurt dışı deneyimi bulunmamaktadır. Eğitim düzeyleri ise % 66,3'ü üniversite mezunu, % 16,3'ü yüksek lisans, % 13,8'i lise, % 2,5 ilköğretim ve sadece % 1,3'ü doktora mezunudur. Ayrıca yabancı dil bilgisi sorulan bu kişilerin yarısı İngilizce bilirken % 14,3'ü İngilizce yanında bir ya da birkaç yabancı dil bilgisine sahiptir ve % 33,8'i yabancı dil bilmemektedir.

İşletmeler, üyeliklerinin ve ödedikleri aidatların karşılığı olarak ticaret odalarından çeşitli hizmetler beklemektedirler. Özellikle ihracat faaliyetlerine yönelik olarak üyesi oldukları ticaret odasının önderliğinde, faaliyet gösterdikleri sektörlerle önem verilerek yurt dışına iş gezilerinin düzenlenmesini, bunun yanı sıra yurtdışından da sektör ile ilgili kişilerin kendi şehirlerine gelmesini sağlayacak organizasyonların ticaret odası tarafından düzenlenmesini istemektedirler. İşletmeler kendi bünyelerindeki sorunlardan biri olan yabancı dil konusunda da ticaret odasından destek beklemekte ve yabancı dil eğitim seminerleri veya kursları düzenlenmesini talep etmektedirler. Ayrıca, odadan ihracat konusunda daha iyi danışmanlık hizmeti almayı bekleyen işletmeler genel olarak değil de sektörlerine özgü pazar çalışmalarının yapılmasını ve yeni müşteri bulunmasında işletmelerine yardımcı olunmasını istemektedirler. Ticaret odalarının ihracata yönelik projelere ağırlık vermesini özellikle de interaktif internet sitesi ile hizmet sunulmasının çok faydalı olacağını düşünmektedirler. Bunun yanında ise daha fazla dış ticaret eğitim programı, daha fazla ikili görüşme toplantıları, teşvikler ve ithalat talepleri

konusunda daha iyi bilgilendirme, vize işlemlerinde yerine getirilen hizmetlerin artırılması, daha çok fuar katılım organizasyonu ve daha çok alım heyeti organizasyonu gibi etkinliklerinin düzenlenmesini uygun görmektedirler. Yöneticiler ve dış ticaret bölümündeki çalışanlara yönelik standart dış ticaret eğitimlerinin dışında rekabet istihbaratı ve uygulamaya yönelik eğitimlerin düzenlenmesi, hukuki ve ticari anlamda danışmanlık hizmeti verilmesi, mali ve güvenilirlik anlamında istihbarat sağlanması ve ihracatla ilgili bilgilendirmenin e-mail ile yapılması konularında da ticaret odalarından hizmet beklenmektedir. Son olarak; işletmeler, ihracatta karşılaştıkları sorunların birebir görüşülmesinin sağlanmasını istemekte ve sektörlere göre farklılıklar söz konusu olduğundan bilirkişi heyetlerinin kurulmasını istemektedirler.

İşletmelerin üyesi oldukları ticaret odasından beklentileri incelendiğinde ihracat esnasında karşılaştıkları sorunlarına çözüm bulmak istedikleri açıktır. Bu nedenle odalar sunduklarını belirttikleri hizmetleri gözden geçirmeli ve sunmadıkları ama üyelerinin bekledikleri hizmetleri değerlendirmeli ve imkânları dâhilinde yerine getirmelidirler. Örneğin, işletmeler ihracat sırasında karşılaştığı bir dış sorun olan kamu kurumlarında karşılaştıkları bürokrasi nedeniyle odaların vize işlemlerinde yerine getirdikleri hizmetlerin artırılmasını istemektedirler. Bununla ilgili olarak odalar bünyelerinde vize ofisleri açabilirler ya da zaten var olan vize ofislerinin üyelere vize işlemlerinde kolaylık sağlaması adına daha çok büyükelçilik ile protokol imzalamasını sağlayabilirler. Ayrıca, işletmeler ihracatta karşılaştıkları birer iç sorun olarak ihracat departmanlarının yetersiz olması ya da nitelikli ihracat elemanı eksikliği gibi sebeplerden dolayı yabancı dil eğitim seminerleri veya kursları düzenlenmesini, daha fazla dış ticaret eğitim programı düzenlenmesini ve yöneticiler ile dış ticaret bölümündeki çalışanlara yönelik standart eğitimlerin dışında rekabet istihbaratı ve uygulamaya yönelik eğitimlerin düzenlenmesini talep etmektedirler. Bu noktada odalar verdiklerini belirttikleri eğitimlerin kapsamlarını genişletme yoluna gidebilirler. Yabancı dil konusunda İngilizce dışında diğer yabancı dillere yönelik eğitimler söz konusu olabileceği gibi ihracat konusunda ihracat ve ihracat sürecinden daha fazlasını içeren, uzman kişiler tarafından verilen ve eğitim sonrasında da işletmelerin takip edildiği ve desteklendiği eğitim programlarına yönelebilirler. Bunun yanı sıra işletmelerin ihracatta bilgiye dayalı karşılaştıkları en önemli sorun

ihracat pazar araştırması ile ilgilidir ve bu yüzden özellikle sektörlerine ilişkin pazar ve müşteri bulunması konusunda hizmet beklemektedirler. Odalar bu beklenti doğrultusunda sektörlerle özgü hizmet etmeye ağırlık verebilirler.

İşletmeler gittikçe artan rekabet ortamında varlıklarını devam ettirebilmek için yurtdışı pazarlara açılıp başarılı olma ihtiyacı duymaktadır. Ayrıca Türkiye'nin 2023 yılı hedefleri arasında 500 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşmak yer almaktadır. Bu nedenlerden dolayı çalışma alanı ihracat olan kamu kurumlarına, akademisyenlere ve işletmelere büyük görev düşmektedir. Dolayısıyla araştırmanın, değişik zamanlarda tekrarlanması geçen süre içerisinde ortaya çıkan değişimi ortaya çıkaracaktır. Araştırmaya konu olan ticaret odalarının ihracata yönelik hizmetlerini gözden geçirerek kurumlarından beklenenlere yönelik çalışmalar yapması olumlu olacaktır. Ayrıca, başka il ve ilçelerdeki ticaret odalarının, sanayi odalarının, ticaret ve sanayi odalarının hizmetlerinin araştırılması konu hakkında daha fazla bilgi verecektir. Bunun yanı sıra araştırma yurtdışındaki benzer kurumlar incelenerek daha geniş bir şekilde ele alınır ve onların üyelerine yönelik olarak da tekrarlanırsa elde edilen sonuçlar dâhilinde yurtiçindeki odalara da imkânları ölçüsünde kendilerini geliştirme olanağını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Acharya, W.K., Khushpat, S. J., Aii, S., Vanjani, A., Palsapure, D. (2010). *Export Marketing*. Mumbai IND: Global Media.

Ağaçdelen, S. (2010). *İthalat İhracat Budur!* Ankara: Detay Yayıncılık.

Ağcakaya, S., Armağan, A. (2012). *Mesleki Paraşiskal Kurumlar: Isparta Örneği*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (3), 99-127.

Aktürk, A., Şenol, H. (2010). *Kobi'ler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi ve Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Öneriler*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (2), 375-391.

Albayrak, A. S., Eroğlu, A., Kalaycı, Ş., Küçüksille, E., Ak, B., Karaatlı, M., Keskin, H. Ü., Çiçek, E., Kayış, A., Öztürk, E., Antalyalı, Ö. L., Uçar, N., Demirgil, H., İşler, D. B., Sungur, O. (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (1. Baskı). Kalaycı, Ş. (Ed.). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Altınbaşak, İ., Akyol, A., Alkibay, S., Arslan, F. M., Burnaz, Ş., Cengiz, E., Erdil, S., Gegez, A. E., Günay, N., Madran, C., Şekerkaya, A., Uydacı, M., Ünüsan, Ç., Yalçın, F. A., Yolaç, G. (2008). *Küresel Pazarlama Yönetimi* (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

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*. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Aydın.

Arzova, S. B. (2006). *İhracat Hakkında Her Şey*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Aslan, Z. (2013). *Meslek Kuruluşlarına Zorunlu Üyeliğin Üzerine Hukuki Bir Değerlendirme*. Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 15 (Özel Sayı), 1229-1240.

Ay, H. M., Talaşlı, E. (2007). *Türkiye'de Kobi'lerin İhracattaki Yeri ve Karşılaştıkları Sorunlar*. Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 173-184.

Aykol, B. (2009). *İhracat Pazarlama Karması Kararları İçin Bilgi İhtiyaçlarının Belirlenmesi: Kuru İncir İhracatçıları Üzerinde Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bakdur, A. (1996). *Tüketicinin Korunması ve Türkiye’de Ticaret ve Sanayi Odalarının Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Balabanis, G. (2005). *Determinants of Export Intermediaries’ Service-mix Configurations*. International Marketing Review, 22 (4), 436-459.

Balantekin, B. E. (2006). *İhracatta KOBİ’lere Sağlanan Devlet Destekleri ve KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri’de Bir Anket Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Bayat, M. (2011). *Uluslararası Ticarete Rekabet Gücü Elde Etmede Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Rolü ve Önemi*. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (16), 567-575.

Bennett, R. (1998). *International Marketing* (2. Baskı). London: Kogan Page.

Bennett, R. J. (1998). *Explaining the Membership of Voluntary Local Business Associations: The Example of British Chambers of Commerce*. Regional Studies, 32 (6), 503-514.

Bilgin, S. (1997). *Bir Meslek Kuruluşu Olarak Ticaret ve Sanayi Odaları ve Tüketicinin Korunmasındaki Roller*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bilginer, M., Canitez, M., Erdoğan, B., İlker, A., Kabacan, M., Tümer, G., Zengin, B. A. (2005). *Uygulamalı İhracat & İthalat İşlemler ve Dökümantasyon*. Karahan, K., Canitez, M. (Ed.). Ankara: Gazi Kitabevi.

Bradley, F. (2002). *Uluslararası Pazarlama Stratejisi* (Çev: İ. Er). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Bulunmaz, G. (2011). *Ticaret ve Sanayi Odalarının (TSO) Gerçekleştirdikleri Faaliyetlere İlişkin Paydaş Algılamaları: Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Canitez, M. (2007). *İhracat Pazarlaması Eğitim-Öğretiminde İşletmelerin Beklentileri ve Üniversitelerin Rolü*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, 161-178.

Cengiz, E., Gegez, A. E., Arslan, M., Pirtini, S., Tıǧlı, M. (2007). *Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri* (2. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.

Czinkota, M. R. (1994). *A National Export Assistance Policy for New and Growing Businesses*. Journal of International Marketing, 2 (1), 91-101.

Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., (2007). *International Marketing* (8. Baskı). United States of America: Thomson & South Western.

Dalgıç, D. (1997). *Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarının Yerel Siyasete Etkileri (İzmir Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Dawley, D. D., Stephens, R. D., Stephens, D. B. (2005). *Dimensionality of Organizational Commitment in Volunteer Workers: Chamber of Commerce Board Members and Role Fulfillment*. Journal of Vocational Behavior, 67, 511-525.

Demir, G. (2001). *Ahilik ve Yükselen Değerler*. Görüş Dergisi, 76-82.

Durak, İ., Yücel, A. (2010). *Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (2), 151-168.

Ersan, A. (2012). *İhracatta Devlet Yardımları*. İstanbul: İTO Yayınları.

Ersöz, H.Y. (2007). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını.

Fallon, G., Brown, R. B. (2000). *Does Britain Need Public Law Status Chambers of Commerce?* European Business Review. 12 (1), 19-27.

Fedotov, V.I (2007). *Organizational and Legal Models of Chambers*. Center for International Private Enterprise Business Associations Study.

Fillis, I. (2002). *Barriers to Internationalisation: An Investigating of the Craft Microenterprise*. European Journal of Marketing, 36 (7/8), 912-927.

Gnepa, T. J. (2001). *Persuading Small Manufacturing Companies to Become Active Exporters*. Journal of Global Marketing, 14 (4), 49-66.

Gözler, K. (2008). *Meslek Yüksekokulları İçin Genel Hukuk Bilgisi* (7. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Güngör, M., Bulut, Y. (2008). *Ki-Kare Testi Üzerine*. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, 7 (1), 84-89.

Karagöz, M. (2008). *KOBİ'lerin Temel Sorunları, Bu Alanda Sağlanan Destekler ve Çözüm Önerileri*. Yerel Siyaset, 85-94.

Katsikeas, C. S., Morgan, R. E. (1994). *Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience*. European Journal of Marketing, 28 (5), 17-35.

Kaya, Ö. (2008). *Sivil Toplum Kuruluşları ve Kalkınma*. T.C. İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı Yeterlilik Tezi, Ankara.

Keskin, G., Koşan, A.K., Ayık, Y.Z. (2009). *Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kobi'ler ve İhracat Sorunları (Erzurum'da Bir Araştırma)*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (2), 279-290.

Kestane, D. (2002). *Kamu Kesiminde İdari Kuruluşların Genel Görünümü ve İdari Yapıda Yeni Organizasyonlar Olarak Bağımsız İdari Otoriteler (Üst Kurullar)*. Maliye Dergisi, 139, 1-24.

Kılıç, S. (2011). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İhracat Pazarlaması*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Koç, Y. (2011). *Ticari İstihbarat ve Çağdaş İhracatın Stratejisi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Koparal, C., Tonus, H. Z., Ersoy, N. F., Aydın, N., Güllüpınar, F., Önce, S. (2012). *Uluslararası İşletmecilik*. Özalp, İ. (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Köksal, M. H. (2008). How Export Marketing Research Affects Company Export Performance: Evidence From Turkish Companies. *Marketing Intelligence & Planning*, 26 (4), 416-430.

Kurtuluş, K. (1998). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Avcıol Basım Yayım.

Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Kutlu, E. (2011). *İthalat İhracat Uygulamaları*. Şıklar, İ. (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Lages, L. F., Montgomery, D. B. (2004). *Export Performance as an Antecedent of Export Commitment and Marketing Strategy Adaptation Evidence from Small and Medium-sized Exporters*. *European Journal of Marketing*, 38 (9/10), 1186-1214.

Leonidou, L. C. (1995). *Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis*. *Journal of International Marketing*, 3 (1), 29-43.

Leonidou, L. C., Kaminarides, J. S., Hadjimarcou, J. (2004). *An Analysis of U.S. Small and Medium-Sized Manufacturers' International Business Relationships*. *Thunderbird International Business Review*, 46 (5), 545-573.

Muñoz-Cañavate, A., Hípola, P. (2008). *Business Information Through Spain's Chambers of Commerce: Meeting Business Needs*. *Business Information Review*, 25 (4), 224-229.

Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar* (1. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Odyakmaz, G. (1993). *Ticaret ve Sanayi Odalarının Sosyo-Ekonomik Yapıdaki Rollerini-AT Örneği*. Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, İstanbul.

Okur, Y. (2008). *Meslek Kuruluşlarının Görevleri ve Kamu Düzeninin Korunmasına Katkıları (Ankara Ticaret Odası Ve Hakkâri Ticaret ve Sanayi Odası Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ticaret Hukuku Bilim Dalı, Gaziantep.

Onur, G. (2012). *Dış Pazar Araştırması Nasıl Yapılır?* Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Yayınları.

Ölmez, S. (2006). *Kobi'lerin Uluslararasılaşma Süreçleri: Adana İli Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.

Özalp, A. (2008). *Sivil Toplum Örgütlerinin Toplumsal ve Siyasal Bakımdan Önemi*. Dernekler Denetçiliği Yeterlilik Tezi, Ankara.

Özer, A. (1994). *Türkiye'de Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları (Anayasa Hukuku Açısından)*. Ankara: TÜGİAD.

Özerkmen, N. (2004). *Ahiliğin Tarihsel-Toplumsal Temelleri ve Temel Toplumsal Fonksiyonları-Sosyolojik Yaklaşım*. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 44 (2), 57-78.

Öztürk, N. (2002). *Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7, 43-56.

Öztürk, N. (2009). *Dış Ticaret*. Ankara: Palme Yayıncılık.

Öztürk, S. A. (2006). *Küresel Sınırları Zorlamak Uluslararasılaşma Süreci ve Sınırları Zorlayan Şirketler*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Özyılmaz, H., Dağtekin, E., Oğuz, G. P. (2008). *Sivil Toplum Kuruluşları ve Meslek Örgütlerince Mimarlık*. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (26), 206-222.

Pirtini, S., Melemen, M. (2004). *İhracat Uygulamaları Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Resmi Gazete. (15 Mart 1950). Sayı: 7457.

Resmi Gazete. (6 Ocak 1996). Sayı: 22515.

Süygün, M. S. (2007). *Çukurova Bölgesinde Faaliyet Gösteren İhracatçı Kobi'lerin Bilişim Teknolojileri Kullanımlarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.

Şen, M. (2002). *Osmanlı Devletinde Sosyal Güvenlik: Ahi Birlikleri, Loncalar ve Vakıflar*. Çimento İşveren, 18-40.

Şentürk, C. (2007). *Dış Ticaret - Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye ve Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Testi*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Isparta.

Şimşek, M., Kadılar, C. (2010). *Türkiye’de Beşeri Sermaye, İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Nedensellik Analizi*. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 11 (1), 115-140.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu. (2009). *Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarının Teşkilat ve Mali Yapıları, Denetimleri, Organlarının Seçimlerine Dair Esasların Değerlendirilmesi İle Bunların Etkin ve Verimli Şekilde Hizmet Yürütmelerinin ve Geliştirilmesinin Sağlanması Amacıyla Alınması Gereken Tedbirler. Araştırma ve İnceleme Raporu*. <http://www.tccb.gov.tr/ddk/ddk41.pdf>.

Terpstra, V., Sarathy, R. (2000). *International Marketing* (8. Baskı). A.B.D: Dryden Yayınevi.

Tosunoğlu, Ş., Moğol, T., Çakır, T., Dülger, C., Arslan, M. O., Taraktaş, A. (2012). *Kamu Maliyesi*. Tosunoğlu, Ş., Ergül, Y. T. (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Üskül, M. Z. (1974). *Kamu Yönetimi Açısından Türkiye’de Ticaret ve Sanayi Odaları*. Doçentlik Tezi, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.

Van Fleet, M. (1992). *The U.S. Chamber of Commerce: The Voice of Business*. Business America, 113 (23), 18-20.

Yalçın, N. (2008). *Sivil Toplum Kuruluşları ve Yoksulluk*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Aydın.

Yazıcı, N. (1995). *Lonca Sisteminin İşsizlik Sigortasıyla İlgisi Üzerine Bazı Düşünceler*. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 35, 155-165.

Yılmaz, H.B. (2007). *Ulusal Oda Sistemlerinin Rolü, Görevleri, Güçlü ve Zayıf Yönleri*. Ekonomik Forum. 66-69.

Yılmaz, M., Hakyemez, Y. Ş., Çaha, Ö., Çokgezen, M., Toksoy, F., Şahin, Y. (2011). *Türkiye 'de Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları, Sivil Toplum ve Demokrasi*. Yayla, A., Şahin, B. (Ed.). Ankara: Liberal Düşünce Topluluğu Derneği.

Yılmaz, M., Özken, A. (2013). *İhracat*. İstanbul: Optimist Yayım ve Dağıtım.

Yılmaz, M. (2014). *111 Soruda İhracat*. İstanbul: Optimist Yayım ve Dağıtım.

İNTERNET KAYNAKLARI

URL1:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54f5a0f5e151e8.06085656 Erişim Tarihi:24.03.2014.

URL2:<http://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx> Erişim Tarihi:24.03.2014.

URL3:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54f5a3feb74746.29374552 Erişim Tarihi: 27.04.2014.

URL4:<http://www.tesk.org.tr/tr/5362/tarih.html> Erişim Tarihi:30.03.2014.

URL5: <http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm> Erişim Tarihi: 06.04.2014.

URL6:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54f5a637ecd9d2.05988199 Erişim Tarihi:19.04.2014.

URL7:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54f5a63e01b623.54815982 Erişim Tarihi: 22.03.2014.

URL8:<http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Tarihce.php> Erişim Tarihi: 04.05.2014.

URL9:<http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/AmaciveYapisi.php>

Erişim

Tarihi:

04.05.2014.

URL10:<http://tuikapp.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=0¶m2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5801> Erişim Tarihi: 24.01.2015.

İLGİLİ MEVZUAT

1924 Anayasası

1961 Anayasası

1982 Anayasası

5174 Sayılı Kanun

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Bütçe ve Muhasebe Yönetmeliği

EKLER

1. ANKET SORULARI

AÇIKLAMA

Sayın Yetkili;

Bu anket, T.C. Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı dâhilinde hazırlanmakta olan yüksek lisans tezine veri sağlamak için hazırlanmıştır.

Çalışmanın amacı; işletmelerin ihracat faaliyetlerine yönelik olarak üyesi oldukları Ticaret Odası'ndan beklentilerini belirlemek ve ihracat faaliyetlerine yönelik olarak üyesi oldukları Ticaret Odası'ndan aldıkları hizmetlerden ne kadar memnun olduklarını ortaya çıkartmaktır.

Elde edilecek bilgilerin geçerliliği ve araştırmanın başarısı açısından vereceğiniz tam ve doğru cevaplar büyük önem taşımaktadır. Ayrıca verdiğiniz tüm yanıtlar sadece bilimsel amaçlar için kullanılacak olup gizli tutulacaktır. Zaman ayırdığınız ve çalışmaya katkı sağladığınız için çok teşekkür ederim.

Araş. Gör. Kamile Meriç

Kafkas Üniversitesi

A) ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

1-Ticaret Odası'na kaç yıldır üyesiniz?

2-Üyesi olduğunuz Ticaret Odası'ndan ihracat faaliyetlerinize yönelik ne tür hizmetler aldınız?

- () Dolaşım Belgeleri Onayı
- () Yurt Dışı Fuar Katılımı
- () Danışmanlık Hizmeti
- () Yabancı Dil Desteği
- () Dış Ticaret Eğitimi
- () Vize Alımında Destek
- () İkili Görüşme Hizmeti
- () Diğer (Lütfen belirtiniz).....

3-İşletmenizin ihracat sürecinde, üyesi olduğunuz Ticaret Odası'nın desteğini nasıl tanımlarsınız?

- () Fazlasıyla destek oluyor.
 () Orta düzeyde destek oluyor.
 () Az destek oluyor.
 () Hiç destek olmuyor.

4-Üyesi olduğunuz Ticaret Odası uluslararası alandaki faaliyetlerinizi ihracattan ileriye taşımak için (yurtdışından ortak bulma, yurtdışında yatırım yapma vs.) size yardımda bulunuyor mu?

() Evet

() Hayır

5-Aşağıda, üyesi olduğunuz Ticaret Odası'nın, işletmenizin ihracat faaliyetlerine yönelik hizmetleri hakkındaki **MEMNUNİYET DÜZEYİNİZİ** ortaya koymayı amaçlayan çeşitli ifadeler yer almaktadır. İşletme olarak bu ifadelere ilişkin memnuniyet düzeyinizi gösterecek en uygun yere (X) işareti koyunuz. **1-Hiç Memnun Değilim 2-Memnun Değilim 3-Ne Memnunum Ne Memnun Değilim 4-Memnunum 5-Çok Memnunum** anlamındadır. İşletme olarak fikir sahibi olmadığınız ifadenin karşısını lütfen boş bırakınız.

1	Dış Ticaret birimindeki personelin davranışından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
2	Dış Ticaret birimindeki personelin bilgi yeterliliğinden	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
3	Üyelerin, ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için Oda'dan almaları gereken resmi evrakların zamanında hazırlanmasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
4	Üyelerin, ihracat faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için Oda'dan almaları gereken resmi evrakların hatasız hazırlanmasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
5	Dolaşım belgeleri onayı sırasında sunulan hizmetten	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
6	Üyelerin ihracat faaliyetlerine yönelik	1	2	3	4	5

	düzenlediği eğitimlerden	Hiç Memnun Değilim	Memnun Değilim	Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	Memnunum	Çok Memnunum
7	Yabancı dil ile ilgili üyelere katkılarından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
8	İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla verdiği danışmanlık hizmetinden	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
9	İhracata yönelik devlet yardımlarından üyelerinin yararlanması amacıyla ilgili kuruluşlara müracaatta ve gerekli belgelerin düzenlenmesinde yardımcı olmasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
10	İthalat talepleri konusunda bilgilendirmesinden	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
11	Üyelerin ilgilendiği pazar ve sektörlerde ilgili firmaları belirlemesine yardımcı olmasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
12	Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu rehberlik hizmetinden	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
13	Ticari vize temini ile ilgili işlemlerde sunduğu takip hizmetinden	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
14	Organize ettiği ‘ikili görüşme’ toplantılarından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
15	Üyelerin yurt dışı fuarlara katılımına yardımcı olmasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
16	Üyelerin yurt dışı fuarlarda tanıtımına yardımcı olmasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum

17	Dış ticaret mevzuatı, uluslararası ticarete yönelik mevzuat, KOBİ teşvikleri ve güncel konulara yönelik yazılar, resmi gazetenin ilgili web linkleri ile tam metin olarak ilgili kanun, tebliğ ve yönetmelikleri elektronik ortamda yayınlamasından	1 Hiç Memnun Değilim	2 Memnun Değilim	3 Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	4 Memnunum	5 Çok Memnunum
----	---	-------------------------------	------------------------	--	---------------	----------------------

6-İşletmenizin ihracat faaliyetlerine yönelik olarak üyesi olduğunuz Ticaret Odası'ndan, hangi hizmetleri beklediğinizi lütfen belirtiniz.

7-İşletmenizin ihracat faaliyetleri ile ilgili olarak Ticaret Odası dışında hangi kurumlardan ne tür hizmetler alıyorsunuz?

Kurum Adı

Alınan Hizmet Türü

B) İŞLETME İLE İLGİLİ BİLGİLER

1-İşletmeniz hangi sektörde faaliyet göstermektedir?

- | | |
|--|---|
| ☐ Gıda | ☐ Tekstil |
| ☐ Makine | ☐ Metal |
| ☐ Otomotiv ve Yan Sanayi | ☐ Seramik ve Refrakter |
| ☐ Mobilya | ☐ Kimya |
| ☐ Madencilik | ☐ Sağlık |
| ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz) | |

2-İşletmenizin statüsü nedir?

- | | |
|---|---|
| ☐ Şahıs Şirketi | ☐ Anonim Şirket |
| ☐ Limited Şirket | ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz)..... |

- 3-İşletmenizdeki personel sayısı nedir?
- 4-İşletmenizin cirosu ne kadardır?
- 5-Kaç yıldır ihracat yapıyorsunuz?
- 6-Yılda ortalama kaç kez ihracat yapıyorsunuz?.....
- 7-İhracatınız, toplam satışlarınızın yüzde kaçını oluşturuyor?.....
- 8-Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?.....
- 9-İşletmenizde ihracat faaliyetlerinizi yürüten ayrı bir birim var mı?

() Evet

() Hayır

10-İhracat faaliyetlerinizde karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

- () Dil sorunu
- () Nitelikli ihracat elemanı eksikliği
- () Pazarlama araştırması
- () Yabancı pazarlardaki yoğun rekabet
- () Yetersiz devlet desteği ve teşvik
- () Yasal düzenlemeler hakkında bilgi eksikliği
- () Finansman sorunları
- () Diğer (Lütfen belirtiniz).....

Ekleme istediğiniz düşünceleriniz varsa lütfen belirtiniz.

C) ANKETİ DOLDURAN KİŞİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

İşletmedeki Görevi:

İşletmede Çalıştığı Süre:

Sektörde Çalıştığı Süre:

Yurt Dışı İş Deneyimi:

Eğitimi: () İlköğretim () Lise () Üniversite () Yüksek Lisans ()

Doktora

Bildiği Yabancı Diller:

Anketimiz sona ermiştir, teşekkür ederiz.

2. ÜLKELERE GÖRE ODA SİSTEMİ SINIFLANDIRMASI

KITA AVRUPASI ODA SİSTEMİ	ANGLO-SAKSON ODA SİSTEMİ	KARMA ODA SİSTEMİ
AFRİKA: Cezayir, Fildişi Sahilleri, Cibuti, Mısır, Eritrea, Fas, Senegal, Tunus.	AFRİKA: Gana, Mozambik, Namibya, Sierra Leone, Güney Afrika, Zimbabve.	
AVRUPA: Avusturya, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Slovenya, İspanya, Yunanistan, Lüksemburg.	AVRUPA: Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Macaristan, Estonya, İngiltere, İrlanda, İsveç, İsviçre, Litvanya, Norveç, Polonya, Slovakya, Finlandiya, Belçika, Letonya, Malta, Portekiz, Bulgaristan, Romanya.	
	KUZEY AMERİKA: Kanada, ABD.	
	LATİN AMERİKA: Arjantin, Şili, Jamaika, Peru, Venezuela.	LATİN AMERİKA: Brezilya, Meksika
	ASYA&AVUSTRALYA: Avustralya, Hindistan, Nepal, Yeni Zelanda, Filipinler, Singapur, Sri Lanka.	ASYA: Japonya, Tayland

Kaynak: Yılmaz, 2007: 68.

ÖZGEÇMİŞ

Kimlik Bilgileri

Adı Soyadı : Kamile MERİÇ
Doğum Yeri : Eskişehir
Doğum Yılı : 1982

Eğitim Durumu (Okul Adı ve Mezuniyet Yılı)

Lise : Eskişehir Yunus Emre Süper Lisesi - 2000
Lisans : Anadolu Üniversitesi - 2005
Yüksek Lisans : Aksaray Üniversitesi - 2015

Haberleşme Bilgileri

Adres : Kafkas Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü KARS
Telefon : 0 554 6782838
E-Posta : kamilemeric@kafkas.edu.tr

Bilimsel Çalışmalar

Yeniçeri, T., Güner, K. (2013). *Enerji Verimli Ürünlere Karşı Tutumun ve Çevre Bilincinin Satın Alma Niyetine Etkileri Üzerine Bir Araştırma*. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 12, 47-67.

Yüce, A., Güner, K. (2014). *Özgüvenin Anlık Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolünü Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama*. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 28 (2), 199-217.