

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KOBİ'LERİN İHRACAT SORUNLARI:
GAZİANTEP'TE TEKSTİL İŞLETMELERİNDE
BİR ALAN ARAŞTIRMASI

HAZIRLAYAN
Salih KARATAŞ

GAZİANTEP-2020

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KOBİ'LERİN İHRACAT SORUNLARI:
GAZİANTEP'TE TEKSTİL İŞLETMELERİNDE
BİR ALAN ARAŞTIRMASI

HAZIRLAYAN

Salih KARATAŞ

TEZ DANIŞMANI

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇETİNDAS



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ YÜKSEK LİSANS KABUL VE ONAY FORMU

Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret ve Lojistik Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi **Salih KARATAŞ** tarafından hazırlanan “**Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları: Gaziantep’te Tekstil İşletmelerinde Bir Alan Araştırması**” başlıklı tez, **18/11/2020** tarihinde dijital ortamda yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Görevi

Unvanı, Adı ve Soyadı

İmzası:

Kurumu/Üniversitesi

Jüri Başkanı

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇETİNDAS

Tez Danışmanı

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim AKBEN

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Yunus KILIÇ

Akdeniz Üniversitesi

Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Yakup DURMAZ
Enstitü Müdürü

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları: Gaziantep’te Tekstil İşletmelerinde Bir Alan Araştırması ” başlıklı çalışmanın tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.

[İmza]

Salih Karataş

ÖNSÖZ

KOBİLER dinamik ve esnek yapılarıyla ekonomik canlanma, yapısal değişim ve teknolojik uyum sağlama konularında oldukça başarılı olmalarının yanı sıra, işsizliği, bölgeler ve sosyal sınıflar arasındaki eşitsizliği azaltmada da sosyal araç niteliğindedir. Günümüzde KOBİ'ler tüm ülkelerde en çok yer kaplayan ekonomik birimlerdir.

Ülkeler için dış ticaretin gerçekleşmesi aşamasında üretici ve ihracatçı konumunda bulunan KOBİ'lerin, ülkemizde çok etkin bir şekilde çaba göstermesine rağmen, KOBİ'ler ihracat alanında, özellikle ülkemizde pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Bu bağlamda hazırlamış olduğum “KOBİLER’DE İhracat Sorunları: Gaziantep’te Tekstil İşletmelerinde Bir Alan Araştırması” konulu tezimde bana olan güvenini her zaman hissettiğim ve bilimsel bakış açısıyla tezime katkılarını sağlayan başta danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Çetindaş’a, Dr. Bünyamin Han ve Arş. Gör. Ahmet Kasım Sezgin’e teşekkürlerimi sunarım.

Gaziantep, 2020

Salih KARATAŞ

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN İHRACAT SORUNLARI:

GAZİANTEP’TE TEKSTİL İŞLETMELERİNDE

BİR ALAN ARAŞTIRMASI

ÖZET

Türkiye’nin Dünya ekonomisi ile entegrasyon için yapılması gereken zorunlu çalışmalardan birisi, KOBİ’lere ilişkin ekonomi politikalarını gözden geçirip dünya ekonomisindeki gelişmeler ışığında yeni strateji ve politikalar geliştirmektir. Ekonominin önemli bir ağırlığını oluşturan bu işletmeler, ekonomiye dinamizm ve rekabetçi bir boyut kazandırarak piyasa mekanizmasının etkinliğini artırma, sürdürülebilir kalkınmayı sağlama, istihdam yaratma, bölgesel sosyo-ekonomik dengesizliklerin giderme ve kalkınmayı tabana yayma gibi önemli fonksiyonları ile Türk ekonomisinin temel dinamiğini oluşturmaktadırlar

Günümüz ekonomisinde işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ’ler oluşturmakta ve bu işletmelerin ekonomiye olan katkıları ise azımsanmayacak boyuttadır. Ekonomik kalkınma için, girişimciliğe öncülük eden KOBİ’lerin gelişmesine yardımcı olmak gerekmektedir. Performanslarının az olması, ürün kalitesinin düşük olması KOBİ’lerin yeni pazarlara açılmalarını engelleyen durumlardandır. İhracatta meydana gelebilecek sorunlar KOBİ’leri ihracat yapmaktan alıkoyabilir. Bu durumda temel sorunların saptanarak, etkili ve yapıcı tedbirlerin alınması KOBİ’lerin yararına olacaktır.

Anahtar Kelimeler:KOBİ, Dış Ticaret, KOBİ Destekleri, KOBİ’lerin İhracat Sorunları

ABSTRACT

On of the obligatory labors that must be done for Turkey’s integration to worldwide economy is to look over the economy policies related to SMEs, then develop policies and new strategies under the light of developments on worldwide economy. These businesses, that create a huge part of the economy, through gaining dynamism and a competitive dimension to the economy constitute the basic dynamism of Turkish economy, with their such important functions like increasing the strength of market mechanism, providing the sustainable development, employment creation eliminating the local socio-economic imbalance and spreading the development over the people.

In today 's economy, the majority of enterprises are SMEs and their contribution to the economy is not to be underestimated. For economic development, it is necessary to help the development of SMEs leading to entrepreneurship. Low performance and low product quality are the conditions that prevent SMEs from opening to new markets. Problems in exports may prevent SMEs from exporting. In this case, it will be in the interest of SMEs to identify basic problems and to take effective and constructive measures.

Keywords: SME, Foreign Trade, SME Supports, SMEs Export Problems



TABLÖLER LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	59
Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyeti.....	60
Tablo 3. Katılımcıların Yaşı.....	60
Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Durumu.....	61
Tablo 5. Katılımcıların Çalışma Süresi.....	61
Tablo 6. Katılımcıların Medeni Durumu.....	61
Tablo 7. İşletmede Çalışan Sayısı.....	62
Tablo 8. Yıllık Toplam Satış Hasılatınızın Ne Kadarını İhracattan Temin Etme Oranı.....	62
Tablo 9. Ülkelere Göre Yıllık Ortalama İhracat Durumu.....	63
Tablo 10. İşletmelerin Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar.....	63
Tablo 11. İşletmelerin Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Maddesel Bazda İncelenmesi.....	64
Tablo 12. İşletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar.....	66
Tablo 13. İşletmelerin Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Maddesel Bazda İncelenmesi.....	67
Tablo 14. İşletmelerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar.....	68
Tablo 15. İşletmelerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları	

Sorunların Maddesel Bazda İncelenmesi.....	69
Tablo 16. Kurumunda Çalışan Sayısına Göre İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Anova Testi Analiz Sonuçları.....	71
Tablo 17. Satış Hasılatını İhracattan Temin Etme Düzeyine Göre İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Anova Testi Analiz Sonuçları.....	72
Tablo 18. Farklı Ülkeye İhracat Yapma Sayısına Göre İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Anova Testi Analiz Sonuçları.....	73
Tablo 19. İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Korelasyonları.....	74
Tablo 20. Hipotez Sonuçları.....	75

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1. Uluslararası Ticarete Uygulanan Tarife Dışı Engeller.....	25
Şekil 2. İthalat Kotalarının Ekonomik Etkileri.....	26



KISALTMALAR LİSTESİ

AB : Avrupa birliği

AR-GE : Araştırma Geliştirme

ATMI : Amerikan Tekstil Üreticileri Enstitüsü

BDT : Bağımsız Devletler Topluluğu

DPT : Devlet Planlama Teřkilatı

DTM : Dış Ticaret Müteşarlığı

GSYİH : Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

ISO : International Organization for Standardization

İHKİB : İstanbul Hazır Giyim Ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği

İTHİB : İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği

KOBİ : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler

KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

NATCO : Kuzey Amerika Tekstil Şirketleri

TESK : Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu

TOBB : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TSE : Türk Standartlar Enstitüsü

TUTSİS : Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası

TÜSİAD : Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneđi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
ÖZET	II
ABSTRACT	II
TABLolar LİSTESİ.....	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VI
KISALTMALAR LİSTESİ	VII

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1.Problemin Tanımı Ve Tarihçesi	3
1.1.1 Problem Cümlesi	5
1.2.Araştırmanın Amacı Ve Araştırmanın Soruları.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi	5
1.4.Sınırlamalar	6
1.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	7
1.6. Temel Terminoloji.....	8
1.9. Araştırmanın Yapısı	10

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE	11
-------------------------	----

2.1 Kobilerin Tarihsel Süreci	11
2.2. Kobi Tanımı	11
2.2.1.KOBİ Tanımlamada Kullanılan Nicel Ölçütler	12
2.2.2 KOBİ Tanımlamada kullanılan Nitel Ölçütler	12
2.3. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Özellikleri	13
2.4. KOBİ'lerin Önemi.....	13
2.5. Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Avantaj ve Dezavantajları.....	14
2.5.1. KOBİ'lerin Avantajları.....	14
2.5.2 KOBİ'lerin Dezavantajları	15
3.Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelik Sorunları	15
3.1.İhracatın Tanımı Ve Önemi.....	15
3.2. İhracat Çeşitleri	15
3.2.1. Dolaylı İhracat	16
3.2.2. Dolaysız İhracat	16
3.3. Türkiye'deki Kobilerin İhracattaki Yeri ve Önemi.....	17
3.4.KOBİ'leri İhracata Yönelten Nedenler	18
3.5. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Temel Sorunlar.....	19
3.5.1 Örgütlenme Ve Yönetim Sorunları.....	20
3.5.1.1. KOBİ'lerin Planlama Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar.....	20
3.5.1.2. KOBİ'lerin Örgütlenme (Organizasyon) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar	20
3.5.1.3. KOBİ'lerin Yöneltilme (Yön Verme) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar	21
3.5.1.4. KOBİ'lerin Eşgüdümleme Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar.....	21
3.5.1.5. KOBİ'lerin Kontrol Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar	22
3.5.2. Tedarik Sorunları	22
3.5.3. Üretim İle İlgili Sorunlar	23
3.5.4. Pazarlama İle İlgili Sorunlar.....	23
3.5.5. Finansal Yönetim İle İlgili Sorunlar	23

3.5.6. Muhasebe İle İlgili Sorunlar	24
3.5.7. İnsan Kaynakları İle İlgili Sorunlar	24
3.5.8. Halkla İlişkiler İle İlgili Sorunlar	24
3.5.9. Ar-Ge İle İlgili Sorunlar	25
3.5.10. Karar Alma İle İlgili Sorunlar	25
3.6. Kobi'lerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar	26
3.6.1. Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	26
3.6.1.1. Tarife ve Tarife Dışı Engellerden Kaynaklanan İhracat Sorunları	27
3.6.1.1.1. <i>Hükümet Uygulamaları ve İthalat Kotaları</i>	29
3.6.1.1.2. <i>Yabancı Ülkelerin Korumacılık Eğilimleri</i>	31
3.6.1.2. Uluslararası Pazarın Alt Yapısından ve Dağıtım Kanallarından Kaynaklanan İhracat Sorunları.....	32
3.6.1.2.1. <i>Dağıtım Kanallarının Eksikliği</i>	35
3.6.1.2.2. <i>İç Nakliye ve Liman Masrafları</i>	35
3.6.1.2.3. <i>Alternatif Ulaşım Yollarının Yetersizliği</i>	35
3.6.1.2.4. <i>Lojistik Planlaması Ve Koordinasyon Eksikliği</i>	36
3.6.1.3. Uluslararası Pazardaki Politik Koşullardan Kaynaklanan İhracat Sorunları	36
3.6.1.4. Uluslararası Pazarlardaki Pazar Potansiyellerinden ve Ekonomik Koşullardan Kaynaklanan İhracat Sorunları.....	37
3.6.1.4.1. <i>Ürün Standartları, Etiketlemeler ve İşaretlemelerden Kaynaklanan Sorunlar</i>	40
3.6.1.4.2. <i>Teknoloji ve AR-GE</i>	41
3.6.1.4.3. <i>Standardizasyon</i>	41
3.6.1.5. Kültürel Faktörlerden Kaynaklanan İhracat Sorunları.....	42
3.6.1.5.1. <i>Yetişmiş Eleman ve Dil Sorunu</i>	43
3.6.2. KOBİ'lerin Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunları.....	44
3.6.2.1. Ulusal Ekonomi ve İç Pazar Koşullarından Kaynaklanan İhracat Sorunları	45
3.6.2.1.1. <i>Ulusal Ekonomi ve Pazarlardaki Belirsizlik</i>	47
3.6.2.1.2. <i>Yüksek Enflasyon</i>	48
3.6.2.1.3. <i>Devletin Uluslararası Pazarlara Yönelik Konumlandırma ve Tutundurma Eylemlerindeki Yetersizliği</i>	48
3.6.2.2. Ulusal Yasalardan ve Hükümet Uygulamalarından Kaynaklanan İhracat Sorunları	49

3.6.2.2.1. İhracatla İlgili Kamu Kuruluşlarının Ağır ve Yavaş Bürokratik Uygulamaları	50
3.6.2.2.2. İhracata Dönük Etkin ve Verimli Olmayan Devlet Yardımları	51
3.6.2.3. Diğer Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	51
3.6.2.3.1. Taşıma Alt Yapısı ve Liman Hizmetleri	51
3.6.2.3.2. İletişim Olanakları	52
3.6.2.3.3. Bankacılık Hizmetleri	52
3.6.2.3.4. Gümrüklerde Karşılaşan Sorunlar	52
3.6.3. KOBİ'lerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan Sorunları	53
3.6.3.1. Yönetim İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	54
3.6.3.2. Pazarlama İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	57
3.6.3.3. Finansman İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	59
3.6.3.4. Üretim İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	62
3.6.3.5. İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları	64
3.6.3.5.1. Eğitimsiz ve Tecrübesiz İhracat Personeli	65
3.6.3.5.2. İhracat Uzmanlarının İstihdam Edilmesindeki Zorluklar	66
4.Kobilerde Yaşanmış Sorunlarla İlgili Yapılmış Çalışmalar	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM..... 71

3.1. Yöntem	71
3.1.1. Veri Toplama Araçları	71
3.1.2. Veri analiz yöntemi	71
3.1.3. Evren ve Örnekleme	72
3.2. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	72

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR 74

4.1. Anova Testi Analiz Sonuçları	84
4.2. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları	89

BEŞİNCİ BÖLÜM

V.SONUÇ VE ÖNERİLER	91
----------------------------------	-----------

KAYNAKÇA	94
-----------------------	-----------

EKLER.....	99
-------------------	-----------

EK 1. Anket Formu	99
-------------------------	----

Ek 2. Özgeçmiş	102
----------------------	-----

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

KOBİ'ler, sanayi devrimine kadar temel üretim birimi olmuşlardır. Ölçek ekonomisinin her geçen gün öneminin artmasıyla üretimin büyük işletmelere kaydırılmasına rağmen önemini muhafaza etmişlerdir. Sanayi devrimiyle birlikte büyük işletmeler ile rekabet edememelerine rağmen her ne kadar da gelişmiş ülkelerde temel üretim birimi olma özelliğini kaybetmelerine rağmen birçok ülkede üretim ve istihdam konularında temel kaynak olmuştur (Evin, 2012).

KOBİ'ler hayatımızın her alanında önemli işlevler üstlenilmektedir. KOBİ'ler Ülkemizde geniş bir alana yayıldıkları için iki noktada önem arz etmektedir. Birincisi bölgeler arası gelişmişlik farklarını düşürme ikincisi ise, istihdam olanağı oluşturmaktadır. KOBİ girişimcilerinin daha fazla mülkiyete sahip olma arzuları, başarılı olma ve büyük yatırımlar yapma arzuları temel istikrarın omurgası olarak kabul edilebilir (Subaşı, 2006: 2).

Ülkemizin diğer dünya ekonomileri ile bütünleşebilmesi için atılması gereken en önemli adım KOBİ'lerin ekonomik politikaların gözden geçirilmesi ve doğrultuda yeni stratejik politikalar geliştirilmelidir. Bunun en önönemli sebebi ise sanayinin önemli bir kısmını oluşturan KOBİ'ler piyasaya rekabetçi bir boyut kazandırmasıyla ekonomik canlanma, istihdam oluşturma ve bölgeler arası dengesizliği giderme gibi temel işlevleri ile ekonominin temelini oluşturmaktadırlar.

Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren KOBİ'ler son yıllarda dikkat çekmeye başlamış üretim ve ihracatta önemli başarılarla imza atmıştır. KOBİ'lerin üretim ve istihdama olan katkıları, değişen pazar koşullarına uyum sağlayan esnek ve dinamik bir yapıda olmalarından kaynaklanmaktadır. Buna karşılık, ekonomimiz içinde çok önemli bir konum elde eden KOBİ'ler ihracat ve katma değer konusunda gereken değeri görmemektedir. İhracatta karşılaştıkları sorunlar genellikle kurumsallaşamamaları, üretim ölçeği, kur riskinden kaynaklanan dalgalanmalardan meydana gelmektedir.

KOBİ'ler, diğer büyük işletmelere göre az bir yatırımla daha fazla üretim yapma ve bol ürün çeşidi sağlama, kişisel tasarrufların teşvik edilmesi, bölgeler arasında dengeli kalkınmayı sağlama ve özellikle daha düşük yatırım maliyetleri ile istihdam oluşturma gibi

özelliklere sahiptirler. Bu özelliklerinden dolayı KOBİ“ler dünyada olduğu gibi ülkemizde de ekonomik ve sosyal yapı içerisinde önemli bir işleve sahiptirler. KOBİ“ler, ülke ekonomileri içindeki önemli konumlarına rağmen, kendi yapısal özelliklerinden ve dış çevre faktörlerinden kaynaklanan birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar (Arı, 201: 1).

Bu araştırma 5 bölüme ayrılmıştır. Bölüm I’de problemin tanımı, amacı, hipotezler, kapsamı, önemi, sınırlılıkları ve temel terminoloji açıklanmıştır. Bölüm II’de Türkiye’de tekstil sektörü ve KOBİ’lerin ihracatta karşılaştığı sorunlar, tekstil sektörünün yapısı ve tekstil sektörünün dış ticarete yaşadığı sorulara detaylı bir şekilde yer verilecektir. Bölüm III’de Materyal ve Yöntem kısmına değineceğiz. Bölüm IV’te bulgular kısmına değineceğiz son bölümde ise sonuç ve öneriler kısmına değineceğiz.

1.1.Problemin Tanımı Ve Tarihçesi

Günümüz ekonomisinde işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturmakta ve bu işletmelerin ekonomiye olan katkıları ise azımsanmayacak boyuttadır. Ekonomik kalkınma için, girişimciliğe öncülük eden KOBİ'lerin gelişmesine yardımcı olmak gerekmektedir.

Konuyla ilgili yapılmış bazı çalışmalar yıllara göre aşağıda belirtilmiştir.

1960 ile 1970 yıllar arasındaki KOBİ'lerin ihracatındaki engellere ilişkin çalışmalarda beş önemli sorun tespit edilmiştir. Bunlar; evrak işleri, güvenilir bir distribütör seçimi, tarife dışı engeller, akredifler ve müşterilerle olan iletişim olarak sıralanmaktadır. (Bilkey, 1978: 33-46).

2000'li yılların başında konuya ilgili bilimsel dergilerde daha az sayıda çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Bu alandaki az sayıdaki çalışmanın yanı sıra (Shaw and Darroch, 2004: 327-343), ihracatçı olmayan ülkelerde uluslararasılaşmanın önündeki engeller konusunda bir takım önemli farklılıklar tespit etmişlerdi. İhracattaki algılanan engelleri ve doğasını anlamaya çalıştıkları araştırmaları çok sayıda araştırmacıya ilham kaynağı olmuştur (Leonidou, 1995, s. 4-25). Ayrıca ihracat uluslararası pazarlama teorisinin inşası için de umut verici bir alan olarak kabul edilmiştir (Zou and Stan, 1998: 333-356).

Pinho & Martins (2010) Portekiz'deki potansiyel ihracatçı ve ihracatçı olmayan KOBİ'lerin ihracat yapmasındaki bazı önemli engellerin belirlenmeyi amaçlamışlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, ihracatçı olmayan KOBİ'lerin ihracat yapmasındaki engeller olarak; potansiyel piyasalar hakkında bilgi eksikliği, nitelikli ihracat personeli eksikliği, teknik uygunluk eksikliği, sektördeki rekabet derecesi ve mali yardım eksikliği (devlet ve finansal kurumlar) ile nitelikli insan kaynağının olmaması tespit edilmiştir. İhracatçı KOBİ'ler ise, hedef piyasadaki fiziksel ürün akışının depolanmasını ve kontrolünü en büyük engel olarak görüyorlardı (Pinho and Martins, 2010: 254-272).

Khattak ve arkadaşları (2011) Pakistan'daki KOBİ'lerin mevcut ihracat zorluklarını ve bu engellerin KOBİ'leri nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Bu çalışmanın bulgularına göre, iç engellerin (enerji krizi, politik-ekonomik-sosyokültürel çevre, pazarlama, fonksiyonel) dış

engellerden (kalite ve fiyat rekabeti, ekonomik-politik-sosyokültürel çevre, ödeme, dil, belgeleme) daha etkili olduğunu ortaya koymuştur (Khattak, 2011: 192-199).

Abor vd. (2014), KOBİ'lerin banka finansmanına erişimini ve bunların ihracat faaliyetlerini nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Araştırmanın bulguları, KOBİ'lerin banka finansmanına erişiminin ihracat yapma olasılığını artırdığını göstermektedir. Finansman, yüksek ihracat maliyetlerini karşılamak için, uluslararası pazarlama, markalaşma ve yurtdışı pazarlar için gerekli olan yüksek kalite standartlarını karşılamak için kritik öneme sahiptir. Araştırmanın sonuçları, eski firmaların, daha üretken firmaların ve daha büyük firmaların ihracat pazarına girme konusunda önemli bir adım atma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu nedenle politika müdahaleleri, KOBİ'lerin ticari bankalardan fonlara erişimini engelleyen darboğazları azaltmaya yönelik olmalıdır (Abor, Agbloyor, Komla and Kuipo, 2014: 97-103).

Moritz, Block ve Heinz (2016), 28 Avrupa ülkesinde yaptıkları çalışmada, KOBİ'lerin finansman araçlarının sayısı, bunların kombinasyonu, ürün, sanayi ve ülkeye özgü özellikleri, finansman sorunlarındaki değişiklikler özellikli olarak incelenmiştir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, KOBİ'lerin finansman yapısı incelendiğinde homojen bir yapıda olmadıkları, farklı finansman kalıplarının olduğu ortaya çıkmıştır. Finansman durumu KOBİ'lerin yapısını etkileyen en önemli unsurdur. KOBİ'lerin finansman durumunu anlamak için arz talep yapısını ve sosyal davranışlarını incelemek gerekir. Firmanın büyüklüğü, yaşı, ömrü, ürettikleri ürünler, firmanın yenilikçilik anlayışı, finansal yapısını etkileyen diğer unsurlardır. Siyasi açıdan incelendiğinde KOBİ'lere finansal destek sağlamak büyük önem taşımaktadır. Hükümetin uyguladığı destek programları KOBİ'lerin finansmana erişimi noktasında büyük önem arz etmektedir. KOBİ'lerin aktif hareket edememelerinin nedeni, mali kısıtlamalarının olmasından kaynaklanmaktadır (Moritz and Block, 2016: 115-148).

Bu anlamda Gaziantep gibi ekonomisi güçlü olan bir ilimizde daha önce Gaziantep'te tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracatta yaşadığı problemleri anlatacak bir çalışma yapılmamıştır. Bu bağlamda bu çalışma Gaziantep'te tekstil alanda faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracatta yaşadığı problemleri tespit etmektir.

1.1.1 Problem Cümlesi

Yaptığım bu çalışmada konumuzun ana problemi bir soru ifadesi olarak, “İhracat yapan firmaların en çok sorun yaşadığı uluslararası dış çevrede, ulusal dış çevrede ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan sorunlara karşı işletmeler nasıl bir yaklaşım içinde olmalı ve bu üç sorun göz önünde bulundurarak ne gibi tedbirler almalıdır?”

1.2.Araştırmanın Amacı Ve Araştırmanın Soruları

Para, sermaye ve mal hareketlerinin küresel bir boyut kazandığı günümüzde işletmeler artık yönünü uluslararası pazarlara çevirmektedir. Küreselleşme olgusu ile birlikte teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte dünyada pazar alanını adeta daraltmıştır. Bu aşamada günümüz toplumunun farklılaşan özel ihtiyaçlarını karşılayacak esnek üretim sistemleri yerini almıştır. (Eminoğlu, 2013: 60).

Bu araştırmanın amacı; KOBİ’lerin dış ticarete karşılaştıkları sorunları inceleyerek bu sorunların ekonomide ne tür etkiler oluşturduğunu tartışmaktır. Bu duruma sebep olan nedenleri sonuçları ile araştırarak bilimsel bir bakış açısı kazandırmaktır. Bu bağlamda, Gaziantep’te faaliyet gösteren tekstil sektöründeki KOBİ’lerin durumu, saha araştırmasının amacı, Gaziantep’te tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ’lerin dış ticaret sürecinde karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu doğrultuda firmaların ihtiyaç ve beklentilerini belirlemek ve buna ilişkin çözüm önerilerinin geliştirilmesidir.

KOBİ’lerin ihracatta karşılaştıkları genel sorunları bulmak için anket yoluyla aşağıdaki verilen sorulara cevap verilecektir.

- ✓ KOBİ’lerin uluslararası dış çevre yönünden kaynaklı ihracat sorunları
- ✓ KOBİ’lerin ulusal dış çevre yönünden kaynaklı ihracat sorunları
- ✓ KOBİ’lerin işletme fonksiyonları yönünden kaynaklı ihracat sorunları

1.3. Araştırmanın Önemi

Tekstil sektörü, ülkemiz ve ülkelerin ekonomik kalıknamasında önemli bir rol oynar. Ülkemizde tekstil sektörü sanayi dalları arasında önemli bir sektör olup ve ihracat gelirlerinde çok önemli bir yere sahiptir. Ayrıca tekstil sektörü, Türkiye’nin en büyük istihdam gruplarından birisidir.

Gelişen Dünya şartlarında işletmeler, uluslararası pazarlara girebilmek için üretime yönelmektedirler. Ülkemizde de, KOBİ'lerin ekonomiye çok önemli katkıları olmasına rağmen, gelişen dünya şartlarına uyum sağlaması için uluslararası pazarlara açılması zorunluluk haline gelmiştir. Bununla birlikte KOBİ'lerin ihracata yönelmesi, beraberinde bir takım ihracata yönelik sorunlara yol açmıştır.

Küreselleşme ile birlikte Türkiye ekonomisinin başarısı dünya ekonomisi ile birlikte uyum sağlayabilmesine bağlıdır. Ülkemizin dünya ekonomisi ile uyum sağlaması için atılması gereken adımlardan birisi de, KOBİ'lere ilişkin ekonomi politikalarını yeniden düzenleyip dünya ekonomisi çerçevesinde stratejik hedefler gerçekleştirilmedir.

Dış ticaret işlemlerinin tekstil sektöründe yoğunlaşma göstermesi, bu sektörün dikkatle izlenmesini gündeme taşımıştır. Tekstil sektöründe dış ticaret işlemleri giderek artarken, özellikle KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunları tespiti ve söz konusu sorunlara kalıcı çözümler üretmek ise önemli bir yere sahiptir.

1.4.Sınırlamalar

Araştırmanın sınırlılıklarını şu şekilde sıralamak mümkündür.

✓ Araştırma, Güneydoğu Anadolu Bölgesi sınırları içerisinde yer alan Gaziantep il merkezi sınırları içerisinde ve tekstil sektöründe sektörün de faaliyet gösteren KOBİ'lerde bulunan yetkili kişilerin görüşleri ile sınırlıdır.

✓ Örnek kütle ihracat yapan KOBİ tekstil sektöründen seçilmiştir. Başka bir sektörde faaliyette bulunan KOBİ'lere bu araştırmada yer verilmemiştir.

1.5. Araştırmanın Hipotezleri

Bu çalışmada üç temel analiz üzerinde durulmuştur. Bunlar aşağıda sıralanmıştır:

- ✓ KOBİ'lerin uluslararası dış çevre yönünden kaynaklı ihracat sorunlarının analizi
- ✓ KOBİ'lerin ulusal dış çevre yönünden kaynaklı ihracat sorunlarının analizi
- ✓ KOBİ'lerin işletme fonksiyonları yönünden kaynaklı ihracat sorunlarının analizi

KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunların analizini yapabilmek için bu üç temel analizden yola çıkılarak geliştirilen hipotezler şunlardır:

H1. İşletmelerin ihracat sorunları çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir.

H1a. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1b. Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1c. İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2. İşletmelerin ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H2a. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H2b. Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H2c. İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.

H3. İşletmelerin ihracat sorunları yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3a. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3b. Ulusal dış çevre yönünden kaynaklanan yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3c. İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.

H4. KOBİ'lerin uluslararası dış çevre yönünden kaynaklanan ihracat sorunları ile KOBİ'lerin ulusal dış çevre yönünden kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5. KOBİ'lerin uluslararası dış çevre yönünden kaynaklanan ihracat sorunları ile KOBİ'lerin işletme fonksiyonları yönünden ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6. KOBİ'lerin ulusal dış çevre yönünden kaynaklanan ihracat sorunları ile KOBİ'lerin işletme fonksiyonları yönünden kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

1.6. Temel Terminoloji

KOSGEB: Ülke genelin de yer alan merkezleri ile yayılmış merkezleri ile KOBİ'lerin rekabet güçlerini artırmak, hızla gelişen teknolojik gelişmelere uyumlarını sağlamakve sanayide ekonomik gelişmeye uygun bir şekilde entegrasyonunu sağlamaktadır.

KOBİ: Büyük işletmelerin bulundukları ülke ekonomisinde yaşanan krizlere rağmen gerek ekonomik gerek siyasi yönden problemi olmayan ülkere üretim yaparak yeni pazar arayışları içerisinde olmaları mümkündür. KOBİ'ler ise büyük işletmelere göre yaşanan siyasi ve ekonomik olumsuzluklardan şiddetli biçimde hissediler bunun sonucunda birçok KOBİ iflas riskiyle karşı karşıya geldiğinden birçok devlet desteğinden faydalanma oranları büyük işletmelere göre minimum seviyede kalan işletmelerdir. (Akman, 2009).

Dış Ticaret: Genel anlamıyla mevzuatlara uygun ülkenin başka ülkelerle yaptığı alım ve satım işlemlerin bütünüdür.

Dış ticaret müsteşarlığının tanımına göre ihracatın tanımı ise; “Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemler” olarak ifade edimesidir. (www.dtm.gov.tr).

İhracat : Ülke sınırların içerisinde elde edilen ürünlerin ve üretilen malların yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun bir şekilde fiili ihracatının yapılmasıdır. (Atabey ve Saraç, 2011).

Dolaylı ihracat: İhracatçı firma mal ve hizmetlerini hedef pazarlara ulaştırmada kendisinden bağımsız bir kurumla ihracatını gerçekleştirmesidir. Dolaylı olarak yapıldığından dolayı araçların çeşitliliği ve sayısı da fazladır (Gözütok, 2012: 23).

Dolaysız İhracat: İhracatçı firma mal ve hizmetlerini hedef pazarlara ulaştırmada yurtiçindeki araçlardan yararlanmadan ulaştırmasıdır. (Gözütok, 2012: 23).

1.9. Araştırmanın Yapısı

Yaptığım bu çalışma dört bölümden oluşmuştur. I. Bölüm’de problemin tanımı, amacı, hipotezler, kapsamı, önemi, sınırlılıkları ve temel terminoloji açıklanmıştır. Bu bölüm tezin sonraki bölümlerinin temel dinamiğini oluşturmuştur. Bölüm II’de KOBİ’lerin tarihçesi, tanımı, önemi, avantajları, dezavantajları, Türkiye ekonomisinde KOBİ’lerin önemi, KOBİ’lerin yapısı ve genel özellikleri, KOBİ’lerin Uluslararası Dış Çevre Yönünden Kaynaklanan İhracat Sorunları, KOBİ’lerin Ulusal Dış Çevre Yönünden Kaynaklanan İhracat Sorunları ve KOBİ’lerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan Sorunları adlı konular ele alındı. Bölüm III’de bulgular ve değerlendirme kısmına yer verilecektir. Son olarak çıkan anket sonuçlarından yola çıkarak sonuç kısmı eklenecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Kobilerin Tarihsel Süreci

KOBİ’ler ülkemiz ekonomisinde her zaman yerini almaktadır. KOBİ’lerin önem kazanması 1980 yılından sonra olmuştur. KOBİ’lerin sahip olduğu imkanlar yetersiz olduğundan tüketicinin taleplerine gerekli ihtiyacı karşılamamaktadır (Özdemir vd., 2007: 179).

Ülkemizde tarihsel gelişimine baktığımızda Ahi Evran tarafından kurulan “Ahilik Sistemine” dayanmaktadır. Bu sistemle sanatkarlara, esnaflara alanında mesleki eğitim ve sosyal destek sağlamıştır ve ekonomik yönden toplumun önemli bir paraçası haline getirmiştir. Daha sonra Osmanlı döneminde yerini “Loncalık Sistemine” bırakmıştır. Osmanlı İmparatorluğunun çökmesiyle beraber “Loncalık Sistemi” çökmüştür. KOBİ tanımının ilk olarak karşımıza çıkması 1923 yılından 1942 yılına kadar yürürlükte kalan “Teşviki Sanayi Kanunu’nda karşımıza çıkmaktadır (Aktar, 1990: 112).

2.2. Kobi Tanımı

Küçük ve Orta ölçekli işletmeler kısıtlı sermaye ve pazarlama olanaklarına sahip kendi imkanları ile ayakta durmaya çalışan genellikle ürettiği malları yurtiçi pazarlara gönderen, bağlı olduğu bölgenin ekonomik gelişmesine katkısı olan ve bölge insanına istihdam sağlayan işletmeler olarak adlandırılır. (Akman, 2009: 1).

KOBİ’lerin ekonomik kalkınmada önemli bir aktör olduğunu anlamak için tanımını çok iyi bilmek gerekir. KOBİ lerin tanımı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Çünkü bulunduğu ülkesindeki yer ve önemi, işyeri sayısı, istihdam kapasitesi açısından çeşitlilik arz eder. Bu tanımdan anlaşıldığı üzere ülkeden ülkeye değişen bir olgu olduğunu gösterir. (Gözütok, 2012: 4).

2.2.1.KOBİ Tanımlamada Kullanılan Nicel Ölçütler

İşletme büyüklüğünü belirlemede kullanılan nicel ölçütlerden en çok bilinen ve en yaygın olanları bu şekilde sıralanabilir; istihdam edilen işgücü sayısı, kapasite büyüklüğü, işletmedeki makine parkının değeri, sabit varlıklar toplamı, toplam sermaye, gayri safi gelir, enerji kullanımı, kullanılan hammadde miktarı, makinelerin iş zamanı fonu toplamı, ücretler

ve aylıklar toplamı, işgücünün toplam iş zamanı fonu, belirli bir süredeki katma değer, aktif toplamı, yatırılan sermaye, kâr hacmi, ihracat/satış oranı, sektör içindeki payı (Müftüoğlu, 1997: 17).

2.2.2 KOBİ Tanımlamada kullanılan Nitel Ölçütler

İşletmelerde niteliği esas alan 2 temel ölçüt vardır. Bunların ilki işletme sahibine bir kısmı da işletmenin kendisine ait özellikler olarak sınıflandırılabilir (Müftüoğlu, 1997: 17).

İşletme sahibine ait nitel özellikler;

- ✓ Bağımsız yönetim,
- ✓ İşletme sahibinin risk alması,
- ✓ İşletme, maliyet ve yönetim fonksiyonların entegrasyonu,
- ✓ İşletme sahibi ile personel arasında yakın ilişki olması
- ✓ Yönetimde uzlaşmanın çok az olması

İşletmelerin kendisine ait nitel özellikleri ;

- ✓ Sermaye ve para piyasalarına yeterli düzeyde katılamama,
- ✓ İşletme sermayesinin tamamen veya büyük bir bölümünün işletme sahibine ait olması,
- ✓ Pazar payının dar olması ve pazarlara yeteri kadar açılmaması,
- ✓ Hedef pazarın genellikle yurtiçi olması.

2.3. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Özellikleri

KOBİ'lerin genel özelliklerini de şu şekilde sıralayabiliriz (Akman, 2009: 1).

- ✓ Daha az sermaye ile üretim ve ürün çeşitliliğini sağlar,
- ✓ Daha düşük sermayesiyle bölge halkına istihdam imkânı sağlar,
- ✓ KOBİ'ler ekonomik krizlerden daha az etkilenirler,
- ✓ Talep değişikliklerine kolayca uyum sağlayabilir,
- ✓ Bilgi ve iletişim olanındaki teknolojilere daha çabuk uyum sağlar,
- ✓ Bölgeler arası kalkınmayı sağlar,
- ✓ Gelir dağılımındaki eşitsizlikleri en asgari düzeye indirir,
- ✓ Şahsi tasarrufların yönlendirmesinde ve hareketlenmesinde yardımcı olur,

- ✓ Büyük sanayi işletmelerinin omurgasıdır,
- ✓ Ülkelerin politik ve sosyal dengesinin korunmasında önemli bir unsurdur,

2.4. KOBİ'lerin Önemi

KOBİ'ler değişen ekonomik koşullara daha hızlı uyum sağladığından sahip olduğu esnek üretim yapısı, bölgesel kalkınmaya olan önemi, işsizliğin azaltılmasında ve yeni iş imkanlarının oluşturulmasında ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır.

KOBİ'ler birer meslek okulu niteliğindedir. İşçinin işe alınması, yetiştirilmesi, yeteneklerinin geliştirilmesi KOBİ'ler sayesinde olmaktadır. Diğer bir deyişle eğitim okullarıdır. KOBİ'ler çalışan nüfusun veya hiç eğitim almamış gençlerin emeklerini dönüştürmede okul niteliği taşır. Çalışan kesim için mesleki ve teknik eğitimin alınmasının sağlandığı, ekonomiye yetiştirilmiş kalifiyeli elemanın kazandırıldığı yerlerdir. Böylelikle devlete yetişmiş personel sağlayarak işgücünün artmasında önemli rol oynarlar (İsmailoğlu, 1992).

KOBİ'lerin ülkemiz ekonomisine sağladığı faydaları 5 temel unsur altında gösterebiliriz.

- ✓ İstihdam
- ✓ Esneklik yapıya sahip olması,
- ✓ Girişimcilik
- ✓ Az bir yatırımla ürün çeşitliliğinin olması,
- ✓ Büyük işletmelere ara mal teminde yardımcı olması.

2.5. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Avantaj ve Dezavantajları

2.5.1. KOBİ'lerin Avantajları

İnsanların neden KOBİ kurmak istediğini bilmek gerekmektedir. Elbette ki bu isteğin üstün yanları vardır. Öncelikle KOBİ'lerin avantajlarını bilmek gerekir. Bu avantajlar ana başlıklar halinde şöyle sıralayabiliriz (Kargül, 1997).

- ✓ Bağımsızlık
- ✓ Mali fırsatlar

- ✓ Topluma hizmet etmek
- ✓ İş güvenliğini korumak
- ✓ Ekonomiye katkı sağlamak
- ✓ Rakipler ile mücadele ederek üstünlük sağlamaktır.

2.5.2 KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'ler genelde aile şirketleri olduktan dolayı uzman personel yeterli düzeyde bulunmamaktadır. Genelde aile şirketleri oldukları için uzman personel yerine yakınları yer almaktadır. Uzman personel yetersizliğinden kaynaklı olarak birçok işletmede yönetim, pazarlama, finansman ve AR-GE gibi departmanlar tam olarak yapılanmamıştır. KOBİ'ler her geçen gün eğişen piyasa şartları ve teknolojik gelişmeler karşısında gerekli teknik ve sektörel bilgiye yeteri kadar sahip olamadıklarından dolayı doğru karar vermekte zorlanmaktadır (Düzce, 2007: 31).

3.Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelik Sorunları

KOBİ'lerin ihracata yönelme nedenleri ve KOBİ'lerin ihracat sorunları ele alınmıştır.

3.1.İhracatın Tanımı Ve Önemi

KOBİ'ler, küreselleşmeden kaynaklı şiddetli rekabet ortamında ulusal ekonomilerin gelişmesi ve korunması bakımından önemli bir rol üstlenmektedirler. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'ler, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının oluşturulmasında rol almalarının yanında dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanmasında ve sürdürülmesinde olumlu katkıda bulunmaktadır. (Özbek, 2008: 49-57).

3.2. İhracat Çeşitleri

İşletmeler iki yoldan ürettikleri malları ihraç etmektedirler. Bunlar; dolaylı ihracat ve dolaysız ihracattır.

3.2.1. Dolaylı İhracat

İhracatçı firma mal ve hizmetlerini hedef pazarlara ulaştırmada kendisinden bağımsız bir kurumla ihracatını gerçekleştirmesidir. Dolaylı olarak yapıldığından dolayı aracılardan

çeşitliliği ve sayısı da fazladır. Bu nedenle üretici ve tüketici arasında doğrudan bir ilişki çok fazla görülmez. (Gözütok, 2012: 23).

Bu ihracat türünde işletme sahibi aracı bir kurumla ihracat yapmayı gerçekleştirir. Bu ihracatta araçlar çeşitlidir ve sayıları fazladır. Araçların fazla olmasından dolayı üretici ve tüketici arasında doğrudan bir ilişki söz konusu değildir. Malı üreten firma ülke dışında tüketicinin zevkini ve tepkisini bilemez. Bu nedenle araya araçlar koyarak ihracat ve pazarlama işlemlerinde risk faktörünü araçların üstlenmesini sağlar. Böylelikle kazanç oranı düşerken riski üstlenmez. Bu ihracat türünde çeşitli araçlar yer almaktadır (Karafakıoğlu, 1997: 192).

Bu araçlar şunlardır;

- ✓ Komisyoncular
- ✓ İhracatçı ve İthalatçı Tüccarlar
- ✓ Yabancı Uyruklu Temsilciler
- ✓ İhracatçı Birlikleri ve Kooperatifler
- ✓ Üretici Firma İhracatçı Şirketi
- ✓ İhracat Yönetim Şirketleri
- ✓ Genel İhracat Şirketleri
- ✓ Ortaklaşa İhracat

3.2.2. Dolaysız İhracat

İhracatçı firma mal ve hizmetlerini hedef pazarlara ulaştırmada yurtiçindeki araçlardan yararlanmadan ulaştırmasıdır. Bu sayede ihracatçı işletme fiyatlandırmada, taşımada, finansmanda ve ihracat pazarında bilgi toplama kontrol sağlarlar. Fakat dolaysız sağlanan bu kontrollere rağmen, pazarlama eylemlerinin tamamında bir kontrol söz konusu değildir (Gözütok, 2012: 23).

Bu ihracat yönteminde bütün sorumluluk ihracat yapan firmaya ait olduğu için kontrollük işlemleri bakımından riskli, fakat kazanç bakımından arada aracı kuruluş olmadığı için avantajlı durumdadır. Bu nedenle ihracatı yapacak olan firma başarılı olması için işletme içinde koordineli çalışması ve organizasyonun düzenli kurulması gerekir. Risk faktörü fazla

olduğundan dolayı tüm yönetici ve çalışanlar birbirleri ile işbirliği halinde olmalıdır (Karafakıoğlu, 1997: 203).

İşletmeler dolaysız ihracat yönteminde genellikle şu yöntemleri kullanırlar:

- ✓ İşletme İçi İhracat Bölümü
- ✓ Yurtdışı İhracat Büroları
- ✓ Yabancı Dağıtıcılar ve Acenteler
- ✓ Gezici Satış Temsilcileri
- ✓ Yabancı Ülkelerdeki Toptancılar ve İthalatçılar
- ✓ Büyük Perakendeciler

3.3. Türkiye’deki Kobilerin İhracattaki Yeri ve Önemi

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle KOBİ’ler yerel ekonominin kalkınması ve için önemli bir rol vazife üstlenmektedir. KOBİ’ler işsizliğin düşürülmesinde, istihdamın sağlanmasında, sosyal ekonomik kalkınmanın sağlanması ve devam ettirilmesinde, sağladıkları olumlu katkılarından dolayı, etkili birer yapı taşlarıdır. Yerel olma özelliği ve sosyal sınıf tabakayı güçlendirdiği için sosyal anlamda önemli bir boyut kazanmıştır (Özbek, 2008: 49).

KOBİ’ler, sosyo ve ekonomik hayatta önemli roller üstlenmiştir. KOBİ’ler, bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını en aza indirmede ve sürekli istihdam olanağı sunduğu için işsizlik oranını azaltmaktadır ve bu sayede toplumun refah düzeyini canlı tutmaktadır (Çelik ve Akgemci, 1998: 93-94).

Gelişen teknolojik ile birlikte üretim teknolojisi de hızla değişmektedir. Buna bağlı olarak tüketici eğilimleri sürekli değişim göstermiştir. Bu durum KOBİ’lerin önemini daha çok artırmaktadır. KOBİ’ler esnek yapıya sahip olduğundan değişime daha hızlı uyum sağlarlar (Oktay ve Güney, 2002: 2).

3.4.KOBİ’leri İhracata Yönelten Nedenler

1980’li yılların başından başlayıp günümüze kadar süregelen hem Türkiye’de hem de dünya ülkelerinde yer alan KOBİ’lerin dışa açılma eğilimleri hızlı ve yoğun bir biçimde artmaktadır. KOBİ’lerdeki bu gelişmenin belli başlı nedenleri;

- ✓ İç piyasada durgunluk
- ✓ Hükümetin KOBİ'lere verdiği destek ve teşvikler
- ✓ Yabancılar verilen ticari engelin azalması
- ✓ Pazarlarda artan küreselleşme faaliyetleri sayılabilir (İslambay, 2018: 38).

KOBİ'leri ihracata yönelten nedenler;

- ✓ Uluslararası taleplinin olması
- ✓ İç pazardaki ekonomik sıkıntılardan kaynaklı daralmalar,
- ✓ İhracatın daha karlı olması (Gözütok, 2012: 24).

Ayrıca endüstriyel gelişimler, teknoloji artışları bilginin artması ve hızla yayılması gelişmekte olan ülke KOBİ'lerini ihracat yapmaya yöneltmiş olup ortak girişimcilik faaliyetlerini ön plana çıkarmaktadır. İletişimde kolaylık, ulaşımın kolay ve ucuz olması, dış pazar fırsatlarının değerlendirilmesi, girişimcilerin kendi mallarını dünya pazarlarına çıkarıp markalaşmaya yöneltmiştir. Bunların dışında ülkenin iç pazarında tüketim mallarında mevsimsel olarak dalgalanmaların olması, ürünlerini dengeli ve sürekli üretebilmeleri için girişimci KOBİ'leri ihracat yapmaya sevk etmiştir.

Bir işletmenin ihracata yönelme nedenleri aynı zamanda işletmenin hedef ve beklentilerinden oluşmaktadır. Aşağıda işletmelerin ihracata yönelme nedenleri maddeler halinde belirtilmiştir (Kozlu, 1998: 20-21).

- ✓ Satış hacmini ve kârı arttırmak
- ✓ Dünya pazarlarından pay almak
- ✓ İç pazarlara olan bağımlılığı azaltmak
- ✓ Pazar dalgalanmalarını dengede tutmak
- ✓ Fazla üretim kapasitesini satmak
- ✓ Rekabet gücünü arttırmak
- ✓ İstihdam oluşturmak
- ✓ Dış ticaret açığının azalmasına yardımcı olmak
- ✓ İhracatla ilgili uzmanlara ulaşabilmek

3.5. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Temel Sorunlar

Ülkelere sosyo ve ekonomik yönden birçok katkı sağlayan KOBİ'ler birçok katkı sağlamalarına rağmen birçok sorunla karşı karşıya gelmektedir (Liedholm and Mead, 1999: 82).

- ✓ Örgütlenme ve yönetim sorunları
- ✓ Tedarik sorunları
- ✓ Üretim ile ilgili sorunlar
- ✓ Pazarlama ile ilgili sorunlar
- ✓ İhracat ile ilgili sorunlar
- ✓ Finansal yönetim ile ilgili sorunlar
- ✓ Muhasebeden kaynaklı sorunlar
- ✓ İnsan kaynaklarından kaynaklı sorunlar
- ✓ Halkla ilişkilerden kaynaklı sorunlar
- ✓ Ar-Ge'den kaynaklı sorunlar
- ✓ Karar alma yönünden kaynaklı sorunlar

3.5.1 Örgütlenme Ve Yönetim Sorunları

3.5.1.1. KOBİ'lerin Planlama Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Planlama KOBİ'ler için vazgeçilmez bir olgudur. KOBİ'ler amaçları doğrultusunda belirlemiş oldukları planlar doğrultusunda faaliyetlerini sürdürürler. Planlama neyin ne zaman nerede kim tarafından yapılacağının önceden belirlenmesidir (Kahraman, 2012).

KOBİ'ler daha verimli bir şekilde hedeflerine ulaşmak için aşağıda yer alan bazı türden planlar yapmak zorundadırlar (Akgemci, 2001: 16).

- ✓ Geçici veya sürekli planlar,
- ✓ Stratejik yönden planlar,
- ✓ Dönemine göre kısa, orta ve uzun vadeler,
- ✓ Değişmez ve değişken planlar,
- ✓ İşletmenin tüm birimleri ile ilgili planlar.

3.5.1.2. KOBİ'lerin Örgütlenme (Organizasyon) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Örgütlenme; “üretim faktörlerini sistemli, uyumlu ve etkili biçimde kullanarak mal ve hizmet üretmek için insanların, görevlerini en iyi biçimde yapmak üzere düzene koymaları ve her türlü araç, gereç malzeme ile donatılmaları” olarak ifade edilir (Müftüoğlu,1999: 2).

3.5.1.3. KOBİ'lerin Yöneltilme (Yön Verme) Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Yöneltilme, uzun ve kısa dönemde KOBİ'lerin daha etkili bir biçimde çalışmalarını sağlamaya yönelik tüm yönetim fonksiyonlarını kapsar. KOBİ'ler diğer büyük işletmeler gibi bazı hususlar analiz edilmelidir (Akgemci, 2001: 16);

- ✓ Örgütsel ve güç kaynakları,
- ✓ Otorite gösterme,
- ✓ Yetki kaynağını doğru kullanma,
- ✓ Emir verme,
- ✓ İç ve dış beşeri kaynakları etkileme yeteneği,
- ✓ Liderlik tarzı,
- ✓ Motivasyon kaynakları doğru kullanam.

Yönetim çeşitli aşamalardan oluşmaktadır. Öncelik olarak üretim yapan işletmelerde eğitim, insan kaynakları yönetimi ve iş gören tedarik etme, organizasyon, planlama, kurumsallaşma, yetki devri, karar verme, yasal değişimleri izleme bürokratik sıkıntılar, bilgi eksikliği gibi alanlarda uyum sağlanamazsa oldukça önemli sorunlarla karşılaşilmektedir (İslamabay, 2018).

3.5.1.4. KOBİ'lerin Eşgüdümleme Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

Eşgüdümleme, KOBİ açısından son derece önem arzeder. Eşgüdümleme işletmelerin daha başarılı olması için işletme birimleri ve yapılacak eylemler arasındaki uyum sağlamasıdır.

KOBİ'lerde, eşgüdümleme sorunları arasında şeffaf bir örgüt yapısının tam olarak kurulmaması plan ve programların uyum sağlayamaması işletme içi iletişimin işletme sahibi

ve ortaklarının kişisel isteklerine bağlı olarak şekillenmesi ekip çalışması anlayışının tam olarak oturamamasıdır (Kahraman, 2012).

3.5.1.5. KOBİ'lerin Kontrol Düzeyinde Karşılaştıkları Sorunlar

KOBİ'lerde işletme sahibi ortak ve yöneticilerinin kullanabilecekleri kontrol tekniklerinden bazıları aşağıda sıralanmıştır (Akgemci, 2001: 17);

- ✓ Finansal kontrol teknikleri (Finansal tablolar, Rasyo analizi, Kâr'a geçiş analizi)
- ✓ Denetim şirketlerine ve işletme görevlilerine ait raporlar,
- ✓ Bütçe

3.5.2. Tedarik Sorunları

KOBİ'lerin belli başlı tedarik fonksiyonlarına ilişkin özellikleri aşağıda sıralanmıştır (Müftüoğlu, 1991: 67);

- ✓ KOBİ'ler büyük işletmelere göre daha düşük sermayeye sahip olduklarından malzeme siparişi noktasından büyük işletmelere göre daha düşük seviyede kalmaktadır. Bu bakımından malzeme alma yerine daha çok sipariş vermek zorunda kalıyorlar
- ✓ Beraberinde birim mamül maliyetini çok ciddi bir şekilde olumsuz yönde etkilemiştir. KOBİ'ler mali noktada dar bir duruma düşmektedirler. KOBİ'ler sahip oldukları sermaye imkanları çok sayıda büyük siparişleri karşılamakta zorluk çekmektedirler.
- ✓ KOBİ'ler yaptıkları üretime göre ihtiyaç duydukları malzeme alacakları siparişe göre farklılık gösterir. Genelde aynı malzemeyi kullanmadıklarından uzun vadeli malzeme tedariklerine gidemezler. Sermaye durumları düşük olduğundan büyük çapta sipariş alımına gidemezler. Bundan dolayı malzemenin istenilen zamanda ve istenilen miktarda tedarikinde sıkıntı çıkmaktadır. KOBİ'ler sadece malzeme noktasında değil insan kaynakları noktasında tedarik sorunları ile karşı karşıya gelmektedirler.

3.5.3. Üretim İle İlgili Sorunlar

İhracatçı açısından incelediğimiz zaman Türkiye'nin temel sorunlarında biri de üretim sorunudur. Üretimin sağlam olması sürekli gelişen ticari döngü ile mümkün olmaktadır. Üretim ve ihracat birbirinden bağımsız düşünülemez. Ayrıca siyasi ve bürokratik etkinin eksikliği KOBİ'leri orta ve uzun vadede plan yapmalarını engeller. İstikrarın olmadığı bir ülkede ihracatçıların faaliyet göstermesi imkânsızdır. Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'ler uzun süredir varlıklarını sürdürme, pazarda yer alma mücadelesi vermektedir. Fakat bürokrasi tarafından alınan tedbirler yeterli olmadığı için KOBİ'leri tatmin edememektedir. Uzun yıllardır ithalat ve ihracatı destekleyecek radikal değişimler uygulansa da tam sonuç alınamamıştır (Aktan, 2013).

3.5.4. Pazarlama İle İlgili Sorunlar

KOBİ'ler büyük işletmelere oranla düşük sermayeye sahip olduklarından hedef pazarlarını tanımlamada ve pazarlama stratejilerinde yetersiz kalıyorlar. hedef pazarlarını tanımlamada, pazarlama stratejisi belirlemede yetersizdirler. Çünkü KOBİ'ler aile şirketleri olduğu için uzman personel görüşünden çok kişisel görüşlerini kullanmaktadırlar (Çetin, 1996: 162).

3.5.5. Finansal Yönetim İle İlgili Sorunlar

Ülkemiz açısından önemli sorunlarından biride risk sermayesidir. Risk sermayesinin gelişmemesinin en iki nedeni vardır. Bunlardan ilki sahip olduğu ekonomik yapıdır. Büyük oranda risk içeren bu model uygulanabilmesi için yeterli düzeyde devlet desteğinin olması gerekir. Malesef kredilerin faiz oranlarının yüksek olması para piyasalarında ani değişimler risk sermayesiyle ilgili yapılacak hedef ve stratejilerin ertlenmesine neden oluyor (Çetin, 1996: 165).

3.5.6. Muhasebe İle İlgili Sorunlar

KOBİ'lerin üretim, pazarlama, tedarik, finansman gibi fonksiyonları yerine getirebilmesi için muhasebe departmanına ihtiyacı vardır. İşletmenin girdi ve çıktı kayıtlarını eksiksiz tutacak evrak takibini yapacak, muhasebe paket programlarını kullanabilecek,

vergisel düzenlemeleri takip edecek, alanında uzman muhasebecilere ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm bunları yapacak kişinin muhasebe bilgisinin yetersiz olması hata payının artmasına neden olacağı için işletmeyi iflasa kadar sürükleyebilir. Ayrıca KOBİ'lerde iç denetçinin olmaması muhasebe denetiminin zayıf olduğunun bir göstergesidir (Hatunoğlu vd., 2013: 321).

KOBİ'ler için muhasebe kaynakları çok önemlidir. Genellikle yasal bir yükümlülük olarak algılanmaktadır. Esas muhasebe kaynakları işletmenin gelecekteki finansal yapılanma için gerekli kaynak oluşturduğu düşünülmelidirler (Kahraman, 2012).

3.5.7. İnsan Kaynakları İle İlgili Sorunlar

KOBİ'ler genelde aile şirketleri oldukları için uzman personel yerine yakınlarını tercih etmektedirler hal böyle olunca personel eğitimi ve uzman personel noktasında sorun çıkmaktadır. Bunun önüne geçmek için iyi hazırlanmış bir eğitim programının uygulanmasına gerek işletme sahibi gerekse çalışanların karşılıklı yararları söz konusudur. Eğitim programının en büyük amacı çalışan personelin yapmakta oldukları işi daha iyi yapma fırsatı vermektedir (Şimşek, 1996: 27).

3.5.8. Halkla İlişkiler İle İlgili Sorunlar

Halkla ilişkiler sadece reklam ve pazarlama işlemleri değildir. Şirkete ait her türlü yazılı ve sözlü haberleri kapsar. Her bir çalışanın inanç tutum ve düşüncesi, kültürel yapısı, gelenek ve görenekleri farklı olacağı için çalışanların düşüncesi dikkate alınıp değerlendirilmeli, kültür farklılığına son verilmelidir. KOBİ'lerde yönetimin hedefleri arasında yurt içi ve yurt dışı pazarlarda iletişimi üstlenen, işletmenin kilit noktası olabilecek sağlam yöneticilerle çalışması gerekmektedir (Özkanal, 2017: 113).

3.5.9. Ar-Ge İle İlgili Sorunlar

Ülkemizdeki KOBİ'ler, her geçen gün değişen teknolojiler karşısında yetersiz kalmakla birlikte bu konuda imkanları değerlendirememektedirler. Bu işletmelerin büyük işletmelerle mücadelesinde onların ürettikleri ürünleri değil tam tersine, onların üretmediklerini yaparak yürütülmelidir. Bu işletmeler, uyum avantajlarını iyi kullanarak

büyük işletmelerin giremedikleri piyasalara girmeye çalışmalıdırlar. Türk işletmelerinin uluslararası piyasalarda görülmeye başladığı son yıllarda açık bir şekilde anlaşılmıştır. Zira yeniliklere açık olmayan ve bu konuda başarılı olamayan bir işletme, uzun bir süre piyasada kalamamakta ve önünde duran büyüme imkanlarını değerlendiremeyerek faaliyetlerini nispeten küçük ölçeklerde devam ettirmeye mahkum olmaktadır. (Müftüoğlu, 1991: 199).

3.5.10. Karar Alma İle İlgili Sorunlar

Ülkemizdeki KOBİ'ler için önemli sorunlardan biri de alınan kararların doğru bir şekilde uygulanmamasıdır. Başarısızlık nedenlerinden biri de bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Bu sorun işletme sahipleri tarafından yeteri kadar ciddiye alınmamaktadır. Pek çok işletme sahibi bilgi toplama, bilgiyi değerlendirme gibi konularda harcanan paraları masraf olarak görmektedir. Hâlbuki bilgi, işletmenin ayakta durabilmesi için gereken üretim faktörlerinden biridir. Fizibilite çalışmasının yapılmaması ve bilgiye dayandırılmaması KOBİ'lerin en büyük sorunlarından biridir. Tahmine dayalı karar almaları, ani düşünceyle hareket etmeleri KOBİ'leri olumsuz yönde etkilemektedir. Yanlış kararlar aldıktan sonra faaliyete geçmeleri KOBİ'leri geri çekilmek zorunda bırakabilir. Tüm bunlar işletmedeki yöneticilerin bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır (İslambay, 2018).

3.6. Kobi'lerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar

3.6.1. Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

Firmaların uluslararası pazarlara açılması yada elindeki pazarların büyümesini engellyen kısıtlamaları (Bilkey and Tesar, 1977).

KOBİ'lerin uluslararası dış çevre faktör kaynaklı üretim ve pazarlama arasındaki koordinasyon eksikliği ayrı bir sorun olup ihraç malların üretiminde düzensizlik meydana getirmektedir. Ayrıca üretici firma ile ihracatçı arasında köprü vazifesi yapan komisyoncular satış fiyatları üzerinden ciddi miktarda pay alıp, hem üreticiye hem de ihracatçıya zarar vermektedir. Orta Doğu'da petrol fiyatlarının düştüğü zamanlarda ihracatçıların pazarlarını kaybetmemeleri için hükümetin modern ihracat teşvik politikaları alması gerekir. Hükümetin bu konuda daha sıkı kalite kontrolü yapıp ihracatçıları pazarlama konusunda teşvik etmesi ve geliştirmesi ihracatçıların bu yöndeki sorunlarını azaltacaktır (TÜSİAD, 1986: 70).

KOBİ'lerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları şunlardır. Bunlar (Canitez, 2004):

- ✓ Değişik karmaşık ve yabancı bulunan yasalar, dokümantasyonlar,işlemler, protokoller, uygulamalar
- ✓ Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar
- ✓ Ürün standartları, etiketlemeler ve işaretlemelerden kaynaklanan sorunlar
- ✓ Dağıtım kanallarında yer alan araçlar
- ✓ Uygun dağıtım kanallarının yokluğu
- ✓ Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği
- ✓ Problemli ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri
- ✓ Uluslararası dağıtımıcılar ve araçlar hakkında bilgi edinmedeki zorluklar
- ✓ Ödemelerden kaynaklanan sorunlar
- ✓ Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar
- ✓ Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar
- ✓ Depolama sorunları
- ✓ İhraç pazarlarındaki politik istikrar sorunu
- ✓ Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar
- ✓ Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri
- ✓ İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar
- ✓ Yabancı pazarlardaki rekabet
- ✓ Uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları
- ✓İhracat pazarlarının analiz edilmesinde toplanan bilgilerin sınırlı olması ve bilgi toplamadaki sorunlar
- ✓ Yabancı pazarlardaki reklam ve tutundurma ile ilgili faaliyetlerin zorluğu
- ✓ Yabancı müşterilerin farklı alışkanlıkları ve davranışları
- ✓ Tüketici özelliklerini öğrenmede ve izlemedeki eksiklikler
- ✓ Dil ile kültür farklılığı ve iletişim zorlukları

Yukarıda ayrıntılı olarak belirtilen KOBİ'lerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını 5 temel ana konu başlığında altında irdelenecektir.

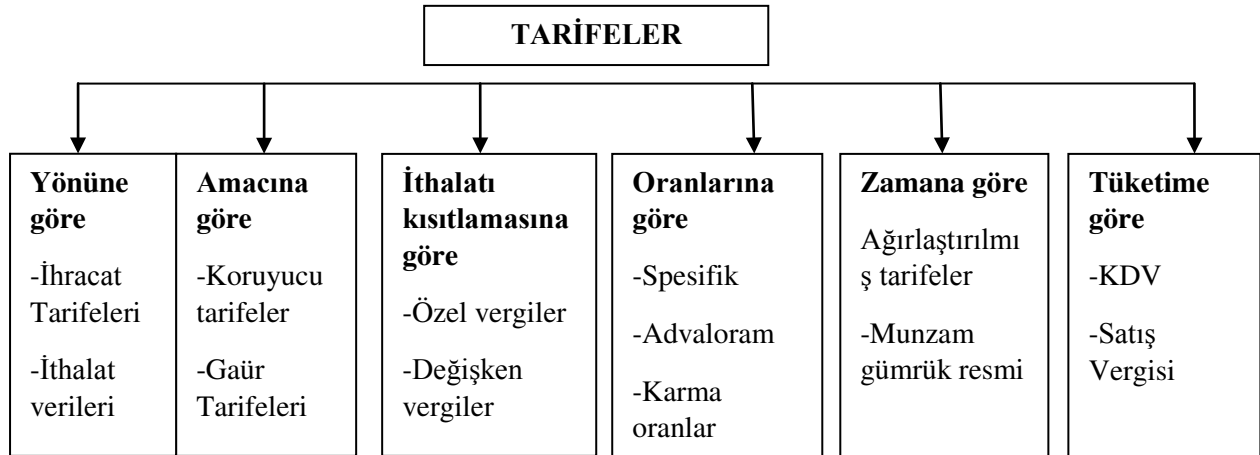
3.6.1.1. Tarife ve Tarife Dışı Engellerden Kaynaklanan İhracat Sorunları

Deardorff ve Stern (1997)'e göre, tarife dışı önlemlerin bir bölümünün ülkeler tarafından açıklanarak resmi bir şekilde uygulanırken, diğer bölümü ise resmi olarak açıklanmadan uygulanmaktadır. Resmi olarak açıklanmayan tarife dışı önlemler üç gruba ayrılmaktadır. İlk grup idari prosedürler ve yayınlanmamış hükümet düzenlemeleri ve politikalarından oluşmaktadır. Bu grupta gümrük prosedürleri gibi kurumsal olarak yerleşmiş olan prosedürler ve yöneticilerin politikaları doğrultusunda ticarete engel olabilecek uygulamalar yer almaktadır. İkinci grup önlemler ise, piyasa yapısı başlığı altında toplanmaktadır. Ülkelerin tam rekabetçi veya tekelci piyasalara sahip olması ve uluslararası ticaretteki rekabetleri sebebiyle ortaya çıkan ticarete engel bir takım uygulamalar bu gruba dâhil edilmektedir. Üçüncü grup önlemler ise, kurumsal faktörlerden oluşmaktadır. Deardorff ve Stern (1997)'e göre, ülkelerin siyasal, sosyal ve kültürel kurumlarının ortaya çıkardığı uygulamalar da ülkelerin ticaretlerinde resmi olmayan önlemler doğurmaktadır. Ülkelerin siyasal olarak federal veya üniter yapıda olmalarının, farklı kültürel eğilimlerinin ve çeşitli sosyal tercihlerinin olması bu önlemleri oluşturmaktadır.

Ülkeler ulusal sanayilerini korumak için, uluslararası ticarete yönelik korumacı politikalar çerçevesinde iki önemli enstrümanı kullanırlar. Bunlar tarifeler ve tarife dışı engeller olarak adlandırılmaktadır. (Cateora, 1993: 44).

Tarife dışı önlemlerin ihracatta bıraktığı etkiyi hesaplamak oldukça zordur. Uluslararası ticarete engel olarak görünmez engel olarak da ifade edilir. Uluslararası ticarete taride dışı önlemleri ölçek için birtakım teknikler kullanılmıştır (Elitaş ve Şeker, 2017).

Şekil : 1. Uluslararası Ticarete Uygulanan Tarife Dışı Engeller



Şekil : 1 ‘de genel olarak tarife dışı engellerin çeşitleri ve içerikleri gösterilmektedir. Şekil dikkatle incelendiğinde çok farklı uygulamalar ile uluslararası ticarete bazı sınırlamaların getirilebileceği anlaşılmaktadır. Devletin ekonomideki rolü ve müdahaleleri, gümrükler ve giriş prosedürleri, ürünlerden istenen koşullar, kotalar, finansal sınırlılıklar ve diğer ilgili uygulamalar ile politikalar tarife dışı engeller içerisinde algılanabilirler. Devletin ekonomiye katılımı içerisinde; siyasi iktidarlar tarafından ihracatçılara ve ithalatçılara yönelik gerçekleştirilen idari yönlendirmeler, ihracata yönelik her türlü yardımları ve teşvikleri ile kamunun kendi gereksinimleri için devlet ihalelerinde ortaya koyduğu koşullar tarife dışı engeller olarak görülebilir. Ayrıca gümrük işlemleri ve ithal malların ulusal sınırlara girişinde uygulanan prosedürle de, bir başka boyutta tarife dışı engellere olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada en çok tarife dışı engeller genellikle ürün sınıflandırmaları, ürünün ağırlık ve güvenlik koşulları, ürünle ilgili muayene zorunlulukları, ürüne getirilen değer takdiri, emsal değer, çeşitli dökümantasyon istekleri ve ithalatçılardan istenen bazı lisans ve izinler türünde olmaktadır. Bir diğer uygulama ise ithal edilecek ürünlerden istenilen bazı koşullardır. Bu koşullar genellikle; ürünün belli standartlarda olması ithal edilecek ürünlerin bazı spesifikasyonları taşıması, ithali için çeşitli testlerden geçmesi ile paketleme ve markalamada istenilen özelliklere dikkat edilmesini içerir (Paliwoda, 1994: 42; Cateora, 1993: 44-49; Daniels, 1994: 181-185; Maggiori, 1992: 27-28).

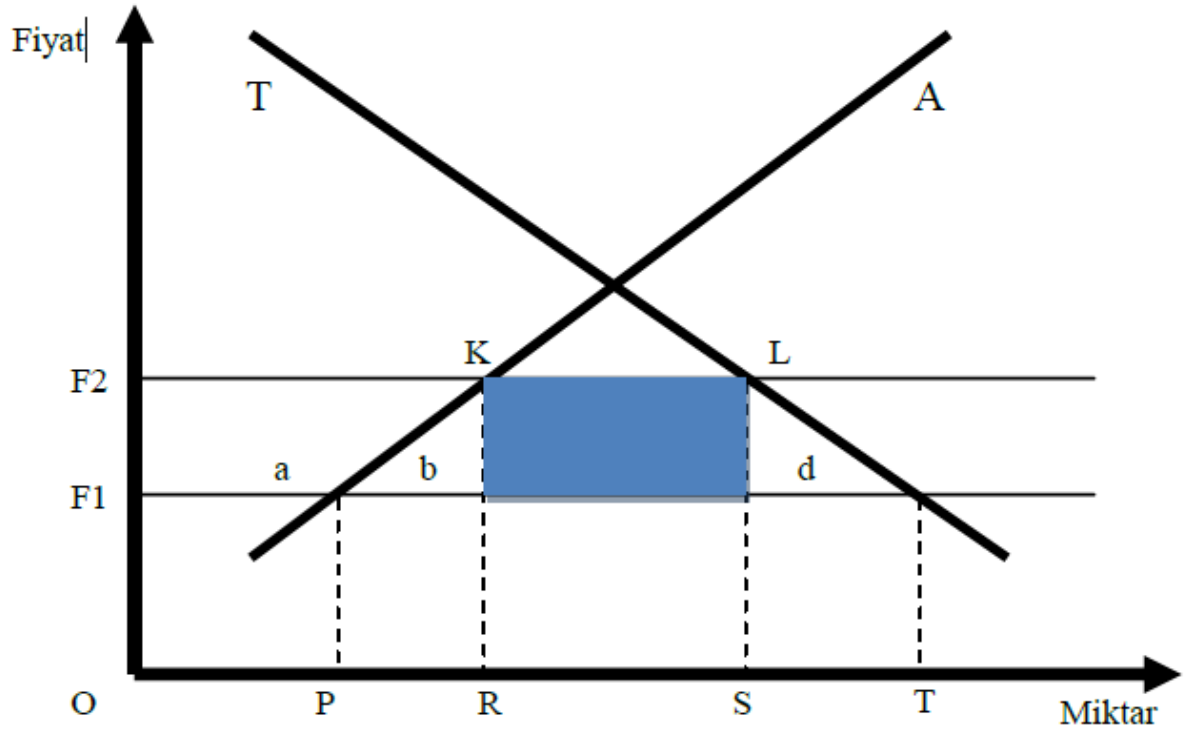
3.6.1.1.1. Hükümet Uygulamaları ve İthalat Kotaları

Ülkelerin kota önlemleri incelendiğinden birbirinden farklı uygulamalar barındırmışlardır. Üç çeşit kota türü vardır. Bunlardan ilki, global kotalardır. Global kota

uygulamasında ihracat ürünleri üzerinde miktar ve değer yönünden sınırlamalar getirilmektedir. Fakat kullanıcılar hakkında herhangi bir sınırlama getirilmemektedir. İkinci bir kota çeşidi ise tahsisli kota sistemidir. Bu sisteminden bazı kriterlere göre (üretim, istihdam vb.) değerlendirilmektedirler. Üçüncü bir kota gümrük tarife kotalarıdır. Bu kota sisteminde, ürünler üzerinde belirli bir dönem süresince miktar veya değer olarak kotalar belirlenmektedir. Bu sistemin diğer sistemlerden farkı olarak bu kotaların dolmasının ardından ithalat tamamen kısıtlanmaktadır (Elitaş ve Şeker, 2017).

Ülkelerin uluslararası ticarete uyguladıkları ithalat kota önlemleri çeşitli ekonomik etkiler doğurmaktadır. Bu ekonomik etkilerden ilki, kota önlemleri ile birlikte ürünlerin yurtiçi piyasalardaki arz miktarının azalmasıyla ürünlerin fiyatlarının artmasıdır (Markusen vd., 1995: 269; Seyidoğlu, 2013: 196).

Şekil : 2. İthalat Kotalarının Ekonomik Etkileri



Kaynak : (Seyidoğlu, 2013: 196)

Şekilde 3'deki A ve T doğruları, ithalat kotası uygulanan bir ürünün arz ve talep doğrularıdır. Serbest ticaret koşullarında OP arz miktarına sahip olan ürün, aynı koşullar

altında OT talep miktarına sahiptir. Ayrıca bu ürünün serbest ticaretteki fiyatı F1 düzeyindedir. Ülke içerisinde OP miktarı kadar üretim gerçekleştiğinden, serbest ticaret koşullarında PT miktarı kadar ithalat söz konusudur. Ülkenin bu ürün üzerinde KL miktar kota uygulamaya başlamasıyla birlikte, ülkenin üretimi artarak OR miktarına (üretim etkisi), talep miktarı ise azalarak OS miktarına (tüketim etkisi) eşitlenmektedir. Kota uygulaması ile birlikte, PT miktarına eşit olan ithalat hacmi, RS miktarına Kota uygulamasıyla birlikte Şekil 1'de görüldüğü üzere, "a" alanı gelir dağılımı etkisini, "b" alanı ülkenin üretim kaybını, "d" alanı ülkenin tüketim kaybını göstermektedir. Şekilde yer alan "c" alanı ise kota önlemiyle birlikte oluşan kıtlık rantını göstermektedir. Kota önlemi dolayısıyla yurtiçindeki ürün arzının azalması sonucu fiyatların yükselmesi ile firmalar için ortaya çıkan kârlar kıtlık rantını oluşturmaktadır (Seyidoğlu, 2013: 197).

3.6.1.1.2. Yabancı Ülkelerin Korumacılık Eğilimleri

Uluslararası ticarete geleneksel korumacılık anlayışından ve uygulamalarından farklı olarak algılanan yeni korumacılık anlayışının 1970'li yıllardan sonra, özellikle 1973– 1974 yıllarında patlak veren Petrol Krizi ile uluslararası ticarete belirgin hale geldiğini görmekteyiz. Ülkelerin yaşamış oldukları işsizlik ve enflasyon gibi yapısal dengesizliklerin de baş göstermesi ile ülkelerin uluslararası ticarete korumacı politikalara dönüşü hız kazanmıştır (Şeker, 2015).

Çok eski dönemden beri serbet ticarete korumacılık tartışmaları devam etmektedir. İnsanoğlu yaratılış fitratı gereği istek ve arzularına karşı özgür olmayı istemesiyle birlikte ekonominin serbest olmasıyla isteklerine kolayca ulaşmayı ister. Ama bazı görüşlere göre ekonominin serbest olması ülkedeki mali ve sosyal dengeyi bozacağını ve bundan dolayı bazı önlemlerin alınması gerektiğini savunuyorlar (Elitaş ve Şeker, 2017).

Uluslararası ticaretin en önemli aktörlerinden hükümet organları, ülkelerin dış ticaret politikalarını uygulamaya koymaktadır. Hükümetin yürütme organları toplumsal yapıya göre, ve ticari alışkanlıklarına göre bazı politikalar geliştirirler. Bu sayede hükümetler uluslararası ekonomik ilişkilerde önemli rol oynar. Bu politikalar zamanla kısıtlayıcı ve teşvik edici yönde de olabilmektedir. Kısıtlayıcı ve sınırlandırıcı önlemlere örnek olarak kotalar, vergiler ve gümrük tarifeleri örnek olarak gösterilirken; teşvik edici önlemlere örnek olarak genellikle

ihracat sübvansiyonları, katma değer vergisi iadelerini örnek olarak gösterebiliriz (Şeker, 2015).

Ekonomik özgürlüklere önem veren devletler; daha çok sınırlı devlet anlayışının hâkim olduğu, devletin görevlerinin adaletin, iç ve dış güvenliğin sağlanmasıyla sınırlandırıldığı ve devletin bünyesindeki birimlerin ekonomik tercihlerinde serbest bırakıldığı devletlerdir. Ekonomik işlemlerde özgürlüğü savunan bu devletler genellikle piyasa ekonomisine önem vermektedirler. Piyasa ekonomisini ön planda tutan devletler çoğunlukla iç üreticilerini ve piyasa dengelerini korumak amacıyla önlemler almaktadırlar. Diğer yandan, serbest dış ticarete karşı olan ülkeler dış ticaret politikalarında daha çok kısıtlayıcı ve sınırlandırıcı bir ekonomi politikası izlemektedirler. Korumacı zihniyetin hâkim olduğu ülkeler serbest ekonomi anlayışının toplumsal zarara sebep olacağını, ülke içindeki üreticilerin dış rekabetten zarar görebileceğini ve serbest ekonomi anlayışının toplumsal güvenliği zedeleyeceğini düşünerek dış ticarete korumacı bir tavır sergilemektedirler. Dış ticaretlerinde korumacı bir politika izleyen ülkeler genellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelere oluşturmaktadırlar. Bu ülkeler, ülke içindeki yeni gelişmeye başlayan sanayileri korumak amacıyla özellikle ithalat işlemlerinde dış ticareti kısıtlayıcı ve sınırlandırıcı bir politika izleyebilmektedirler (Seyidoğlu, 2013: 141).

3.6.1.2. Uluslararası Pazarın Alt Yapısından ve Dağıtım Kanallarından Kaynaklanan İhracat Sorunları

Pazarlama fonksiyonlarından biri olan “dağıtım”, alıcılara ulaştırılması ve teslim edilmesi ilgili tüm faaliyetleri içerir. Dağıtım üretici ve tüketici arasında önemli bir köprü görevi görür. Çünkü üretim ve tüketim arasında ürün hizmet akışını sağladığı için son derece önemli bir fonksiyondur (Baykal ve Gülmez, 1988: 368).

Günümüz ekonomik koşullarında, üreticiye dolaysız olarak mal akışı çok fazla görülmemektedir. Genellikle üretici ve tüketici arasında dağıtım ve dağıtım kanallarının oluşturulması, bir zorunluluk olarak karşımıza çıkar. Özellikle uluslararası pazarlama açısından konuya bakıldığında, dağıtım ve dağıtım kanallarının daha kompleks ve önemli bir duruma geldiği görülür (Sugden, 1998: 377). Üstelik ihracat pazarlamasında dağıtım fonksiyonu çok ciddi bir önem taşır. Bu nedenle ihracat pazarlamasında dağıtım ve dağıtım kanallarıyla ilgili, uluslar arası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan sorunlar önemli boyuttadır (Canitez, 2004).

Dağıtımın doğrudan veya dolaylı olmasına karar verirken dikkat edilecek bazı temel özellikler şunlardır (Tokol, 1987: 116).

1.Pazar Özellikleri

- ✓ Ürünün satılabileceği pazar
- ✓ Alıcı miktarı
- ✓ Coğrafik konum
- ✓ Satış hacminin büyüklüğü
- ✓ Alıcıların alışkanlıkları

2. Mamul Özellikleri

- ✓ Ürün fiyatı
- ✓ Ürünün mevsimlik özelliği
- ✓ Ürünün ağırlığı
- ✓ Ürünün bozulma süresi
- ✓ Ürünün teknik yapısı
- ✓ Ürünün yeniliği

3. Aracı Özellikleri

- ✓ Aracıların sağladığı hizmet
- ✓ Aracıların elverişlilik derecesi
- ✓ Aracıların üretilen politikalara uyabilme derecesi

4. İşletme Özellikleri

- ✓ İşletme büyüklüğü
- ✓ Finansal durum
- ✓ Yönetimin başarısı
- ✓ İşletmenin imajı
- ✓ İşletmenin geçmişteki kanallı deneyimleri

5. Rekabet ve Çevre Özellikleri

- ✓ Ekonomik yapı

✓ Uluslararası rekabet ve çevre faktörleri

İşletmeler uluslararası pazarlardan rekabetçi stratejileri çok iyi kullanarak çok uzun vadede pazar paylarını bu sayede artırabilirler. İşletmeler ihracatta yüksek gelir elde etmek istiyorsa hiç şüphesiz doğru bir pazarlama stratejisi oluşturması lazım. Bunun sonucunda tüketicinin ihtiyaçlarına uygun ve yüksek kalitede ürünleri pazarlama imkanı bulur. (Cengiz vd., 2003: 31).

3.6.1.2.1. Dağıtım Kanallarının Eksikliği

KOBİ'lerin ihracatı genelde doğrudan tüketiciye yönelik değildir. KOBİ ürünlerini toptancılar, ithalatçılar v.b. gibi aracılar satın alır ve dağıtımını yaparlar. Bu KOBİ'lerin faaliyetlerini kolaylaştıran bir durumdur. Bu bağlamda üretilen ürünlerin nihai tüketiciye gitmesi için bir dağıtım kanalı kurmaya gerek yoktur. Ancak birçok ürünün, özelliğinden dolayı yurtdışında etkin dağıtım için firmanın yatay entegrasyona giderek kendi dağıtım kanallarını kurması gerekebilir. Firmadaki bu becerinin geliştirilmesi için hem insan kaynağı, hem de finansal kaynak gereklidir (Gözütok, 2012).

3.6.1.2.2. İç Nakliye ve Liman Masrafları

Ülkemiz'de nakliye maliyetlerinin diğer ülkelere göre yüksek olması, nakliye maliyetleri yönünden Ülkemize komşu ülkelerin ve diğer ülkelerin ihracatçılarını sübvansetmesi ve rakip ülkelerdeki petrol fiyatlarının ülkemize göre düşük olması, ülkemiz ihracatçılarının yurtdışı piyasalarında başta Rusya olmak üzere ihracatçılarımızı olumsuz yönde etkilemektedir (Savcı, 2009).

3.6.1.2.3. Alternatif Ulaşım Yollarının Yetersizliği

Rusya Federasyonu, diğer Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri ve ülkemiz ile demiryolu bağlantısının bulunmaması nedeniyle, ihracatçılarımız taşımacılıkta büyük sıkıntılar yaşamaktadırlar ve nakliye ücretlerin yüksek olmasında dolayı rekabet imkanlarını azaltmaktadır. Ülkemiz sahip olduğu konum itibarıyla diğer ülkelere oranla stratejik bir üstünlüğe sahiptir (Gözütok, 2012).

3.6.1.2.4. Lojistik Planlaması Ve Koordinasyon Eksikliği

Lojistik depolarının gümrük ve firmalara uzaklığı ve karayollarının düzensizliği yüzünden ithalat ve ihracat işlemleri olması gerekenden daha fazla sürmektedir (Gözütok, 2012).

3.6.1.3. Uluslararası Pazardaki Politik Koşullardan Kaynaklanan İhracat Sorunları

Ülkelerin politik yapıları ve ekonomik yapıları ihracatçı firmalar tarafından uluslararası anlamda işletmeler için ihracat noktasında destekleyici unsurlar taşıyıp taşımadığı üzerinde durulmalıdır. Bir başka husus ise ihracat yapılan ülkede politik risklerin bir anda ortaya çıkmadığı ve bu risklerin oluşmasında bazı siyasi ve ekonomik istikrarsızlıktan kaynaklı olduğunu bilmesi gerekir. Sonuç olarak devletler arasındaki politik istikrarsızlık ihracat pazarlarına açılmada ve yeni pazarlar elde etmede sıkıntılar yaşanır (Cengiz, 2000: 40).

İhracatçı firmalar için en önemli hususlardan biri de ihracat yapacağı çevrenin politik yapısını iyi bilmesi gerekir (Karafakioğlu, 2000: 15).

Politik riskler genellikle iş dünyasında sorunların olduğu zamanlarda çözüm bulunmasının ertelendiği ve bunun neticesinde meydana gelen siyasi değişiklik sonucunda otoritenin müdahalesiyle ortaya çıkmaktadır (Gegez vd., 2003: 154).

Uluslararası alanda ülkelerin içinde bulundukları politik sistemler, söz konusu ülkelerin istikrarları açısından önem taşımaktadır. Bu noktadan ülkelerin politik sistemleri incelediğinde, diktatörlüklerden demokrasilere kadar çok çeşitli sistemler görülebilir. Sözü edilen politik sistemler içerisinde inanlar geniş özgürlüklere sahip olabilecekleri gibi, özgürlük açısından sınırlı eylem alanlarına dahi sahip olmayabilirler (Daniels, 1994: 50). O halde politik istikrar açısından ihracat pazarı olarak seçilen ülke; liderlerin politik güçleri, ve etkinliği, hükümet sistemi ve sürekliliği, milliyetçilik eğilimleri ile ülkenin iç huzuru ve güveni gibi faktörler esas olarak incelenmelidir (Wood and Robertson, 2000: 37).

3.6.1.4. Uluslararası Pazarlardaki Pazar Potansiyellerinden ve Ekonomik Koşullardan Kaynaklanan İhracat Sorunları

Pazarlama ve ihracat sorunları, esasen birbiri ile ilintili ve KOBİ'lerin başta üretim ve finansal sorunları olmak üzere diğer birçok sorunla yakından ilişkilidir. Bu bakımdan, KOBİ'lerin pazarlama ve ihracat sorunlarına dair çalışmalarda bu ilişkinin dikkate alınması gereklidir. Örneğin, üretimin standartlara uygunluk noktasında gösterdiği eksiklik beraberinde pazarlama güçlüğüne de getirmektedir. Yine finansal zayıflık bu işletmelerin reklam için yeterince bütçe ayıramamaları sonucunu doğurmakta ve bu durum pazarlama gücünü önemli oranda kırmaktadır (Özgen ve Doğan, 2007). İşletmelerin varlıklarının devamı ürettiklerinin satışına bağlıdır ancak, KOBİ'ler çeşitli nedenlerle ürettiklerini yeterince pazarlayamamakta ve bu nedenle atıl kapasite ile çalışmaktadır. Büyük işletmelere göre zaten daha yüksek maliyetlerle karşı karşıya olan KOBİ'ler, bu kısıtla beraber daha büyük zorlukları yaşamaktadır. Bu bakımdan rekabetin son derece ileri boyutlarda yaşandığı günümüz dünyasında KOBİ'lerin modern pazarlama tekniklerini kullanmaları gereği ortaya çıkmaktadır (İraz, 2005: 252). KOBİ'lerin Sahip ve yöneticilerinin bu durum karşısında ne derece yeterli olacağı şüphelidir. Ancak, çeşitli zorluklar nedeniyle, pazarlama hususunda kalifiye eleman istihdamı da yetersiz düzeyde kalmaktadır. Bu biraz da KOBİ düzeyindeki işletmelerin pazarlama hususunda ehil olan kişileri istihdam hususunda yeterli imkâna sahip olmamasının sonucudur. Ayrıca KOBİ'lerde pazarlama işlevi basit bir satış meselesi olarak görülebilmekte ve ehil olmayan kişilerce yapılmaya çalışılmaktadır. Türkiye'de KOBİ'lerin pazarlama sorunları incelendiğinde, pazarlama için nitelikli eleman istihdam edememe ve pazar oluşturma için yeterli bütçe ayıramama sorunlarının öne çıktığı görülmektedir (Öndeş ve Güngör, 2013: 5).

KOBİ'lerin dış pazarda rekabet gücünü etkileyen temel sorunlar şunlardır (Gözütok, 2012);

- ✓ Bürokratik engeller ve mevzuat sorunu
- ✓ Kalite düşüklüğü ve nitelikli eleman eksikliği
- ✓ Fiyatlamada yaşanan yanlışlıklar
- ✓ Rakip firmaların yeteri kadar tanınmaması
- ✓ İhracat bilgi eksikliği ve uzman personel eksikliği
- ✓ Üretilen malın yeteri kadar kapasitesi olmaması

- ✓ Standart sağlama yetersizliği
- ✓ İhracat organizasyonlarının yeteri düzeyde olmaması
- ✓ Yerli üretimin kötü imajı

İletişim ihracatta çok önemli olmasına rağmen firmalar bu süreçte bazı sorunlarla karşı karşıya gelmektedirler. Her ne kadar bazı ülkelerde kültürel benzerlik olsa bile dil farklılığı ve ülkenin idari yapısı sorun oluşturabiliyor (Karafakioğlu, 1997: 231-232).

İhracat pazarlamasında tutundurma karmasını etkileyen belli başlı unsurlar şunlardır (Yükselen, 2003: 196-198).

- ✓ **Tutundurma Bütçesi:** İstek, tutum ve beklentileri ne kadar büyük olursa olsun sahip olduğu mali imkanlar çerçevesinde şekillenir.
- ✓ **Pazar Türü ve Özellikleri:** İhracat yapacak olan işletmelerin coğrafik yapısını ve müşteri sayısını tutundurma üzerinde etkili olmaktadır.
- ✓ **Rekabet Sayısı ve Rekabet Oranı:** Rakip sayısının artmasından dolayı doğal olarak işletmelerin turundurma faaliyetlerine yönelik çaba ve harcamalarının artması da doğaldır. Yeni rakiplere karşı daha iyi rekabet etmek için tutundurma faaliyetlerine de ağırlık vermesi gerekir.
- ✓ **Ürün Türü ve Özellikleri:** Dış pazarlara satışı söz konusu olan ürün türü ve özellikleri de tutundurma karmasında kullanılacak araçların seçiminde etkili olabilmektedir.
- ✓ **Ürün Yaşam Sürecinin Seyri:** Ürünün bulunduğu yaşam safhası ihracatçı firmaların tutundurma karmasında alacağı kararlarda belirleyici olabilmektedir.
- ✓ **Medya Olanakları:** Her ne kadar ihracatta yönelen işletmelere tutundurma eylemlerine önem verselerde gözden kaçırılmayacak bir husus ta ülkelerin sahip olduğu medya olanakları tutundurma karmasında etkili olmaktadır. Ülkeler arasında gelişmişlik düzeyi farklı olduğu için sahip olduğu medya olanakları da farklı olabiliyor (Buğra, 2002: 96).

3.6.1.4.1. Ürün Standartları, Etiketlemeler ve İşaretlemelerden Kaynaklanan Sorunlar

Güvenlik: CE- İşareti

Avrupa Birliğinin bazı uyum kuralları çerçevesinde ürünlerin piyasada serbet dolaşımına uygun olduğu anlamına gelmektedir (Akın, 1996: 66).

Çevre:ISO 14000

Çevre yönetimi konusunda firmaların çevre verdikleri ve verebilecekleri zararların sistematik bir şekilde azaltılması ve tamamen ortadan kaldırılması ve geliştirilmesidir. Bu bağlamda ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi Standartları geliştirilmiştir. Bu belgeye sahip olan işletmeler dış ticarete sorun yaşamazlar (TSE Bülteni: 9).

Kalite: ISO 9000 Kalite Standartları

Günümüz dünyasında gelişen bilgi teknolojisi ve iletişim teknolojileri alanındaki büyük gelişmeler işletmeleri kıyasıya bir yarışa ve her geçen gün gelişen ekonomik rekabete itmiştir. Mevcut düzende ayakta kalabilmek için tüm sektörlerde müşterinin ihtiyaç ve beklentilerine uygun mal ve hizmetlerin sağlanmasıyla mümkün olabilir. Bundan yola çıkarak geleneksel sistemi terk ederek üretimden satış sonrası hizmetlere kadar tüm aşamaları kapsayan ve sürekli kendi içinde gelişmeyi hedefleyen bir “Kalite Yönetim Sistemi” uygulamaya geçirilmelidir (Kozlu, 1995: 104).

3.6.1.4.2. Teknoloji ve AR-GE

Küçük işletmelerde pazara ilişkin nedenler, toplumsal nedenler ve örgütsel nedenlerle araştırma ve geliştirme departmanı kurmayı düşünseler bile, buna ilişkin program ve bütçe oluşturamayabilmektedirler. Bazı Ar-Ge faaliyetlerinin ölçeği çok büyük olduğundan tek başına bir işletmenin altından kalkabilmesi imkansızdır. KOBİ’ler arasında özel sözleşmeler yapılarak, yatırım fonları bir sanayi araştırma programına aktarılabilir ve programa katılan tüm işletmeler bundan faydalanabilir. KOBİ’lerin Ar-Ge faaliyetlerini finansal olarak desteklemeden önce, Ar-Ge faaliyetini yürütmede karşıladıkları sorunların öncelikle anlaşılması ve tanımlanması gereklidir (Yılmaz, 2010: 22).

AR – GE ile ilgili sorunlar kapsamında teknolojik gelişmelerin önemli bir yeri vardır. Türkiye’deki KOBİ’ler, sermaye yetersizliğinden dolayı yenilikçi ve değişen teknolojiler karşısında yetersiz kalmaktadırlar (Akgemci, 2001:36).

3.6.1.4.3. Standardizasyon

Standardizasyon mevcut ve potansiyel problemleri dikkate alarak üretilen bazı ürünlerin ayırımında ve üretilen tüm ürünlerin amaçlarına uygun şekilde geliştirilmesi, ürün sınırlarının ve ürün derecelendirilmelerinin belirlenmiş bazı temel ilkelere göre oluşturma faaliyetidir. Standardizasyonun en önemli amacı ürün ve hizmetlerin amaçlarına en uygun bir şekilde geliştirilmesi için bazı ticari engellerin aşılması ve teknolojik alandaki gelişmelerin işbirliğini kolaylaştırmasıdır. Bir işletmeci hem kendine özgü standartlar belirleyeceği gibi ulusal ve ulusal standartlara göre de uyabilir (Tenekecioğlu, 1994: 180).

3.6.1.5. Kültürel Faktörlerden Kaynaklanan İhracat Sorunları

Ülkelerin sahip olduğu sosyal ve kültürel faktörler ihracat pazarlaması stratejilerinin belirlenmesinde ve önemli farklılıkların ortaya çıkmasında son derece önemli bir faktördür (Ellis and Pecotich, 2001: 119-120).

Swift Benedict’in yöntemine benzer bir yaklaşımla yine psikolojik yakınlık ve kültürel değişkenleri dikkate alır. Swift meta kültür, ulusal kültür ve mikro kültür yaklaşımını kendi yönteminde değiştirmektedir. Kültürel faktörlerden kaynaklanan ihracat sorunlarının incelenmesinde Swift; meta kültür yerine ulusal kültür yerine örgütsel seviyedeki güveni ve mikro kültür yerine de bireysel seviyedeki tecrübeyi kendi yaklaşımında kullanmaktadır. Burada sözü edilen örgütsel aşamadaki güven ve bireysel aşamadaki tecrübe değişkenleri, kültürel faktörlerden etkilenmektedirler (Swift, 1988: 183-184).

Fakat geniş bir çerçeveden bakıldığında, hem Benedict’in hem de Swift’in genelden öze doğru bir kültürel incelemeyi esas oldukları görülebilir. O halde daha somut bir şekilde psikolojik yakınlık ve kültürel değişkenler incelenmek istendiğinde, aşağıdaki kültürel elementler dikkate alınabilirler. Bunlar (Swift, 1998: 188).

✓ İletişim ve dil

- ✓ Din ve inançlar sistemi
- ✓ Alışkanlık haline gelmiş besin eğilimleri
- ✓ Ulusal politikalar ve hükümet uygulamaları
- ✓ Sosyal ve toplumsal örgütler ve özellikleri
- ✓ Sosyal statü farklılaştırma şekilleri
- ✓ Giyim tercihleri ve stilleri
- ✓ Hal ve hareket tarzları ile gelenek ve usuller
- ✓ Aile yapısı ve özellikleri
- ✓ Eğitim koşulları ve özellikleri
- ✓ Kanuni ve yasal kavramlar ve özellikleri
- ✓ Toplumsal ve bireysel değerler, tutum ve davranışlar
- ✓ Ahlak
- ✓ Tarihsel geleneksel ve etkileri
- ✓ Ulusal çalışma saatleri ve uygulamaları

3.6.1.5.1. Yetişmiş Eleman ve Dil Sorunu

Her işletme hedeflerini ve planlarını ileriye taşıyacak her alanda uzman personele sahip olmayı ister. Bunu içinde işletmelerin güçlü ve zayıf yönleri çok iyi belirlemesi ve insan kaynakları stratejisini iyi entegre etmesi gerekir. İşletmede yapılacak olan işlemler tanımlamalı ve ilgili birimler oluşturulmalı, oluşturulan bu birimlere nitelikli personel getirilmelidir. Firmalar nitelikli eleman alımında bazı kriterleri göz önünde bulundurmalıdırlar bunlar; fiziki görünüm, eğitim durumu, özel yetenekler, deneyim vb. Ölçütlerle göz önünde bulundurulmalıdır (Göçen, 2015).

Dil sorunu, işletmeler için ürünlerini uluslararası piyasalarda pazarlayan işletmeler için ortak bir sorundur. Dil sorunu birçok pazarlamanın birçok faaliyetlerinden ve uygulamalarından etkilenir. Bu sorunun aşılması için yabancı dili iyi bilen nitelikli (Doğan ve Marangoz, 2000: 6).

3.6.2. KOBİ'lerin Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

KOBİ'lerin kendi yapılarından kaynaklı ve devlet desteğinin yetersizliğinden kaynaklı birçok sorunla karşılaşılıyorlar. Bunun en büyük sebebi tam olarak iyi planlanmış bir strateji

planının olmamasından kaynaklandığı söylenebilir. Başarmak için iyi bir strateji planının olması şarttır (Müftüoğlu, 1997: 207; Çetin, 1996: 157).

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere baktığımız zaman hemen hemen hepsi ihracatı geliştirmenin, vergi indirimi ve muafiyeti ihraç malları teşvik ve pazarlaması gibi uygulamalara öncelik hakkı vermektedir. Türkiye’de ihraç yapan KOBİ’lere AR-GE yardımları, yurt içinde ve yurt dışında fuar ve sergilere katılmalarının sağlanması, istihdamı artırma desteği, marka tanıtımı patent ve tescil harcamalarının desteklenmesi gibi yardımlar devlet tarafından yapılırsa da yeterli düzeye ulaşmamıştır (Çelik, 2007: 35).

KOBİ’lerin başarılı olması isteniyorsa bölgesel ve yerel dinamiklerin harekete geçirilmesi, her bölgede faaliyet gösteren KOBİ’lerin rekabetini ön plana çıkaracak olan malların desteklenmesi gerekir. Fakat siyasi ve bürokratik engeller, teşviklerin yetersizliği, kredi bulmakta güçlük, devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizlik, dış pazar hakkındaki bilgi eksikliği gibi etmenler KOBİ’lerin ihracata yönelik planlı bir stratejiye sahip olamayıp hareket etmelerini engellemiştir (Akgemci, 2001: 9).

KOBİ’lerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Canitez, 2004):

- ✓ Yoğun bir şekilde ulusal pazarlara odaklanmak
- ✓ Yüksek enflasyon
- ✓ Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik
- ✓ İhracatla ilgili kamu kuruluşlarının ağır ve yavaş bürokratik uygulamaları
- ✓ Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği
- ✓ Devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği
- ✓ İhracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları
- ✓ Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri
- ✓ İletişim olanakları
- ✓ Bankacılık hizmetleri

✓ Rüşvet ve kayırma

Yukarıda ayrıntılı olarak belirtilen KOBİ'lerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını 3 temel ana konu başlığında altında irdelenecektir.

3.6.2.1. Ulusal Ekonomi ve İç Pazar Koşullarından Kaynaklanan İhracat Sorunları

Pazarlama, üretimden satış sonrası hizmetlere kadar belli bir program içerisinde yapılan faaliyetlerin tümüdür. KOBİ'lerin karakteristik özellikleri nedeniyle düşük pazar payına sahiptirler. Çalışanlarının pazarlama konusunda yeterli niteliğe sahip olmaması, etkin pazarlama araştırmaları yapmalarını engellemektedir. Dolayısıyla dış piyasalara ulaşma açısından önemli problemlerle karşılaşmaktadır. Bunun en büyük sebebi malıyerin yüksek olmasıdır. Sonuç olarak KOBİ'ler yüksek maliyetli ve karışık satış kanallarını kullanamadığı için ihracat pazarları girişlerine kapalıdır ya da bu işletmelerin ihracat piyasasına girmeleri güçtür (Müftüoğlu, 2002: 137).

KOBİ'lerin pazarlama konusunda yaşadıkları temel sorunlar şunlardır:

- ✓ Yeni ürünlerin oluşturulmaması geşitirilmemesi,
- ✓ Pazarda orjinal ürünlerin sahtesinin artması,
- ✓ Tüketici tercihlerinin sık sık değışmesi
- ✓ Pazarlama departmanının olmaması,
- ✓ Büyük pazarlara açılma anlayışının olmaması,
- ✓ Pazarlama araçlarının verimli bir şekilde kullanılmaması
- ✓ Pazar araştırmasının yetersiz olması,
- ✓ Kitle üretiminin avantajlarından yeteri kadar yararlanılamaması,
- ✓ Piyasada dar bir pazar alanının olması (Müftüoğlu, 1991: 63).

KOBİ'ler, üretim için ihtiyaçları olan girdiği yurtdışından temin etmektedirler. Kurlardaki artıştan dolayı ham maddeyi temin etmede güçlük çekmektedirler. Hal böyle olunca KOBİ'ler zor duruma düşüyor ve kar oranlarında ciddi bir düşüş meydana gelmektedir (Bağrıaçık, 1989: 123).

- ✓ KOBİ'ler, üretimlerinin düşük olması nedeniyle hammadde ve ara malı piyasalarında kendi lehlerine düşük miktarda olması dolayısıyla hammadde ve ara malı piyasalarında kendi lehlerine etkide bulunamıyorlar.
- ✓ Maliyetlerdeki artışlar, teslim tarihi ile ilgili sınırlamalar, asgari satın alma miktarları, işletmeler için sıkıntılara sebep olur.
- ✓ Hammaddelerin zamanında alınamaması, istenilen malın zamanında sağlanamaması demektir. Bu durum, işletmeleri hammadde stokuna yöneltmekte ve neticesi, kaynakların israfı olarak ortaya çıkmaktadır.

3.6.2.1.1. Ulusal Ekonomi ve Pazarlardaki Belirsizlik

Modern pazarlama kavramı, her şeyin pazar ile başladığını kabul etmektedir. Bu nedenle, KOBİ'lerin başarılarında pazar üzerinde yoğunlaşmak önem kazanmaktadır. KOBİ'ler hedef pazarlarını tanımlamada ve pazarlama stratejisi belirlemede yetersizdirler. Çünkü pazar araştırması yapmadan kişisel gözlemlerini kullanmaktadırlar. Ayrıca KOBİ'ler özellikle sosyo-ekonomik koşullardaki değişimler sonucu oluşan tüketici tercihlerindeki hızlı değişiklikleri izlemede ve bunlara ayak uydurmada da yeteri kadar başarılı olamayabilmektedirler (Çetin, 1996: 158).

3.6.2.1.2. Yüksek Enflasyon

KOBİ'ler yüksek enflasyondan kaynaklı zarara karşı korumak amacı ile reel faizi talep ederler. Faizlerin yüksek olmasıyla kredilerin maliyetini yükseltmektedir. Hal böyle olunca yatırım yapacak olan firmaları caydırıcı yönden etki eder. Enflasyondan kaynaklı ithal girdinin pahalı olmasının yanında yerli girdi fiyatlarının da yükselmesiyle firmaları stok yapmaya zorlamaktadır (Göçen, 2015).

3.6.2.1.3. Devletin Uluslararası Pazarlara Yönelik Konumlandırma ve Tutundurma Eylemlerindeki Yetersizliği

Pazarlama, satış işlemini de içeren ve üretim öncesindeki ürün tasarımı, geliştirilmesi, üretilmesi ve satış sonrası çeşitli hizmetleri de içeren bir süreçtir. Dolayısıyla bu karmaşık sürecin ehil kişilerce yürütülmesi gereği söz konusudur. Yöneticilerin ve çalışanların pazarlama hususundaki yetersizlikleri dış ticaret söz konusu olduğunda tam bir darboğaz halini almaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 136).

KOBİ'ler ulusal düzeyde gerek kendi yapılarından gerekse devletin yapmış olduğu teşviklerin yetersizliğinden kaynaklanan birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bunların başında planlı bir stratejinin olmaması gelmektedir. Sermayelerinin az ve kaynaklarının sınırlı olması sonucu için pazarlama faaliyetlerine fazla para ayıramamaktadırlar. Oysa devletin sağlayacağı teşvikler arttırıldığı taktirde birçok KOBİ dünya pazarında kendine bir yer bulabilecektir ((Müftüoğlu, 1997: 207; Çetin, 1996: 157).

KOBİ'ler ürettiği malları dış pazarlara açmak istiyorlarsa dünya pazarlarına açılabilmesi için üretmiş oldukları ürünlerin tanıtımlarını ve reklamlarını iyi yapmaları gerekmektedir. Bu tür tanıtım ve reklam faaliyetleri için gerek devlet tarafından gerekse özel sektör tarafından desteklenmelidir (Özgen ve Doğan, 1998).

3.6.2.2.Ulusal Yasalardan ve Hükümet Uygulamalarından Kaynaklanan İhracat Sorunları

İhracat pazarlamasının desteklenmesine yönelik olarak, kamu idaresinin üç temel faaliyeti vardır. Bunlar genel olarak vergi teşvikleri, doğrudan para ödülü ve diğer kamu yardımlarından oluşurlar (Keegan, 1989: 527). Burada sözü edilen diğer kamu yardımları, ihracata dönük vergisel avantajlar ve doğrudan parasal ödüller dışındaki ihracata yönelik tüm kamu eylemlerini içermektedir. Diğer yardımlar olarak ifade edilen vergisel teşvikler ve doğrudan parasal ödüller dışındaki kamu yardımları dünyada 1960'larda ciddi bir şekilde gündeme gelmesine rağmen, ileri aşamalarda kullanımı 1980'ler ve sonrasında olmuştur (Çavuşgil, 1989: 37). O halde ulusal yasalardan ve hükümet uygulamalarından kaynaklanan ihracat sorunlarının temelinde de, yukarıda sözü edilen uygulamaların yetersizliği ve eksikliği önemli rol oynayabilirler (Canitez, 2004: 151).

İhracat pazarlamasına yönelik kamu programlarının yukarıda olduğu gibi farklılaştırmasının yanında, bu tür kamu yardım çabalarının hazırlanmasında ilgili kurumun bazı ilkelere titizlikle uymak gerekir. İhracat pazarlamasına dönük kamu programlarının uygulanmasında Çavuşgil bazı temel prensipleri saptamıştır. Bunlar (Çavuşgil, 1989: 42).

- ✓ Uygulanacak ihracatın teşvik ve geliştirilmesi programı için amaçların net bir şekilde oluşturulması gerekir.
- ✓ Amaçlanan kamu yardım çabalarının hedef kitlesi de açık bir şekilde saptanmalıdır.
- ✓ Sistematik bir analizle uygulamaya dönük gereksinimler belirlenmelidir.
- ✓ Diğer kurumlar tarafında sunulan benzer ihracat yardım çabaları ile söz konusu yardım programının koordine edilmesi isabetli olur.
- ✓ İhracat yardım programının olanaklarını genişletmek için girişimci, siyasi iktidar ve eğitim kurumları arasındaki ortak çaba fırsatları araştırılmalıdır.
- ✓ Kazanılan tüm tecrübeler mutlaka ihracat pazarlaması yardım programlarında kullanılmalıdır.
- ✓ Program içerisindeki değerlendirme kriterleri esas alınarak, programın oluşturduğu etki ve performans üzerine düşünülmelidir.

3.6.2.2.1. İhracatla İlgili Kamu Kuruluşlarının Ağır ve Yavaş Bürokratik Uygulamaları

Günümüzde genel anlamıyla bürokrasi, anlamsız ve gereksiz yere çıkarılan hukuki ve yasal engellemeler anlamında kullanılmaktadır. Bu çerçevede bürokrasi çeşitli görünümelerde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir (Aybeniz ve İskender, 2005).

- ✓ Evrak sayısının çokluğu, kırtasiyecilik,
- ✓ İşlem zamanının uzunluğu, bekleme süreleri,
- ✓ Gereksiz denetleme işlemleri,
- ✓ İmza prosedürleri,
- ✓ Yasal prosedürü uygulama konusunda çıkan belirsizlik,
- ✓ Yasal organların kendi aralarındaki yetki tartışmaları,
- ✓ Hukuki işlemlerin sık aralıklarla değişerek bilgisizlik ortamı yaratması,
- ✓ Hukuki mevzuatın dilinin anlaşılabilir olması,
- ✓ Hukuki mevzuatın eşit davranma ilkelerine uygun yürütülmemesi,

- ✓ Mevzuat uygulayıcıların engelleyici tutumları,
- ✓ Dolaşılabilirlik daire sayısının çokluğu ve birbirlerinden çok uzak olması,
- ✓ Daireler arasında koordinasyon eksikliği,
- ✓ İnisiyatif kullanma yetersizliği,

3.6.2.2.2. İhracata Dönük Etkin ve Verimli Olmayan Devlet Yardımları

Ülkemizde ihracatta yönelik hedeflerin birçoğunluğu büyük işletmelere yönelik olması ve ne yazık ki küçük işletmelerde ihracata özendirecek hedefler oldukça azdır. Oysa KOBİ'ler ekonomimizin temel dinamiğini oluşturmaktadır. KOBİ'ler kişilerin kendi birikimleri sonucu kurulduklarından dar bir sermayeye sahiptirler. Sermayelerinin az ve kaynaklarının sınırlı olması sonucu için pazarlama faaliyetlerine fazla para ayıramamaktadırlar. Oysa devletin sağlayacağı teşvikler arttırıldığı takdirde birçok KOBİ dünya pazarında kendine bir yer bulabilecektir (Ekinci, 2003).

3.6.2.3. Diğer Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

Ulusal yasalar ve hükümet uygulamaları ile ulusal ekonomi ve iç pazar koşullarından koşullarından kaynaklanan ihracat sorunları dışındaki tüm sorunlar, diğer ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları içerisinde incelenecektir. Genellikle diğer ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları, ihracatçının bulunduğu ülkenin alt yapısal özelliklerinden kaynaklanan ihracat sorunları, ihracatçının bulunduğu ülkenin alt yapısal özelliklerinden dolayı ortaya çıkarlar. Söz konusu alt yapısal faktörlerin kalite ve nitelikleri ile ulusal ihracatın büyüklüğü arasında dolaysız bir ilişki vardır (Camitez, 2004: 159).

3.6.2.3.1. Taşıma Alt Yapısı ve Liman Hizmetleri

Ülkemizden her ülkeye ulaşım olanağı imkansızdır. Bundan dolayı birçok ülkeye ürün nakli yapmak hem zaman hemde mali açıdan sıkıntı yaşanmaktadır. Dış pazarlama açısından ulaşım ve taşıma olanakları geliştirilmelidir (Doğan ve Marangoz, 2002: 122).

İhracatın yapıldığı limanlarda farklı fiyat uygulanmasıyla beraber bazı ürünlerin nakliyesinin aktarma esnasında ve ihracat aşamasında gemiye yükleme, gemide taşıma ve

gemiden boşaltma safhasında fiziksel özelliklerden kaynaklı sıkıntılar yaşanmaktadır (Savcı, 2009: 66).

3.6.2.3.2. İletişim Olanakları

KOSGEB 2003 – 2004 yılları arasında KOBİ’ler için geniş bir iletişim ağı kurulması çalışmalarına başlamıştır. KOSGEB bunu DPT, DTM, TOBB ve TESK ile işbirliği içinde gerçekleştirmeyi planlamaktadır. Bu faaliyetin bir parçası olarak adından söz edilen proje, 12 AB Bilgi Merkezinin kurulmasıdır. KOSGEB işletmeler ile kurumlar arasındaki bilgi akışını hızlandırabileceği bir dizi yol tanımlayabilir. Piyasa başarısızlıkları, kimi zaman özel sektör bilgi sağlayıcıları tarafından, özellikle bilgiyi daha sonra belli bir ücret karşılığı kullanabilecekleri bir entelektüel ürün olarak tanımlayamayan bilgi sağlayıcıları tarafından veri toplanması ve dağıtımını engellemektedir. devletler KOBİ’lerin kullanabileceği bilgileri toplayıp ücretsiz ya da düşük bir ücret karşılığı yayınlarak veri üretimini ve ayrımını büyük ölçüde hızlandırabilir. KOBİNET projesi bu süreçte önemli bir rol oynayabilir.

3.6.2.3.3. Bankacılık Hizmetleri

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

3.6.2.3.4. Gümrüklerde Karşılaşan Sorunlar

Gümrük idareleri, beyan sahibinin talebi üzerine ve eşyanın yanlışlıkla beyanname konusu gümrük rejimine tabi tutulmasına veya beyan edildiği rejime tabi tutulmasının özel nedenlerle artık mümkün olmadığına ilişkin kanıtlayıcı belgeleri ibraz etmesi halinde, tescil edilmiş bir beyannameyi iptal ederek, gerektiğinde yeni bir rejim beyanında bulunulmasına izin verebilirler. Ancak, gümrük idarelerince beyan sahibine eşyanın muayene edileceğinin bildirilmiş olduğu hallerde, muayenenin sonucu alınmadan beyannamenin iptaline ilişkin talep kabul edilmez. Hiçbir şekilde kullanılamaz hale gelmiş eşyanın, talep halinde imhasına veya Gümrük Bölgesi dışına çıkarılmasına izin verilir (Gözütok, 2012: 53).

3.6.3. KOBİ'lerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan Sorunları

KOBİ'ler daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olduklarından işbölümü daha kolay olur. Bu işletmelerde çalışan personelin hemen hemen hepsinin birbirini tanması daha kolay olur bu durumun KOBİ'lere sağladığı en büyük avantaj işbölümünde kolaylık sağlamasıdır. KOBİ'ler tam manasıyla formel bir yapıya sahip olamadıklarından yöneticinin olmadığı zamanlar işlerin aksamasına neden olabilmektedir (Müftüoğlu, 1993: 120).

İşletmelerin pazar araştırması yapmadan kendi tecrübelerine dayanarak kişisel gözlem yapmaları, pazarda başarılı olmalarını engeller. Başarıyı yakalayabilmeleri için maliyeti ucuz ve kaliteli ürün üretmeleri, modern pazar ve pazarlama tekniklerini iyi kullanmaları, yeterli miktarda sermaye, etkili bir yönetim organizasyonu ile nitelikli personele sahip olmaları gerekmektedir (Müftüoğlu, 1989: 297). Ayrıca KOBİ'ler kendi markalarını oluşturmadıkları için kaliteli ürün üretememekte bu da pazarlamada sorun yaşamalarına neden olmaktadır (Kendirli ve Bilginer, 2001: 272).İhracat aşamasında en büyük sıkıntıyı pazar deneyimi olmayıp, nitelikli personele sahip olmayan KOBİ'ler yaşamaktadır. Yetişmiş eleman ve teknik bilgi yetersizliği KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı temel problemler arasında yer almaktadır (Işık ve Delice, 2007: 79). Ülkemizde birçok işletmeler kuruluş yerini sanayi bölgesi yerine şehir merkezinde kurmaları yanlış seçim olmuştur. Bu durumda işletmelerin günümüz şartlarına uygun üretim yapmayı olumsuz yönde etkilemektedir (Çelik ve Karadal, 2007: 122).

İşletme düzeyinde karşılaşılan sorunlar şunlardır (Canitez, 2004):

- ✓ İhracat pazarlama planının olmaması veya yapılmaması
- ✓ İhracat departmanının olmayışı ya da yetersizliği
- ✓ Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar
- ✓ Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler
- ✓ Paketleme sorunları
- ✓ Ürünün kendisinden kaynaklanan sorunlar
- ✓ Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar
- ✓ İhracat pazarlarına yönelik pazar araştırmasının yokluğu ya da yetersizliği
- ✓ İhracatın finansmanında kullanılabilecek fonların yüksek maliyetli olması

- ✓ Üretim kapasitesindeki yetersizlikler
- ✓ Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli
- ✓ İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar

3.6.3.1. Yönetim İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

KOBİ'lerde işletmenin yönetimi işletme sahibinin tekelinde toplanmıştır. Eğer yöneticiler liderlik vasfına uygun bir yönetim tarzı anlayışı içerisinde olurlarsa işletmeyi başarıya taşıyacaklardır. İşletme sahibi teknik yönden bilgiye sahip olmasına rağmen işlemenin diğer fonksiyonları konusunda yetersiz bilgiye sahiptirler. Yöneticilerin personeliyle iletişim halinde olmamasından dolayı esnek yapıya zarar verir. Bilgi, eğitim eksikliği işletmeye sorunlar meydana getirebilir (Gümüştekin, 2005: 85).

Yönetim fonksiyonlarından kaynaklı sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

Planlama ile ilgili sorunlar: Küçük işletmelerde planlamaya gereken önem genelde verilmemektedir. Gerçekte, planlama büyük işletmelere nazaran bu tür işletmelerde daha önemli bir yere sahiptir. Çünkü işletme planlama sonucu ortaya çıkacak hatalarını ortadan kaldıracak yeterli kaynağa çoğu zaman sahip olmadığından veya kaynaklarının tümünü kullandığından iflasın eşiğine gelebilmektedir (Özgener, 2003: 144).

Koordinasyon ile ilgili sorunlar: Koordinasyon KOBİ'lerde tek kişinin sorumluluğunda olduğundan dolayı belirlenen hedef ve amaçların yerine getirilmemesine neden olmaktadır (Alpugan, 1998: 165)

Denetim ile ilgili sorunlar: İşletmeler'in denetim fonksiyonu ile ilgili olarak yaşadığı sorunlar aşağıda sıralanmıştır (Akgemci, 2001: 26).

- ✓ Mal ve hizmetler de tam anlamıyla bir standart olmaması
- ✓ Örgütsel uygulamalarda zamanı verimli kullanamamak,
- ✓ Mal ve hizmet üretiminde düzenli bir plan ve programın olmamasından kaynaklı sorunlar
- ✓ İstikrarlı bir başarı elde edememe,
- ✓ Bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince yararlanamama,

Karar alma ile ilgili sorunlar: KOBİ’lerde karar alma ile ilgili sorunların başında işletme yöneticisi durumunda bulunan işletme sahibinin çok güçlü pozisyonu ona önyargılı ve gerçek olmayan kararlar alma imkanı sağlamaktadır. Bu da, onların objektif kararlar almasını önlemektedir. Dolayısıyla, KOBİ’lerde genelde çalışanlarla birlikte karar alma çok az rastalanan bir durumdur (Özgen ve Doğan, 1998).

KOBİ’ler aile şirketi olduğu için işletmede yönetim alanında uzmanlaşmayı engellemektedir. Bunun başka bir dezavantajı ise işletmede karar alma sürecini ne kadar hızlı bile hata yapma riskini artırmaktadır. Küçük işletmelerdeki zayıflığın iki nedeni vardır. Birinci nedeni sermaye yetersizliği; ikinci nedeni ise uzman personel eksikliğinden kaynaklı sıkıntı ve bunun sonucunda işletme alt düzeydeki faaliyetlerini yürütmede sıkıntı yaşar (Müftüoğlu, 2002: 179-227).

Yönetim fonksiyonunun temel işlevlerinden olan planlama konusunda, küçük ve orta ölçekli firmaların ihracat pazarlaması planı açısından bazı sorunlar yaşadıkları bilinmektedir. İhracat pazarlamasına karar vermiş bir işletme, ihracat stratejisini formüle etmek zorundadır. Bu nokta da ihracat stratejisinin oluşturulması büyük önem taşır. Doğal olarak ihracat stratejisinin uygulanabilmesi içinde bir ihracat pazarlaması planına gereksinim duyulmaktadır (Çavuşgil, 1998). Sözü edilen ihracat pazarlaması planının yapılabilmesi için, çeşitli destekleyici bilgilerin toplanması gerekir. Burada söz konusu plan için genel olarak gereksinim duyulan bilgi çeşitleri şunlardır (Cellich, 1995: 22).

- ✓ Pazarın büyüklüğü ve pazardaki eğilimler
- ✓ Pazarın yapısı
- ✓ Rakipler
- ✓ Ürünler
- ✓ Fiyatlandırma
- ✓ Müşterilerin davranışları
- ✓ Pazarlama kanalları
- ✓ Pazarlama iletişimleri
- ✓ Pazara giriş engelleri
- ✓ Olası rekabet avantajları

Yukarıda adı verilen bu bilgiler doğrultusunda firmalar çeşitli bilgi kaynaklarına (firma kayıtları, kişisel ilişkiler, tedarikçiler, müşteriler, odalar, yabancı dağıtıcımlar vb.) başvurabilir (Canitez, 2004).

3.6.3.2. Pazarlama İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

KOBİ'lerin hayatta kalabilmesi ürettikleri mal ve hizmetleri devam ettirmeleri, kar sağlamaları gerekir. Ekonomik şartlar, ülkenin mali durumunun bozulması, satışların yetersiz olması atıl kapasite çalışmalarına sebep olur. Pazar araştırması yapmadan iç ve dış pazarlarda yer almaya çalışmaları pazar koşullarından olumsuz etkilenmelerine neden olur. Kendi gözlem ve deneyimlerine göre hareket etmeleri Pazar stratejilerini doğru uygulayamama sorunlarına yol açar. Yapılarının esnek olmasından dolayı müşteri tercih ve beğenileri farklı olacağı için pazara uyum sağlayamazlar. Talebi karşılayamadıkları için kar oranı düşer hata payları artar. Dış pazarlarda ihracat yapmayıp sadece iç pazarlara açılmaları sınırlı pazarda yer almalarına neden olur. Maliyeti yüksek olduğu için pazarlama araçlarını aktif kullanmamaları, donanımlı bir pazarlama departmanının olmaması, pazarlama konusunda uzman bir kişinin çalıştırılmaması büyük harcamalarda bulunmamaları nitelikli elemanın istihdam edilmemesi, yöneticilerin bizzat pazarlama konusuna kendilerinin el atması pazarlama sorunlarına yol açar. Bu da KOBİ'lerin pazarlama konusunda karşılaştıkları en büyük sorundur (Burşuk, 2005: 11).

Müşteri bulma portföyünü geliştirme ticari anlamda önemli temel ilkelere dendir. KOBİ'ler de ticari hayatta büyük işletmeler gibi müşteri odaklı olma çabasında olmalıdırlar. Müşterinin ihtiyaçlarına doğru zamanda karşılamadığı zaman işletmenin varlığını tehlikeye düşürür. Bundan dolayı işletmeler kendi ürün ve hizmetlerini satın alarak belli bir müşteri portföyünü geliştirmek için sağlama tekniklerini geliştirirler. KOBİ'lerde pazarlama bazı durumlara göre değişkenlik ve yapılaşmamış durumlarda tepkiel nitelik (Yüce, 2007: 45).

Pazar araştırmaları, bilgilenmeleri, bölündürmeleri ve hedef pazarın veya pazarların seçiminden sonra, işletmenin pazarlama işlevi içerisinde ürünün ayrı bir önemi vardır. Çünkü ihracat pazarlamasına konu olan ürünün özelliklerine göre, pazarlama karmasının diğer elemanları şekillenecektir. Burada ihracatla ilgili ürünün özelliklerinden söz ederken, malın dayanıklı-dayanıklı olması ve endüstriyel veya nihai tüketiciler için üretilmesi gibi faktörler önem kazanmaktadır. Buna ek olarak ürünün; kolayda beğenmeli, özellikli ve aranmayan

niteliklerinden birine sahip olması da, ihracat pazarlaması eylemlerini etkiler. Hatta konu ihracat pazarlaması olduğunda, renk, tat, koku, boyut, dizayn, şekil, kullanılan hammadde, malın kullanımı, teknik koşullar, marka, satış sonrası hizmetler ve ambalaj gibi ürünle ilgili olan diğer konulara da odaklanmak gerekmektedir (Akat, 2001: 83-88).

KOBİ'lerin satın alma ve pazarlama açısından karşılaştıkları sorunlar şöyle sıralanabilir (Arı, 2011: 22).

- ✓ Hammadde bulma sıkıntısı
- ✓ Düşük kalite
- ✓ Pazarlama stratejilerin yanlış yapılması
- ✓ Rakipleri tanıma zorluk yaşanması
- ✓ Dış pazarlara yönelik bilgi eksikliği
- ✓ İhracata yönelik uzman eleman eksikliği
- ✓ İhracata yönelik siparişlerin tam anlamıyla

3.6.3.3. Finansman İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

KOBİ'lerin sık karşılaştığı bir diğer önemli sorunda finansman sorunudur. Finansman sorunu KOBİ'lerin kuruluş aşamasından başlar yaşamı boyunca devam etmekte olan ciddi bir sorundur. Bunun sebebi KOBİ'lerin finansman yapısı incelendiğinde homojen bir yapıda olmadıkları, farklı finansman kalıplarının olduğu ortaya çıkmaktadır. Başka bir sebebi ise yöneticilerin finansal yönetim noktasında bilgisiz ve deneyimsiz olmalarından kaynaklanmaktadır. Finans ve muhasebe konusunda alanında birikimli, deneyimli uzman personel istihdamı yapılması gerekir (Özgen ve Doğan, 1998).

KOBİ'lerin önemli sorunlarının başında olan finansman sorunları her dönemde devam eden bir sorundur. Küçük işletmeler için büyük bir sorun olan finansman sorununun bir başka nedeni ise ülkemizdeki bankacılık sisteminin büyük firmaların yönetiminde olması ve devlet teşvik politikalarının yetersiz olması gibi nedenlerden kaynaklanır (Yörük, 2001: 48).

KOBİ'lerin finansman sorunlarını temel olarak aşağıdaki şekilde sıralamak olanaklıdır (Aras, 2001: 59).

- ✓ İşletmenin sermayesinin yetersiz olması
- ✓ Öz kaynakların yetersiz olması
- ✓ Kredi kullanımında çıkan sıkıntılar
- ✓ Kredi maliyetlerinin ve faiz oranlarının yüksek olması
- ✓ Tahsilatların düzenli yapılamaması
- ✓ Teşviklerden yeterli yararlanamama

İşletmelerin öz kaynak sorunu yaşaması başta ülkemiz olmak üzere tüm gelişmiş ülkelerde görülen bir sorundur. Öz kaynakların istenilen düzeyde olmaması dış kaynak temininde sorun yaşamasına sebep olabilir. KOBİ'ler öz kaynaklardan yeterince yararlanamadıkları için bir finans sorunu teşkil eder (Yatbaz, 2013: 30).

İşletmeler açısından oldukça önemli bir finans kaynağı olan sermaye piyasalarından yeterince faydalanılmamasının hem mevzuat hem de KOBİ'lerden kaynaklanan sorunlara dayandığı görülmektedir. Sermaye piyasalarından kaynaksağlamak isteyen işletmelerin mevzuat gereği bazı özelliklere sahip olması ve yine yasada belirtilen belirli şartları yerine getirmesi gerekmektedir (Ekinci, 2003: 81). İncelediğimizde KOBİ'lerin yerine getirmekte güçlük çektiği bazı şartların varlığı görülmektedir.

Ülkemide KOBİ'lerin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri de finansman sorunudur. Bu sorunlar aşağıda sıralanmıştır. (Ege, 2007: 199-207).

- ✓ İşletmelerin yeterli öz kaynağa sahip olmamasından dolayı kısa ve uzun vadeli krediler almalarını güçleştirir.
- ✓ Faiz oranlarının yüksek olması kredilerin yüksek olmasına sebebiyet veriyor. Böyle olunca işletmeler çektiği krediyi ödemede güçlük çekmektedirler.
- ✓ Devlet desteğinin yetersiz olması finans sorununa yola açar.
- ✓ Tahsilatların düzenli yapılamaması belli başlı finansman sorunları arasındadır.
- ✓ KOBİ'ler maliyet riskinden dolayı yurt içi ve yurt dışı pazarlarda nakit satış yapamamaktadırlar.

KOBİ'lerin öz kaynak sorunu yaşamasının en büyük nedeni enflasyonun yüksek olmasından kaynaklanıyor. Bu sorunlar işletmelerde bazo sorunlara yol açmaktır. Bunlar; finansal tabloların şeffaflığını yitirmesi, sermayenin israf edilmesi yatırım kararlarının alınmasını zorlaştırır (Karabıçak ve Altuntepe, 2001: 192).

Finans sorunların en başında KOBİ'lerin alternatif finans tekniklerine yeterli düzeyde sahip olmamasından kaynaklanıyor. KOBİ'lerin firma için yapılan harcamaların çoğunu kendi kaynaklarından karşıladıkları için Eximbank ve Avrupa Yatırım Bankası'ndan KOBİ'ler kredi, leasing, faktöring vb. diğer finansman yöntemlerini çok sık kullanmamaktadırlar. (Kutlu ve Demirci, 2007: 192).

3.6.3.4. Üretim İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

Küçük ve orta ölçekli işletmeler üretim işlevlerinin özelliklerinden dolayı ihracat pazarlamasında bazı sorunlar yaşayabilirler. KOBİ'lerin üretim işlevleri irdelendiğinde; genellikle yetersiz kapasite, zayıf üretim teknolojisi ve yönetimi, düşük miktarda kalitesiz ve yüksek maliyeti mal üretimi ile işgücü, makine ve üretim kapasitesi gibi varlıkların verimsiz kullandıkları dikkati çeker (Özgen ve Doğan , 1998: 40).

KOBİ'ler düşük sermayeye sahip olduklarından girdi temininde sorun yaşamaktadırlar. Bu durumda KOBİ'lerin diğer işletmeler karşısında rekabet gücü azalır (Yüce, 2007: 42).

Ülkemizde KOBİ'lerin üretim alanında karşılatıkları belli başlı sorunlar aşağıda sıralanmıştır (Uygun vd., 2014: 8-10):

- ✓ KOBİ'ler düşük sermayeye sahip oldukları için ham madde tedariki konusunda ciddi sorun yaşarlar.
- ✓ KOBİ'ler çağın teknolojik gelişmelerine ayak uydurmada yetersiz olduklarından dışa finans yönünden dışa bağımlı hale gelir.

- ✓ KOBİ'ler tek başına bilgi ve iletişim teknolojileriyle üretim yapamadıklarından bir sanayi koluna bağlı kalıyorlar.
- ✓ Finansman sorunu yaşayan KOBİ'ler bilişime dayalı üretim yapamamaktadırlar.
- ✓ Ar-Ge faaliyetleri, firma kültürü ve örgütlenme gibi konularda yeterli bilgiye sahip olmadıkları için uygulamalı araştırmalarda sorun yaşamalarına sebep olur.
- ✓ Teknolojik işlemlerin uzman personel tarafından yönetilmemesi sorunlara sebep olur.
- ✓ KOBİ'ler eksik bilgiye sahip olduklarından üretimde kaliteli kaynakları bulmakta güçlük çekerler.

KOBİ'ler büyük işletmelere göre düşük sermayeye sahip oldukları için malzeme alırken sipariş miktarlarında daha kısıtlı davranırlar. Bunun sonucunda ürünün birim maliyetini olumsuz yönde etkilemektedir. İskonto indiriminden yararlanmak için yüklü miktarda sipariş vermeleri durumunda ise stok maliyetini artırmaktadır (Eminoğlu, 2013).

3.6.3.5. İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevinden Kaynaklanan İhracat Sorunları

Her işletmenin hedeflerini ileriye taşıyacak nitelikli, tecrübeli ve uzman personele sahip olmayı ister. Ancak bazen bir personel birden fazla iş yapar ondan dolayı etkin bir şekilde personel kullanımı karmaşık bir yapıya sahiptir. İnsan kaynakları stratejisinin iyi belirlenmesi işletmenin personel noktasında zayıf ve güçlü yönleri iyi tespit etmesini sağlar. Yapılan araştırmalarda gösteriyorki KOBİ niteliğindeki işletmelerin genelde personel alımında yeterince çaba göstermedikleri açıkça gösteriyor (Yılmaz, 2010: 20).

İşletmelerde çalışan personelde olması gereken bazı özellikler aşağıda sıralanmıştır (Müftüoğlu, 1991: 73).

- ✓ KOBİ'lerde emek yoğun teknolojilerin önemli olmasından dolayı büyük işletmelere göre daha büyük önem taşır.

- ✓ KOBİ'ler muhasebe, pazarlama, AR-GE, finansman gibi departmanlarda büyük işletmelere göre alanında uzman personel istihdam edecek maddi bir güce sahip değiller.
- ✓ KOBİ'lerde yönetim ve personel arasında resmi bir ilişki görülmemektedir.
- ✓ Büyük işletmelerde çalışan personelin aldığı ücret KOBİ'lere göre daha yüksektir.
- ✓ Ekonomik yapının kötüye gittiği durumlarda çalışan ve işletme arasında bireysel ilişki kendini hissettiriyor. Bu durum personelin nitelikli olması ve çevreden gelecek olası tepkilerden de kaynaklanabiliyor.

3.6.3.5.1. Eğitimsiz ve Tecrübesiz İhracat Personeli

KOBİ'lerin çoğu aile şirketi olduğu için genelde çalışanlar aile içinden olduğundan işi bilmeyen ve yeteneksiz kişiler işin başında durmaktadır. Bunun sonucunda nitelikli ve uzman personelin istihdam edilmesi zorlaşıyor. İşletmelerin içinde eski ve yeni çalışanların arasında kuşak çatışması yaşanmaktadır. Çoğu işletmelerde insan kaynakları departmanının olmamasından dolayı yönetim ve çalışanlar arasında doğrudan bir ilişki olduğunu gösterir. İlişkilerin bireyselleşmemesi için resmi bir yönetim anlayışının olması gerekir (Tandoğan , 2012).

3.6.3.5.2. İhracat Uzmanlarının İstihdam Edilmesindeki Zorluklar

KOBİ'lerde yönetim ve organizasyondan kaynaklan ssorunların en büyük neden, finans alanında uzman personelin olmayışıdır. Bundan dolayı bütün yetkiler tek kişi de toplanmıştır. İşletme sahipleri genellikle teknik kökenlidirler ve finans konusunda genelde yetersiz bilgiye sahiptirler. Sonuç olarak finans bilgisinin eksik olması kredili satışlarda riskin iyi değerlendirilmesinee neden olabilir (Müftüoğlu ve Dorukan, 2004: 126-129).

KOBİ'lerin pazarlama konusunda yaşadığı başka bir sorun ise pazarlama departmanının olmayışıdır. KOBİ'lerde pazarlama anlayışı oldukça zayıftır. Pazarlama departmanının olmayışı pazarlama konusunda uzman kişilerin istihdam edilmemesinden kaynaklanmaktadır (Evin, 2012: 80).

4.Kobilerde Yaşanmış Sorunlarla İlgili Yapılmış Çalışmalar

Dünyadaki işletmelerin neredeyse %95'i KOBİ'ler tarafından oluşmaktadır. Ayrıca bunlar özel istihdamın %60'ını oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'ler statik ve dinamik rol oynar. KOBİ'lerin uluslararası ticareti teşvik etmek, ihracat girişiminde bulunarak ihracatı arttırmak ve girişimcilik ruhunu desteklemek için sosyal ve ekonomik katkıları büyüktür. Finansal büyüme ve gelişme şüphesiz KOBİ'ler sayesinde olmaktadır (Kumar and Rao, 2016). KOBİ'lerin ihracat sürecinde karşılaştığı sorunlara ilişkin literatür şu şekilde özetlenebilir:

Bodur (1986). 88 yiyecek ve tekstil sektöründeki ihracatçı KOBİ ve büyük firmalarda belli başlı sorunları şu şekilde sıralamıştır. Yüksek üretim maliyetleri, evrak gecikmeleri, dış piyasa bilgileri eksikliği, enerji sıkıntısı, taşımaya ilişkin sorunlar, Yüksek ihracat kredisi maliyeti, Halka açık bir bilgi yayma merkezinin eksikliği.

Karafakioğlu, (1986). İstanbul'da İhracat yapan 201 adet KOBİ'lerde belli başlı sorunlar şunlardır. Yoğun uluslararası rekabet, yabancı pazarlar hakkında bilgi eksikliği, yüksek risk, düşük kalitede üretim ve yüksek maliyetler, İhracat kısıtlamaları ve formaliteleri, Teşvik eksikliği 1960 ile 1970 yılları arasındaki (Bilkey, 1978). 1980 yılların sonlarında konuyla ilgili pek çok çalışma yapılmıştır. Örneğin, Hook ve Czinkota (1988), ihracatçı olmayan KOBİ'lerin, ihracat faaliyetinin başlatılmasıyla ilgili sorunlara (ilk yatırımın artırılmasında yaşanan güçlükler, tarife ve tarife dışı engeller ve ihracat hakkında bilgi eksikliği gibi) büyük önem verdiklerini tespit ettiler. İhracatçı KOBİ'ler ise, esas olarak operasyonel konulara odaklanmışlardı (çok fazla kırtasiyecilik, ulaşım zorluğu, eğitimsiz personel gibi)

Bagchi-Sen (1999). Kanada'daki KOBİ'lerin ihracatının önündeki engelleri içsel ve dışsal nedenler olarak iki grupta toplamıştır. İçsel nedenler arasında; firmanın büyüklüğü, finansal gereksinimler, işletme sermayesinin eksikliği, kurum içi uzmanlığın olmaması, riskteki isteklilik, etkisiz yönetim, yönetim zamanı gereksinimleri, fakir emek-yönetim ilişkisi, eskimiş fabrika ve ekipmanlar yer almaktadır. Dışsal nedenler ise; kültürel farklılıklar, lisanslama gereksinimleri, kuruluş hakkı, göçmenlik sorunları, devlet kontrolleri ve yönetmelikler, üretim girdilerinin artan maliyetleri, çalışan istihdamına yönelik sorunlar, üretim girdisi sıkıntısı, azalan ürün talebi, güçlü yerli rekabet, yabancı üreticilerle yaşanan güçlü rekabetten oluşmaktadır. Araştırma sonuçları, küçük kentsel yerleşim yerlerinden

başarılı ihracatçıların hem ürün hem de süreç yeniliğine aktif bir şekilde dahil olduklarını doğrulamaktadır

Katsikeas, Piercy ve Loannidis (1996), çalışmalarında ihracat performansını temelde işletme büyüklüğü, ihracat teşvikleri, firmanın ihracat deneyimi, piyasanın rekabetçi özellikleri gibi değişkenlerin belirlediği sonucuna ulaşmıştır.

İhracat engellerini farklı sınıflandırmasını öneren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Çavuşgil and Zou 1994; Morgan 1997; Tesfom and Lutz 2006; Leonidou 2004). Örneğin Çavuşgil and Zou (1994) bir ihracat girişimi pazarlama stratejisinin iç kuvvetler (şirket ve ürün özellikleri) ve dış kuvvetler (sanayi ve ihracat pazarı özellikleri) tarafından belirlendiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde, Tesfom and Lutz (2006), küçük ve orta ölçekli imalat firmalarının ihracat sorunlarını iç ve dış sorunlar olarak sentezlemişlerdir. Pinho & Martins (2010) Portekiz'deki potansiyel ihracatçı ve ihracatçı olmayan KOBİ'lerin ihracat yapmasındaki bazı önemli engellerin belirlenmeyi amaçlamışlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, ihracatçı olmayan KOBİ'lerin ihracat yapmasındaki engeller olarak; potansiyel piyasalar hakkında bilgi eksikliği, nitelikli ihracat personeli eksikliği, teknik uygunluk eksikliği, sektördeki rekabet derecesi ve mali yardım eksikliği (devlet ve finansal kurumlar) ile nitelikli insan kaynağının olmaması tespit edilmiştir. İhracatçı KOBİ'ler ise, hedef piyasadaki fiziksel ürün akışının depolanmasını ve kontrolünü en büyük engel olarak görüyorlardı. Khatkhat ve arkadaşları (2011). Pakistan'daki KOBİ'lerin mevcut ihracat zorluklarını ve bu engellerin KOBİ'leri nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Bu çalışmanın bulgularına göre, iç engellerin (enerji krizi, politik-ekonomik-sosyokültürel çevre, pazarlama, fonksiyonel) dış engellerden (kalite ve fiyat rekabeti, ekonomik-politik-sosyokültürel çevre, ödeme, dil, belgeleme) daha etkili olduğunu ortaya koymuştur (Bozkurt ve Tunç, 2018: 386).

Demirel ve Sezgin (2006). Balıkesir İlinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 100 KOBİ'lerde belli başlı sıkıntıları şu şekilde sıralamıştır. İşletmelerin pazara açılım kararlarında en çok girişimcilerin/ üst düzey yöneticilerin yaklaşımlarının etkili olduğu, onların kararlarında da en çok dağıtım kanalı özellikleri (öncelikle uluslar arası kanallarla çalışma koşullarının ve coğrafik konum olarak uzak olan kanalların maliyetleri) nin ve fiziksel dağıtım şartları (taşıma ve stoklamanın maliyetleri ve zorlukları) nin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle araştırma yapmadıkları/ yapamadıkları için yeterli bilgiye sahip olmadıklarını, bilgileri bir şekilde elde edenler ise bu çalışmalarını yönlendirecek bilgi, birikim ve eğitime sahip çalışanları olmadığını ifade etmektedirler.

Altıntaş vd. (2007). 145 farklı sektördeki ihracat yapan KOBİ'lerde belli başlı sıkıntıları şu şekilde sıralamıştır. Döviz kuru riski, Müşterilere tatmin edici fiyat sunmak, Yurtdışı pazarlarda keskin rekabet, devlet yardımı / teşviklerin olmaması, İhracatını finanse etmek için işletme sermayesi yetersizliği, Piyasayı bulmak / analiz etmek için sınırlı bilgi, Yüksek tarife ve tarife dışı engeller, Türkiye'de bürokratik gerekler, Aşırı nakliye masrafları, İhracat için yetersiz / eğitimsiz personel, İhracat dağıtım kanallarına erişme, Olumsuz kurallar ve düzenlemeler, Teknik / satış sonrası servis sağlama, Bilmediğiniz yabancı iş uygulamaları, Yurtdışından gelen ödemelerin yavaş tahsilatı, İhracat için üretim kapasitesinin olmaması, İhracat ürün kalite standartlarını karşılamak, Yabancı iş fırsatlarını tanımlayamamak, Farklı yabancı müşteri alışkanlıkları / tutumları, dil ve iletişim farkı.

Sönmez ve Arslan (2007). Ankara ve Bursa/İnegöl bölgelerinde rastgele olarak seçilen 97 adet işletmelerde belli başlı sıkıntıları şu şekilde sıralamıştır. Elverişsiz kur oranlarının, yabancı pazarlarda yoğun rekabetin etkili olması, devlet desteği ve teşviklerin yetersiz oluşu, yurt dışındaki yasal düzenlemelerin tam olarak bilinmemesinin etkisi, yüksek gümrük vergileri ve vergi dışı engellerin etkili olduğu, nitelikli ihracat elemanlarının eksikliği, ihracat finansmanı için çalışma sermayesinin yetersizliği, ihracata yönelik bürokratik işlemlerin çokluğu.

Işık ve Delice (2007). Karaman ve Nevşehir illerinde faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki 35 ihracatçı firmalarda belli başlı sıkıntıları şu şekilde sıralamıştır. İşletmelerin yoğun dış rekabeti ihracatları için engel görmedikleri; Finansmanı için çalışma sermayesinin yetersiz olmasını ihracat için engel, Yabancı pazarları analiz etmede ve hedef pazarları belirlemede bilgi eksikliği, yurtdışındaki yasal düzenlemeleri ihracat için ciddi bir engel olarak görmektedir. Karaman'daki işletmelerin %60 gibi yüksek bir oranı elverişsiz kur oranlarını ihracat için engel olarak görürken, sözkonusu oran Nevşehir için sadece %20'dir.

El-Said, Al-Said ve Zaki (2015) , Mısır'da Merkez Bankası tarafından yapılan KOBİ sayımını kullanarak ihracat yapan KOBİ'lerin bankalarla olan ilişkisini ve finansın ihracat performansı üzerine erişiminin etkisini incelemişlerdir. Buna göre, KOBİ'ler için sınırlı kaynaklara erişim önemli bir sorundur. Ayrıca finansal hizmetler kısıtlıdır. Bu kısıtlılık ihracat olasılığını azaltmaktadır. Bunun dışında siyasal pay ve pazara hizmet etme olasılığı bir diğer ihracat sorununu teşkil etmektedir. Birden fazla pazara ihraç etme yani pazarın çeşitlenmesi ve ihracat yapma kabiliyeti, daha geniş ve verimli finansal hizmetler sunma, ihracatın çeşitliliğini ve ihracatçıların sayısını arttırmıştır. Hükümet tarafından finanse edilen,

sübvansiyonlar ve uzmanlaşmalar sağlayabilen kamu ve ortaklık girişimleri KOBİ'lerin bankalardan finansal yardım almasını arttıracaktır (El-Said vd., 2015).

Moritz, Block ve Heinz (2016), 28 Avrupa ülkesinde yaptıkları çalışmada, KOBİ'lerin finansman araçlarının sayısı, bunların kombinasyonu, ürün, sanayi ve ülkeye özgü özellikleri, finansman sorunlarındaki değişiklikler özellikli olarak incelenmiştir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, KOBİ'lerin finansman yapısı incelendiğinde homojen bir yapıda olmadıkları, farklı finansman kalıplarının olduğu ortaya çıkmıştır. Finansman durumu KOBİ'lerin yapısını etkileyen en önemli unsurdur. KOBİ'lerin finansman durumunu anlamak için arz talep yapısını ve sosyal davranışlarını incelemek gerekir. Firmanın büyüklüğü, yaşı, ömrü, ürettikleri ürünler, firmanın yenilikçilik anlayışı, finansal yapısını etkileyen diğer unsurlardır. Siyasi açıdan incelendiğinde KOBİ'lere finansal destek sağlamak büyük önem taşımaktadır. Hükümetin uyguladığı destek programları KOBİ'lerin finansmana erişimi noktasında büyük önem arz etmektedir. KOBİ'lerin aktif hareket edememelerinin nedeni, mali kısıtlamalarının olmasından kaynaklanmaktadır (Moritz vd., 2016).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Yöntem

Araştırmanın uygulama aşamasında veri toplama yöntemi olarak nicel yöntemlerden anket formu kullanılacaktır. Anket formları, Gaziantep Sanayi Odası kayıtlı tekstil sektöründe ihracat yapan KOBİ'ler üzerinde uygulanmıştır. Anket formları yüz yüze görüşülerek ve e-mail yoluyla katılımcılara ulaştırılacaktır. Oldukça yaygın olarak kullanılan bu yöntemde anket formunu eksiksiz ve hatasız dolduranlar örnekleme dâhil edilmiştir ve eksik hatalı olanlar örnekleme dahil edilmemiştir. Anket formu genel olarak dört bölümden oluşmaktadır

3.1.1. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, Katsikeas ve Morgan (1994) 'ın geliştirdiği ve Canitez (2004) tarafından Türkçe'ye çevrilen ve İslambay, 2018' de yapmış olduğu “Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları: Konya İmalat Sektöründe Bir Araştırma” adlı çalışmasından aldık.

Araştırmada, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik “Kişisel Bilgi Formu” oluşturulmuş, ikinci bölümde işletme bilgilerini ölçmeye yönelik 3 madde sorulmuştur. Anket formunun üçüncü bölümünde yer alan uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını analiz etmek için 22 madde sorulmuştur. Dördüncü bölümde yer alan ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını analiz etmek için 12 madde halinde sorulmuştur. Son bölümde ise; işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunlarını analiz etmek için 15 madde sorulmuştur. Söz konusu sorunların ağırlığını saptamak için 5'li Likert Ölçeği kullanılacaktır.

3.1.2. Veri analiz yöntemi

Yapmış olduğumuz çalışmada SPSS programı ile frekans analizi, güvenilirlik analizi, anova testi ve kolerasyon analizi yapılmıştır.

Araştırmanın alt amaçlarından olan ve bağımsız değişkenler ile boyutlar arasında anlamlı farkın olup olmadığını belirlemek için verilerin normalliği test edilmiştir. Normalliğin test edilmesi için veri setinin çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmıştır.

3.1.3.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Gaziantep Sanayi Odasına (GSO) kayıtlı, orta ve küçük ölçekli tekstil işletmeleri oluşturmaktadır. 605 işletmeden oluşan evrenin, %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5’lik bir hata payı dikkate alınarak, örneklem büyüklüğü 295 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992: 253). Toplanan 295 anketten, 285 tanesinin kullanılabilir olduğuna karar verilerek analizlere başlanmıştır. Çalışmaya dahil olan Kobilere hali hazırda ihracat yapıp yapmadığına bakılmaksızın örneklem dahil edilmiştir. Böylelikle ihracat yapanların algıladıkları sorunların yanında ihracat yapmayanların da yaşayacakları sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. 10 tane anketin rastgele işaretleme yapılarak yapıldığından ele alınmamıştır. Sonuç olarak, bu çalışmada örneklem ana kütleyi %47 (285/605) temsil etmektedir.

3.2. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Basıklık (Kurtosis) ve Çarpıklık (Skewness) değerleri verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ifade eder

Çarpıklık katsayısı – sonsuz ile + sonsuz arasında değerler alabilmektedir. Pozitif ve Negatif olmak üzere iki tür çarpıklıktan söz edilebilir. Eğer ortalama medyandan küçük ise dağılım sola (negatif) çarpık olur. Eğer ortalama medyandan büyük ise dağılım sağa (pozitif) çarpık olur. Çarpıklık ölçüsü ± 2 aralığında değerler alması durumunda normal kabul edilmektedir (Bayram, 2013: 109).

Basıklık (Kurtosis) normal dağılım eğrisinin ne kadar dik ve ya basık olduğunu gösterir. Tam çan eğrisinin basıklık katsayısı “sıfır”dır. Basıklık katsayısı pozitif ise, eğri normale göre daha diktir. Negatif ise normale göre daha basıktır. Analiz çıktısından elde edilen tanımlayıcı istatistikler tablosundaki Kurtosis’e ait statistic değeri Std. Error değerine bölünerek bulunan değer % 5 anlamlılık düzeyinde +1,96 ve -1,96 değerleri arasında ise dik olmadığı söylenebilir.

Tablo 1. Çarpıklık ve basıklık değerleri

	N	Minimu m	Maksimu m	Ortalama	Std. Deviatio n	Çarpıklık		Basıklık	
	Statisti c	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statisti c	Std. Error	Statisti c	Std. Error
Uluslararası toplam	194	2,74	4,47	3,6438	,29464	-,290	,175	,082	,347
Ulusal toplam	194	2,58	4,58	3,6160	,37007	-,262	,175	,147	,347
İşletme toplam	194	2,87	4,60	3,8203	,31376	-,560	,175	,732	,347
Valid N (listwise)	194								

Tablo 1’de görüldüğü gibi ölçeklerin boyutlarına ait çarpıklık ve basıklık katsayıları - 2,00 ile 2,00 arasında değiştiğinden dolayı bu değerler verilerin normale yakın bir dağılım gösterdiğine işaret etmektedir. Normallik dağılımıyla ilgili olarak büyük gruplar üstünde toplanan verilerin normal dağılıma yakın bir dağılım gösterdikleri kabul edilebileceğini ve buna uygun istatistiklerin seçilebileceğini belirtmektedir. (Büyüköztürk vd., 2011) Bu araştırmada elde edilen veriler normal dağılım gösterdiğinden ve örneklem hacminin de büyük olmasından dolayı parametrik testler kullanılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde öncelikle katılımcıların demografik değişkenler açısından kişisel bilgilerine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Daha sonra ise bağımsız değişkenler açısından fark testleri yapılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyeti

Cinsiyet	N	%	Kümülatif Yüzde
Erkek	203	71,2	71,2
Kadın	82	28,8	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 2’de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki katılımcıların %71,2’si, erkek %28,8’i ise kadındır.

Tablo 3. Katılımcıların Yaşı

Yaş	N	%	Kümülatif Yüzde
25 ve altı	49	17,2	17,2
26-35	75	26,3	43,5
36-45	93	32,6	76,1
46-55	36	12,6	88,7
56 ve üstü	32	11,2	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 3’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan katılımcıların %17,2’si 25 ve altı yaşta, %26,3’ü 26-35 arası, %32,6’sı 36-45 arası, %12,6’sı 46-55 arası, %11,2’si 56 ve üstü yaşta.

Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Durumu

Eğitim durumu	N	%	Kümülatif Yüzde
İlköğretim	49	17,2	17,2
Lise	60	21,1	38,3
Lisans	122	42,8	81,1
Lisansüstü	54	18,9	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 4'te görüldüğü gibi araştırmadaki katılımcıların %17,2'si ilköğretim, %21,1'i lise, %42,8'i lisans, %18,9'u lisansüstü mezunudur.

Tablo 5. Katılımcıların Çalışma Süresi

Çalışma Süresi	N	%	Kümülatif Yüzde
1 yıldan az	31	10,9	10,9
1-4 arası	82	28,8	39,7
5-10 arası	59	20,7	60,4
11-15 arası	43	15,1	75,5
16 ve üstü	70	24,6	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 5'te görüldüğü gibi araştırmadaki katılımcıların %10,9'u 1 yıldan az, %28,8'i 1-4 yıl arası, %20,7'si 5-10 yıl arası, %15,1'i 11-15 yıl arası, %24,6'sı 16 ve üstü yıl çalışma süresine sahiptirler.

Tablo 6. Katılımcıların Medeni Durumu

Medeni Durum	N	%	Kümülatif Yüzde
Evli	228	80,0	80
Bekar	57	20,0	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 6’da görüldüğü gibi araştırmadaki katılımcıların %80,0’i evli, %20,0’i ise bekardır.

Tablo 7. İşletmede Çalışan Sayısı

Çalışan kişi sayısı	N	%	Kümülatif Yüzde
1-9 arasında	83	29,1	29,1
10-49 arasında	88	30,9	60
50-250 arasında	91	31,9	91,9
250’den fazla	23	8,1	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 7’de görüldüğü gibi araştırmadaki katılımcıların işletmelerinde %29,1’i 1-9 arasında, %30,9’u 10-49 arasında, %31,9’u 50-250 arasında, %8,1’i 250’den fazla çalışan vardır.

Tablo 8. Yaklaşık olarak yıllık toplam satış hasılatınızın ne kadarını ihracattan temin etme oranı

İhracat miktarı	N	%	Kümülatif Yüzde
İhracat yapmıyoruz	86	30,2	30,2
%10’dan az	79	27,7	57,9
%10-20 arasında	60	21,1	79
%21-40 arasında	40	14,0	93
%40’tan fazla	20	7,0	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 8’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan katılımcıların şirketlerinin %30,2’si ihracat yapmamaktadır, %27,7’si satış hasılatının %10’dan azını, %21,1’i %10-20 arası, %14,0’ü %21-40 arası, %7,0’si %40’tan fazlasını ihracattan temin etmektedirler.

Tablo 9. Ülkelere Göre Yıllık Ortalama İhracat Durumu

İhracat miktarı	N	%	Kümülatif Yüzde
1 ülke	52	18,2	18,2
2-4 arasında	122	42,8	61
5-7 arasında	45	15,8	76,8
8-10 arasında	34	11,9	88,8
10'dan fazla	32	11,2	100
Toplam	285	100,0	

Tablo 9'da görüldüğü gibi araştırmadaki katılımcıların %18,2'sinin şirketi 1 ülkeye ihracat yapmakta, %42,8'i 2-4 arası ülkeye, %15,8'i 5-7 arası ülkeye, %11,9'u 8-10 arası ülkeye, 11,2'si 10'dan fazla ülkeye ihracat yapmaktadır.

1. İşletmelerin Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar

Tablo 10. İşletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar				
	n	m	Ss	Düzy
1. Ödemeden kaynaklı sorunlar	285	4,0667	1,13170	Önemli
2. Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar	285	4,0526	1,19006	Önemli
3. Uluslararası piyasalarda talep dalgalanmaları	285	3,9509	1,21799	Önemli
4. Yabancı pazarlardaki rekabet	285	3,9439	1,25752	Önemli
5. Problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri	285	3,8456	1,20505	Önemli
6. Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	285	3,8281	1,06244	Önemli
7. İhracat pazarlarının analiz edilmesinde toplanan bilgilerin sınırlı olması ve bilgi toplamadaki sorunlar	285	3,7860	1,38648	Önemli
8. Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği	285	3,7474	1,35549	Önemli
9. Depolama sorunları	285	3,7404	1,23161	Önemli
10. Dağıtım kanalında yer alan araçlar	285	3,6912	1,35161	Önemli
11. Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	285	3,6667	1,28044	Önemli
12. Uluslararası dağıtımcılar ve araçlar hakkında bilgi edinmedeki zorluklar	285	3,6386	1,40644	Önemli
13. Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar	285	3,5895	1,18228	Önemli

14. Yabancı ülkelerdeki korumacılık eğilimleri	285	3,5825	1,42081	Önemli
15. İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar	285	3,5789	1,44314	Önemli
16. Ürün standartları, etiketlemeler ve işaretlemelerden kaynaklanan sorunlar	285	3,4877	1,32846	Önemli
17. İhraç pazarlarındaki politik istikrar sorunu	285	3,4316	1,29520	Önemli
18. Değişik karmaşık ve yabancı bulunan yasalar, dokümantasyonlar, işlemler, protokoller, uygulamalar	285	3,3474	1,39745	Ne önemli ne
19. Uygun dağıtım kanallarının yokluğu	285	1,8877	1,20505	Önemli değil
Toplam	285	3,6244	0,31889	Önemli

“1,00- 1,79: Hiç önemli değil”, “1,80- 2,59: Önemli değil”, “2,60- 3,39: Ne önemli ne önemsiz”, “3,40- 4,19: Önemli”, ve “4,20- 5, 00: Çok önemli”

Tablo 10’da görüldüğü gibi işletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde katılımcıların anket toplamında ortalaması (=3,6244; Önemli) düzeyindedir. Anket bazında katılımcı görüşlerinde en yüksek ortalamalar

“Ödemelerden kaynaklanan sorunlar” (= 4,0667; Önemli) ve “Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar” (= 4,0526; Önemli) maddeleridir. En düşük ortalama ise “Uygun dağıtım kanallarının yokluğu” (=1,8877; Önemli değil) maddesidir.

Tablo11. İşletmelerin Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Maddesel Bazda İncelenmesi

İşletmelerin Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. Ödemeden kaynaklanan sorunlar	141	49,47	80	28,07	20	7,01	36	12,63	8	2,82
2. Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar	139	48,8	82	28,8	14	4,9	40	14	10	3,5
3. Uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları	115	40,4	108	37,9	17	6,0	23	8,1	22	7,7
4. Yabancı pazarlardaki rekabet	124	43,5	92	32,3	20	7,0	27	9,5	22	7,7
5. Problemlili ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri	80	28,1	134	47,0	19	6,7	51	17,9	1	0,4

6. Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	44	15,4	96	33,7	88	30,9	57	20,0	44	15,4
7. İhracat pazarlarının analiz edilmesinde toplanan bilgilerin sınırlı olması ve bilgi toplamadaki sorunlar	120	42,1	83	29,1	13	4,6	39	13,7	30	10,5
8. Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği	112	39,3	87	30,5	12	4,2	50	17,5	24	8,4
9. Depolama sorunları	100	35,1	81	28,4	52	18,2	34	11,9	18	6,3
10. Dağıtım Kanallarında Yer Alan Aracılar	88	30,9	125	43,9	5	1,8	30	10,5	37	13,0
11. Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	93	32,6	91	31,9	35	12,3	45	15,8	21	7,4
12. Uluslararası dağıtımıcılar ve aracılar hakkında bilgi edinmedeki zorluklar	97	34,0	96	33,7	27	9,5	22	7,7	43	15,1
13. Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar	58	20,4	137	48,1	26	9,1	43	15,1	21	7,4
14. Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri	95	33,3	93	32,6	20	7,0	37	13,0	40	14,0
15. İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar	95	33,3	96	33,7	18	6,3	31	10,9	45	15,8
16. Ürün standartları, etiketlemeler ve işaretlemelerden kaynaklanan sorunlar	61	21,4	128	44,9	28	9,8	25	8,8	43	15,1
17. İhraç pazarlarındaki politik istikrar sorunu	95	33,3	81	28,4	18	6,3	34	11,9	57	20,0
18. Değişik karmaşık ve yabancı bulunan yasalar, dokümantasyonlar, işlemler, protokoller, uygulamalar	73	25,6	86	30,2	32	11,2	55	19,3	39	13,7
19. Uygun Dağıtım Kanallarının Yokluğu	19	6,7	18	6,3	24	8,4	75	26,3	149	52,3

“1,00 : Çok önemli”, “2: Önemli”, “3: Ne önemli ne önemsiz”, “4: Önemli değil”, ve “5: Hiç önemli değil” olarak kodlanmıştır.

Tablo11’de Tablo 10’da belirtilen oranlara göre genel ortalaması en yüksekte en düşüğe doğru sıralanmıştır.

Bu bağlamda “Ödemelerden kaynaklanan sorunlar” (= 4,0667; %49.47 oranında Çok önemli) ve “Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar” (= 4,0526; %48.8 oranında Çok

Önemli) maddeleridir. En düşük ortalama ise “*Uygun dağıtım kanallarının yokluğu*” (=1,8877; %52,3 Hiç önemli değil) maddesi karşımıza çıkmaktadır.

2. İşletmelerin Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar

Tablo 12. İşletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar				
	n	m	Ss	Düzy
1. İletişim olanakları	285	4,1368	1,11277	Önemli
2. Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik	285	3,9474	1,26186	Önemli
3. Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği	285	3,9088	1,00986	Önemli
4. Ulusal pazarlarda talep olduğunda ihraç pazarlarının ihmal edilmesi	285	3,7444	1,14912	Önemli
5. Yoğun bir şekilde ulusal pazarlara odaklanmak	285	3,7439	1,26186	önemli
6. Yüksek enflasyon	285	3,6737	1,26526	Önemli
7. İhracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları	285	3,6632	1,15011	Önemli
8. İhracatla ilgili kamu kuruluşlarının ağır ve yavaş bürokratik uygulamaları Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik	285	3,6000	1,34845	Önemli
9. Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri	285	3,4702	1,32818	Önemli
10. Bankacılık hizmetleri	285	3,3684	1,36907	Ne önemli ne önemsiz
11. Devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği	285	3,2912	1,29575	Ne önemli ne önemsiz
12. Rüşvet ve kayırma	285	3,1018	1,34013	Ne önemli ne önemsiz
Toplam	285	3,6374	,37584	Önemli

“1,00- 1,79: Hiç önemli değil”, “1,80- 2,59: Önemli değil”, “2,60- 3,39: Ne önemli ne önemsiz”, “3,40- 4,19: Önemli”, ve “4,20- 5, 00: Çok önemli”

Tablo 12’de görüldüğü gibi işletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde katılımcıların anket toplamında ortalaması (=3,6374; Önemli) düzeyindedir.

Ölçek bazında katılımcı görüşlerinde en yüksek ortalama “İletişim olanakları” (=4,1368; Önemli) maddesidir. En düşük ortalama ise “Rüşvet ve kayırma” (=3,1018; Ne önemli ne önemsiz) maddesidir.

Tablo13. İşletmelerin Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Maddesel Bazda İncelenmesi

İşletmelerin Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. İletişim olanakları	143	50,2	85	29,8	18	6,3	31	10,9	8	2,8
2. Ulusal ekonomik ve pazarlardaki belirsizlik	138	48,4	62	21,8	30	10,5	42	14,7	13	4,6
3. Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerinin yetersizliği	101	35,4	88	30,9	66	23,2	29	10,2	1	0,4
4. Ulusal pazarlarda talep olduğunda ihraç pazarlarının ihmal edilmesi	133	46,7	64	22,5	8	2,8	42	14,7	38	13,3
5. Yoğun bir şekilde ulusal pazarlara odaklanmak	98	34,4	95	33,3	32	11,2	41	14,4	19	6,7
6. Yüksek enflasyon	88	30,9	100	35,1	37	13,0	36	12,6	24	8,4
7. İhracatta dönük etkin ve verimli olmayan devlet yatırımları	81	28,4	87	30,5	72	25,3	30	10,5	15	5,3
8. İhracatla ilgili kamu kurumlarının ağır ve yavaş bürokratik uygulamaları	85	29,8	101	35,4	38	13,3	22	7,7	39	13,7
9. Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri	76	26,7	90	31,6	42	14,7	46	16,1	31	10,9
10. Bankacılık hizmetleri	75	26,3	76	26,7	50	17,5	47	16,5	37	13,0
11. Devletin uluslararası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği	61	21,4	78	27,4	60	21,1	55	19,3	31	10,9
12. Rüşvet ve kayırma	56	19,6	65	22,8	54	18,9	72	25,3	38	13,3

“1,00 : Çok önemli”, “2: Önemli”, “3: Ne önemli ne önemsiz”, “4: Önemli değil”, ve “5: Hiç önemli değil” olarak kodlanmıştır.

Tablo 13’te Tablo 12’de belirtilen oranlara göre genel ortalaması en yüksekten en düşüğe doğru sıralanmıştır.

Bu bağlamda “İletişim olanakları” (=4,1368; %50,2 oranında Çok önemli) ve “Ulusal ekonomik ve pazarlardaki belirsizlik”(= 3,9474; %48,4 oranında Çok önemli) maddeleridir. En düşük ortalama ise “Rüşvet ve kayırma” (=3,1018; %18,9 oranında Ne önemli ne önemsiz) maddesi karşımıza çıkmaktadır.

3. İşletmelerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar

Tablo 14. İşletmelerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar				
	n	m	Ss	Düzey
1.Üretim kapasitesindeki yetersizlikler	285	4,0421	1,02348	Önemli
2. İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması	285	3,9439	1,23491	Önemli
3.İhracat pazarlama planının olmaması veya yapılmaması	285	3,9404	1,10375	Önemli
4.İhracat faaliyetlerine yönetimin yeteri kadar zaman ayıramaması	285	3,8877	1,20797	Önemli
5. İhracat departmanının olmayışı ya da yetersizliği	285	3,8667	1,31210	Önemli
6.Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli	285	3,8561	1,28247	Önemli
7.Paketleme sorunları	285	3,8491	1,25388	Önemli
8.Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar	285	3,8316	1,16872	Önemli
9.İhracatın finansmanında kullanılabilecek fonların yüksek maliyetli olması	285	3,7547	1,41522	Önemli
10.Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar	285	3,7544	1,34637	Önemli
11.İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar	285	3,7474	1,20710	Önemli
12.Ürünün kendisinden kaynaklanan sorunlar	285	3,7158	1,43151	Önemli
13.İthalatçının istediği ürün ve kalite standartlarının karşılanmasındaki zorluklar	285	3,6982	1,37898	Önemli
14.İhracat pazarlarına yönelik Pazar araştırmasının yokluğu ya da yetersizliği	285	3,6105	1,25284	Önemli
15.Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler	285	3,5754	1,36303	Önemli
Toplam	285	3,8049	,33096	Önemli

“1,00- 1,79: Hiç önemli değil”, “1,80- 2,59: Önemli değil”, “2,60- 3,39: Ne önemli ne önemsiz”, “3,40- 4,19: Önemli”, ve “4,20- 5, 00: Çok önemli”

Tablo 14’te görüldüğü gibi işletmelerin işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde katılımcıların anket toplamında ortalaması (=3,8049; Önemli) düzeyindedir.

Ölçek bazında katılımcı görüşlerinde en yüksek ortalama “*Üretim kapasitesindeki yetersizlikler*” (=4,0421; Önemli) maddesidir. En düşük ortalama ise “*Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler*” (=3,5754; Önemli) maddesidir.

Tablo15. İşletmelerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Maddesel Bazda İncelenmesi

İşletmelerin İşletme Fonksiyonlarından Kaynaklanan İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1.Üretim kapasitesindeki yetersizlikler	102	35,8	135	47,4	17	6,0	20	7,0	11	3,9
2. İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması	119	41,8	101	35,4	15	5,3	30	10,5	20	7,0
3.İhracat pazarlama planının olmaması veya yapılmaması	112	39,3	96	33,7	26	9,1	50	17,5	1	0,4
4.İhracat faaliyetlerine yönetimin yeteri kadar zaman ayıramaması	121	42,5	72	25,3	42	14,7	39	13,7	11	3,9
5.İhracat departmanının olmayışı ya da yetersizliği	120	42,1	86	30,2	29	10,2	21	7,4	29	10,2
6.Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli	119	41,8	84	29,5	23	8,1	40	14,0	19	6,7
7.Paketleme sorunları	104	36,5	111	38,9	17	6,0	29	10,2	24	8,4
8.Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar	96	33,7	109	38,2	30	10,5	36	12,6	14	4,9
9.İhracatın finansmanında kullanılabilecek fonların yüksek maliyetli olması	125	43,9	68	23,9	19	6,7	43	15,1	43	15,1

10.Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar	101	35,4	110	38,6	10	3,5	31	10,9	33	11,6
11.İhracat uzmanların istihdamedilmesind ki zorluklar	86	30,2	116	40,7	27	9,5	37	13,0	19	6,7
12.Ürünün kendisinden kaynaklanan sorunlar	114	40,0	85	29,8	16	5,6	31	10,9	39	13,7
13.İthalatçının istediği ürün ve kalite standartlarının karşılanmasındaki zorluklar	105	36,8	95	33,3	8	2,8	48	16,8	29	10,2
14.İhracat pazarlarına yönelik Pazar araştırmasının yokluğu ya da yetersizliği	76	26,7	110	38,6	36	12,6	38	13,3	25	8,8
15.Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler	83	29,1	102	35,8	38	13,3	20	7,0	42	14,7

“1,00 : Çok önemli”, “2: Önemli”, “3: Ne önemli ne önemsiz”, “4: Önemli değil”, ve “5: Hiç önemli değil” olarak kodlanmıştır.

Tablo 15’te Tablo 16’da belirtilen oranlara göre genel ortalaması en yüksekten en düşüğe doğru sıralanmıştır.

Bu bağlamda “*Üretim kapasitesindeki yetersizlikler*” (=4,0421; %35,8 oranında Çok Önemli) maddesidir. En düşük ortalama ise “*Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler*” (= 3,5754; %35,8 oranında önemli) maddesi karşımıza çıkmaktadır.

4.1. Anova Testi Analiz Sonuçları

İstatistikte kullanılan varyans analiz kavramı birçok istatistiksel yöntemi içinde barındıran bir yöntemler topluluğunun genel adıdır. Anova testi bir sayısal değişken en az 3 grupta karşılaştırılmak istendiğinde kullanılır. Bu test öncelikli olarak en az birinin diğerlerinden farklı olup olmadığını test eder. Anova testi sonucunda istatistiksel anlamlı bir p değeri bulunursa yani $p < 0,05$ hangi gruplar arasında fark olduğunun ortaya konması için çoklu karşılaştırma testleri kullanılır (www.p005.net).

Çalışmamızda çalışan sayısına göre, satış hasılatının temin etme düzeyine göre ve farklı ülkelere yapılan ihracat sayısına göre anova testi yapılmıştır. Tabl 17, Tablo 18 ve Tablo 19 ‘da belirtilmiştir.

Tablo 16. Kurumunda Çalışan Sayısına Göre İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Anova Testi Analiz Sonuçları

	Çalışan Sayısı	n		Ss
Uluslararası faktörlerden kaynaklanan	1-9 arası	83	3,6056	,31000
	10-49 arası	88	3,6585	,30751
	50-250 arası	91	3,6183	,31321
	250'den fazla	23	3,5858	,41421
	Toplam	285	3,6244	,31889
Ulusal faktörlerden kaynaklanan	1-9 arası	83	3,7129	,36931
	10-49 arası	88	3,5919	,40175
	50-250 arası	91	3,6172	,36935
	250'den fazla	23	3,6196	,29498
	Toplam	285	3,6374	,37584
İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan	1-9 arası	83	3,7944	,36085
	10-49 arası	88	3,8424	,28682
	50-250 arası	91	3,7912	,33675
	250'den fazla	23	3,7536	,36038
	Toplam	285	3,8049	,33096

Boyutlar	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Farkın Kaynağı
Uluslararası faktörlerden kaynaklanan	Gruplar arası	,169	3	,056	,552	,647	-
	Grup içi	28,711	281	,102			
	Toplam	28,880	284				
Ulusal faktörlerden kaynaklanan	Gruplar arası	,699	3	,233	1,662	,175	-
	Grup içi	39,418	281	,140			
	Toplam	40,117	284				
İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan	Gruplar arası	,211	3	,070	,639	,591	-
	Grup içi	30,898	281	,110			
	Toplam	31,109	284				

Tablo 16'ya göre kurumda çalışan sayısına göre işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark saptanmamıştır ($p>.05$).

Bu bağlamda H1a, H1b ve H1c hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 17. Satış Hasılatını İhracattan Temin Etme Düzeyine Göre İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Anova Testi Analiz Sonuçları

	İhracattan Temin	n		Ss
Uluslararası faktörlerden kaynaklanan	İhracat yapmıyoruz	86	3,5979	,31256
	%10'dan az	79	3,6429	,33865
	%10-20 arasında	60	3,6544	,33517
	%21-40 arasında	40	3,6434	,27426
	%40'tan fazla	20	3,5368	,30432
	Toplam	285	3,6244	,31889
Ulusal faktörlerden kaynaklanan	İhracat yapmıyoruz	86	3,6899	,38975
	%10'dan az	79	3,6203	,39602
	%10-20 arasında	60	3,6653	,38249
	%21-40 arasında	40	3,5521	,29580
	%40'tan fazla	20	3,5667	,34263
	Toplam	285	3,6374	,37584
İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan	İhracat yapmıyoruz	86	3,7837	,34903
	%10'dan az	79	3,8329	,32360
	%10-20 arasında	60	3,8089	,29826
	%21-40 arasında	40	3,7850	,37424
	%40'tan fazla	20	3,8133	,30405
	Toplam	285	3,8049	,33096

Boyutlar	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Farkın Kaynağı
Uluslararası faktörlerden kaynaklanan	Gruplar arası	,309	4	,077	,757	,554	
	Grup içi	28,571	280	,102			
	Toplam	28,880	284				
Ulusal faktörlerden kaynaklanan	Gruplar arası	,698	4	,175	1,240	,294	
	Grup içi	39,419	280	,141			
	Toplam	40,117	284				
İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan	Gruplar arası	,119	4	,030	,268	,898	
	Grup içi	30,990	280	,111			
	Toplam	31,109	284				

Tablo 17'ye göre satış hasılatını ihracattan temin etme düzeyine göre işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark saptanmamıştır ($p>.05$).

Bu bağlamda H2a, H2b ve H2c hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 18. Farklı Ülkeye İhracat Yapma Sayısına Göre İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Anova Testi Analiz Sonuçları

	Farklı Ülkeye İhracat	n		Ss
Uluslararası faktörlerden kaynaklanan	1	52	3,6123	,38296
	2-4 arasında	122	3,6109	,30976
	5-7 arasında	45	3,6012	,31906
	8-10 arasında	34	3,7477	,27449
	10'dan fazla	32	3,5970	,26824
	Toplam	285	3,6244	,31889
Ulusal faktörlerden kaynaklanan	1	52	3,6522	,41280
	2-4 arasında	122	3,6038	,34272
	5-7 arasında	45	3,6426	,32742
	8-10 arasında	34	3,6863	,44051
	10'dan fazla	32	3,6823	,43246
	Toplam	285	3,6374	,37584
İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan	1	52	3,8372	,34588
	2-4 arasında	122	3,7464	,30792
	5-7 arasında	45	3,8059	,30710
	8-10 arasında	34	3,9647	,29644
	10'dan fazla	32	3,8042	,40744
	Toplam	285	3,8049	,33096

Boyutlar	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	Farkın Kaynağı
Uluslararası faktörlerden kaynaklanan	Gruplar arası	,595	4	,149	1,472	,211	
	Grup içi	28,285	280	,101			
	Toplam	28,880	284				
Ulusal faktörlerden kaynaklanan	Gruplar arası	,296	4	,074	,520	,721	
	Grup içi	39,822	280	,142			
	Toplam	40,117	284				
İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan	Gruplar arası	1,339	4	,335	3,149	,015*	2<4 3<4
	Grup içi	29,769	280	,106			
	Toplam	31,109	284				

Tablo 18'e göre farklı ülkeye ihracat yapma sayısına göre işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara yönelik görüşleri arasında *uluslararası ve ulusal faktörlerden kaynaklanan* boyutlarda anlamlı fark saptanmamıştır ($p>.05$). *İşletme fonksiyonlarından* kaynaklanan sorunlara yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark saptanmıştır ($p=.015<.05$). Ortalamalara dikkat edildiğinde farkın kaynağı 2-4 arası ve 5-7 arası ülkeye ihracat yapan şirketlerde çalışanlar ile 8-10 arası ülkeye ihracat yapan şirketlerde çalışanların görüşleri arasındadır. Buna göre çalıştığı şirketin ihracat yaptığı ülke sayısı nispeten daha çok olan katılımcıların işletme fonksiyonlarından kaynaklanan sorunları daha önemli gördükleri söylenebilir.

Bu bağlamda H3a, H3b hipotezleri reddedilmiştir. H3c hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 19. İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Korelasyonları

		Uluslararası	Ulusal	İşletme
Uluslararası	Pearson Correlation	1	,050	,125*
	Sig. (2-tailed)		,398	,035
	N	285	285	285
Ulusal	Pearson Correlation	,050	1	,082
	Sig. (2-tailed)	,398		,169
	N	285	285	285
İşletme	Pearson Correlation	,125*	,082	1
	Sig. (2-tailed)	,035	,169	
	N	285	285	285

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 19'da görüldüğü gibi uluslararası kaynaklardan kaynaklanan sorunlar ile ulusal kaynaklardan kaynaklanan sorunlar arasında düşük düzeyde pozitif ilişki ($r=.050$); uluslararası kaynaklardan kaynaklanan sorunlar ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan sorunlar arasında düşük düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki ($r=.125$); ulusal kaynaklardan kaynaklanan sorunlar ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan sorunlar arasında düşük düzeyde pozitif bir ilişki ($r=.082$) saptanmıştır.

Bu bağlamda H4, H5 ve H6 hipotezleri kabul edilmiştir.

4.2. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Kurulan 6 hipotezden 4'ü desteklenmiş ve 8'i reddedilmiştir. Araştırma hipotezlerinin sonuçları aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 20. Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Sonuçlar
H1. İşletmelerin ihracat sorunları çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	
H1a. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H1b. Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H1c. İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir	Reddedildi
H2. İşletmelerin ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	
H2a. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H2b. Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H2c. İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları ihracattan temin edilen yıllık toplam satış hasılatına göre farklılık göstermektedir	Reddedildi
H3. İşletmelerin ihracat sorunları yıllık ortalama ihracat durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	
H3a. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi

H3b. Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H3c. İşletme fonksiyonlarından kaynaklanan yıllık ortalama ihracat durumuna göre farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
H4. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H5. Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H6. Ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları ile işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, KOBİ'ler ve KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmak için ihracata yönelmeleri neticesinde karşılaştıkları sorunlardan, ulusal dış çevre, uluslararası dış çevre ve işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Yaptığım bu araştırma hazırlanan anket sorularına verilen cevaplardan elde edilen sonuçlar neticesinde gerçekleştirilmiştir. Anket formları, tesadüfi olarak, Gaziantep il merkezi sınırları içerisinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerde yetkili kişiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya dahil olan Kobiler hali hazırda ihracat yapıp yapmadığına bakılmaksızın örnekleme dahil edilmiştir. Böylelikle ihracat yapanların algıladıkları sorunların yanında ihracat yapmayanların da yaşayacakları sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmaya bu işletmelerde bulunan 285 katılımcı dâhil edilmiştir. Veriler SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) paket programı kullanılmıştır.

Küçük ve orta ölçekli olmalarından dolayı henüz neye ihtiyacı olduğunu, hangi desteğin kendileri için daha faydalı olabileceğini veya bunlardan nasıl yararlanabileceklerini bile tam olarak bilmeyen ama ihracat potansiyeli yüksek işletmelerin bu etkinlikleri bulmalarını beklemeden, etkinliklerin onlara ulaştırılması faydalı olabilecektir. KOBİ'lere yönelik bilgilendirme programlarının, eğitimlerin ve girişimci yetiştirmeye yönelik faaliyetlerin yanı sıra uluslararası pazarlarda KOBİ'leri temsil edecek veya aracılık yapacak acentelerle firmaları bir araya getirecek etkinliklere ağırlık verilmesi de yerinde olacaktır. Son olarak, ihracatın arttırılabilmesi için özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelik bürokratik engellerin azaltılması, ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin artırılması özellikle markalaşma ve pazar araştırmasında daha çok işletmenin bu imkândan yararlanması gerektiği sonucuna varılmıştır. Bunun için yapılması gereken en önemli adım devletin KOBİ'lere yeterli kredi desteği vermesi, gerekli finansal desteği sunması lazım hiç şüphesiz KOBİ'ler maddi yetersizliklerden dolayı markalaşma ve pazar araştırmasında istenilen yere gelemiyor.

KOBİ'lerde yoğun emek harcandığından insan faktörü çok önem taşımaktadır. Bundan dolayı nitelikli olması gerekmektedir. Nitelikli elaman bulundurma zorunluluğuna rağmen KOBİ'lerde bazen oluşan maddi sebeplerden dolayı yeterli maaşı verememesi hatta

bazen sigorta pirimlerinde aksaklık yaşanmasına sebep olabilir. Böyle olunca nitelikli ve uzman personeli elinde tutamıyor.

KOBİ'ler bankalardan kaynaklı bazı sorunlar yaşamaktadırlar. Bunun sebebi ise başvuru yapıldığında birçok prosedürle karşı karşıya geldiklerinden kredi başvurusundan çekinmektedirler. Bürokratik engeller, kredilerin kısa vadeli oluşu, yüksek faiz oranları, teminat unsurlarındaki yetersizlikler gibi nedenlerden dolayı bankacılık sisteminden tam manasıyla yararlanamıyorlar.

KOBİ'lerin üretim ve istihdama olan katkıları, değişen pazar koşullarına uyum sağlayan esnek ve dinamik bir yapıda olmalarından kaynaklanmaktadır. Fakat ekonomimiz içinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler ihracat ve katma değer konusunda gereken değeri görmemektedir. Araştırmada KOBİ'lerin ihracattan ne kadar yıllık toplam satış hasılatı elde ettiğini ve yıllık ortalama kaç farklı ülkeye ihracat yaptığını öğrenmek, tekstil sektöründeki KOBİ'lerin ihracattaki gelişimini ölçmek için yer alan ifadelerdir.

Türkiye'de KOBİ'lerin önemi ve gelişimi her geçen gün daha da artmaktadır. Buna karşılık bu gelişimin henüz istenilen düzeyde olmadığı söylenilebilir. Çünkü KOBİ'lerin yaşadıkları zorluklar, ihracat yaptıkları ülke sayısını ve buna bağlı olarak ta ihracattan elde ettikleri geliri olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü KOBİ'ler sermaye yetersizliğinden dolayı ihracat pazarlarına girememesine neden oluyor ve maddi yetersizlikten dolayı alternatif pazarlama tekniklerinde yeteri kadar faydalanmadığından dolayı ihracat yapılan ülke sayısı ve ihracattan elde edilen gelirin az olmasına sebep oluyor.

Elde ettiğim sonuçlar ışığında bu alanda araştırma yapacak araştırmacılara yararlı olduğunu düşündüğüm bazı öneriler;

- ✓ Ülkemizde yer alan KOBİ'lerin bir bütün olarak gelişmesi ve hızlı bir şekilde hareket etmesi için dış rekabete açılmaları, KOBİ'ler üzerinde uygulanan olumsuz sonuçlara neden olacak diplomatik sorunlara son vermek, ihracat politikasını aşamalı olarak değiştirmek için, uzun dönemde hazırlanan strateji politikası uygulanmalıdır.
- ✓ Üretilen ürünlerin ihracatı aşamasında gümrük vergilerinin düşürülmesi, yerli üretimin desteklenerek teşvik çalışmaları uygulanmalıdır.

- ✓ Devlet tarafından yasal düzenlemelerle ve danışmanlık hizmeti verilerek alternatif çözümler üretmeye teşvik edilmesi konusunda daha etkili ve kalıcı olacaktır.
- ✓ Ülkemizde üretilen malları satın alan ülkelerin taleplerinde değişme olursa bu değişiklik uzmanlar tarafından incelenmeli, standart kontrol formları uygulanmalı, talep değişikliğinin nedenleri araştırılarak istenilen ürünlerin zamanında üretilip yetiştirilmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır
- ✓ Finansal kriz ortamlarında KOBİ'lerde oluşacak paniği önlemek için kredi kurumlarıyla işbirliği yapılması gerekir.
- ✓ İşletmelerin ayrı bir finansman birimin bulunması ve modern yönetim fonksiyonlarının hayata geçirilmesi konusunda işletmelerin bilinçlendirilmesi gerekir.
- ✓ KOBİ'lerde girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyet aynı kişide toplanmaktadır. Genellikle, işletme sahibi mühendis, teknisyen ya da usta kökenli olup, sadece teknik bilgiye sahiptir. Fakat, yönetim kademesinde de sahip yönetici olduğu için karar alma ve strateji belirleme konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Buna bağlı olarak, sahip yöneticilerin, yönetim konusunda eğitim almaları, danışman desteği almaları ya da yönetimin profesyonel yöneticilere devredilmesi ile yaşanan sorunlar azaltılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abor, J. Y., Agbloyor, E., Kuipo, R. (2014). Bank Finance and Export Ectivities of Small and Medium Enterprises. *Review* (4), 97-103.
- Akat, Ö. (2001). *Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akgemci, T. (2001). *KOBİ''lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*. Ankara: KOSGEB Yayınları.
- Akın, F. (1996). Avrupa Birliği teknik mevzuat ve Gümrük Birliği'nde Türkiye için önemi. *Makine Magazin*.
- Akman, A. (2009). Kobiler ve Ekonomideki yeri. 23.05.2020 tarihinde www.memleket.com.tr. adresinden alındı.
- Aktar, A. (1990). *Kapitalizm Az Gelişmişlik ve Türkiye'de Küçük Sanayi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Alpugan, O. (1998). *Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. Ankara: Per Yayınları.
- Aras, G. (2001). KOBİ'lerin Sermaye Piyasası Yoluyla Fon Sağlama Olanakları: Tezgah Üstü Piyasalar ve Risk Sermayesi Finansman Modeli. *I. Orta Anadolu Kongresi*. Nevşehir: KOSGEB.
- Arı, T. (2011). *KOBİ'lerin İhracatta Karşılaştıkları Engellerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma* . Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Atabey, A., Saraç, T. B., Develi, A. (2011). *Dış Ticarete Giriş: Ders Notları*. Ankara: Elif Yayınevi.
- Aybeniz, A., İskender,H. (2005). Türkiye'de KOBİ'ler ve KOBİ'lerde planlama, uygulama ve denetim. *Mevzuat Dergisi* 8(87).
- Bağrıaçık, A. (1989). *Dışa açılma sürecinde küçük ve orta boy firmalar*. İstanbul: Dünya Yayınları.
- Bayram, N. (2013). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş amos uygulamaları* (2. bs.). Bursa: Ezgi Kitabevi
- Bilkey, W. (1978). An attempted integration of the literature on the export behavior of firms.

- Journal of International Business Studies* , 9 (1), 33-46.
- Bilkey, W. and Tesar, G. (1977) The export behaviour of small-sized wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studie*, 93-98
- Bozkurt, Ö. Ç. Ve Tunç, H. (2018, Ocak). KOBİ'lerde Dış Ticaret Sorunları : Antalya İli Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* , 14 (2), 386.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ömay., Köklü, N. (2011). Sosyal Bilimler İçin İstatistik. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Canitez, M. (2004). *Kobilerin İhracat Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Araştırma*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Niğde Üniversitesi .
- Cateora, P.R. (1993). *International Marketing*. Boston: The Dreyden Press.
- Cellich, C. (1995). An export marketing plan for small companies. *International Trade Forum* (2), 22.
- Cengiz, E., v.d. (2003). *Uluslararası pazarlara giriş stratejileri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Ceylan, A. (1982). *Küçük İşletmelerin Finansal Yönetimi ve Bursa Yöresinde Bir Uygulama*. Bursa.
- Civil, B. (2008). *KOBİ'lerin Finansal Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli ve Trabzon İlinde Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Çavuşgil, S.T. (1989). “Export development efforts in The United States: Experiences and Lessons Learned”, Export from small and medium enterprises in developing countires: *Issues and Perspectives*, 37-48.
- Çavuşgil, S.T. (1998). Executive insights: International partnering – A systematic framework for collaborating with foreign business partners. *Journal of International*, 6(1).
- Çelik, İ. (2007). *Basel II Bağlamında KOBİ'lerin Finansman Sorunları: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
- Çelik, A. ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*. Ankara: Nobel.
- Çelik, C. ve Karadal, H. (2007). KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Stratejilerinin Algılanan Performans Üzerine Etkileri: Aksaray ve Mersin Örneği. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 16 (2), 119-138.
- Çetin, C. (1996). *Yeniden Yapılanma ve Girişimcilik, KOBİ'ler ve Bunların Özendirilmesi*.

- İstanbul: Der Yayını.
- Doğan, Ö. ve Marangoz, M. (2002). KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama. *Dış Ticaret Dergisi* (24), 105-152.
- Düzce, Ç. (2007). *Türkiye'de KOBİ'lerin Finansal Sorunları ve Alternatif Finansman İmkanları*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Ege, İ. (2007). Mikro Finans ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler. 4. KOBİ''ler ve Verimlilik Kongresi.
- Ekinci, M. (2003). *Türkiye'de KOBİ'lerin Kurumsal Gelişimi ve Finansal Sorunları*. İstanbul: Akson.
- Ellis, P., Pecotich, A. (2001). Social factors influencing export initiation in small and medium sized enterprises. *Journal of Marketing*, 38(1), 110-122.
- Elitaş, B.L. ve Şeker, A. (2017). Uluslara, rası Ticarete Tarife Dışı Önlemlerin Rolü: Türkiye Tekstil Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. 1-74. doi: 10.25095/mufad.396859
- Eminoğlu, O. (2013). *Kobilerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar ve Devlet Destekleri Üzerine Ankara Sincan Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Evin, O. H. (2012). *Kobiler ve Türkiye Ekonomisine Etkileri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Gegez, E., v.d. (2003). *Uluslararası Pazarlama Çevresi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Göçen, E. (2015). *Tekstil Sektöründeki KOBİ''lere Yönelik Alternatif Finansman Teknikleri: Gaziantep İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Gözütok, A. (2012). *Tekstil sektöründeki kobilerin dış ticarete karşılaştığı sorunlar : Kahramanmaraş tekstil sektöründe bir alan araştırması*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Gümüştekin, G. (2005). KOBİ Niteliğindeki Aile İşletmelerinin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Kütahya Seramik Sanayi Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 82-86.
- Işık, N., ve Delice, G. (2007). Küreselleşme Sürecinde Kobi'lerin İhracat Sorunları ve E-Ticaret. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* (3), 75-89.

- İslambay, T. (2018). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları : Konya İmalat Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya.
- İsmailoğlu, A. H. (1992). Küçük işletmelerin toplumsal özellikleri ve sorunları. *Pazarlama dünyası* .
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Keegan, W.J. (1989). *Global marketing management: Englewood cliff*. Prentice Hall Inc.
- Kendirli, S., Bilginer, M. (2001). KOBİ'lere alternatif çözüm önerileri. *Standart Dergisi* (472).
- Karabıçak, M. ve Altuntepe, N. (2001). KOBİ'lerin Kredi Yoluyla Finansmanı. *Orta Anadolu Kongresi Bildirileri* (ss. 192). Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Karafakıoğlu, M. (1997). *Uluslararası Pazarlama Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karasar, N. (1991). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*,. Ankara.
- Kargül, İ. D. (1997). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Katsikeas, C.S. and 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.
- Khattak, J. K. (2011). SMEs' export problems in Pakistan. *Journal of Business Management and Economics* , 2 (5), 192-199.
- Kozlu, C. (1998). *Uluslararası Pazarlama* (4.Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları
- Kutlu, H. A. ve Demirci, N. S. (2007). KOBİ'lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri. *4.Verimlilik Kongresi*, (ss. 192).
- Leonidou, L. (1995). Export barriers: non-exporters' perceptions. *International Marketing Review* , 12 (1), 4-25.
- Moritz, A. and Block, J. H. (2016). Financing patterns of European SMEs – an empirical taxonomy. *Venture Capital* , 18 (2), 115-148.
- Müftüoğlu, M. T. (1997). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. İstanbul: EGS Bank Yayınları.

- Müftüoğlu, T. (1991). *Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler : Sorunlar*. Ankara: Sevinç Yayınevi.
- Müftüoğlu, T. ve Dorukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİLER*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Paliwoda, S. (1994). *The essence of international marketing* . New York: Irwin Press Inc.
- Oktay, E. ve Güney, A. (2002). Türkiye'de Kobilerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri. *21. Yüzyıldada Kobiler, Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*. (ss. 2). K.K.T.C: Doğu Akdeniz Üniversitesi.
- Öndeş, T. ve Güngör, N. (2013). KOBİ'lerin Finansmanı: Erzurum Organize Sanayi Bölgesinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 1-17.
- Özbek, Z. (2008). KOBİ'lerin Türk Ekonomisine Etkileri. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, Sayı (31)*, 49-57.
- Özdemir, S., Ersöz, H. Y., Sarioğlu, H. İ. (2007). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi (53)*, 179.
- Özgen, H. ve Doğan , S. (1998). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin. *Dış Ticaret Dergisi , 3 (9)*, 40.
- Özgener, Ş. (2003). Büyüme sürecindeki KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon sorunları: Nevşehir un sanayii örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (20)*, 137-161.
- Pinho, J. C. and Martins, L. (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small-and. *Journal of International Entrepreneurship , 8 (3)*, 254-272.
- Savcı, Y. (2009). *Kobilerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar* . Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi , Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Sekaran, U. (1992). *Research methods for business*. Canada: John Wiley ve Sons, Inc.
- Seyidoğlu, H. (2013), *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Shaw, V. and Darroch, J. (2004). Barriers to internationalisation: a study of entrepreneurial new ventures in New Zealand. *Journal of International Entrepreneurship , 2 (4)*, 327-343.
- Subaşı, T. (2006). *KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlarda Karşılaştıkları Sorunlar ve Örgütlenme*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Sugden, P. (1998). Government target small business for job growth and job creation. *Journal*

- of Australian Political Economy*, (9), 376-387.
- Swift, J.S. (1998). Cultural closeness as a facet of cultural affinity. *International Marketing Review* (16), 182-201.
- Şeker, A. (2015). *Tarife Dışı Önlemlerin Dış Ticaret Üzerindeki Etkisi: Türkiye Tekstil Sektörü Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi, Yalova.
- Şimşek, M.Ş. (1996). *Yönetim ve organizasyon (3.baskı)*. Konya: Damla Ofset.
- Wood, V.R., and Robertson, K.R. (2000). Evaluating international markets. *International Marketing Review* (17), 34-55.
- Yatbaz, A. (2013). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Halka Arz Yoluyla Finansmanı: Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP)*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yılmaz, Ö. (2010). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sisteminin Yeri ve Önemi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yörük, N. (2001). KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları KOBİ'lerin Kredi Yolu ile Finansmanda Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama. *I. Orta Anadolu Kongresi* (ss. 48). Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Yüce, G. (2007). *Türkiye'de İmalat Yapan KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri: Samsun İlinde Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Zou, S. and Stan, S. (1998). The determinants of export performance: A review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review* , 15 (5), 333-356.

EKLER

EK 1. Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Yetkili,

Bu anket çalışması, Gaziantep ilinde, tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada firmanızdan toplanacak veriler, bütünüyle istatistiksel çalışmalar için kullanılacaktır. Araştırmamızın sağlıklı sonuç vermesi ve sektörün mevcut sorunlarına çözüm bulunabilmesi için vereceğiniz cevaplar büyük önem taşımaktadır.

İlgi ve desteğinize teşekkür ederim.

EK -1 Kişisel Bilgiler	
İşletme Adı/Ünvanı:	
İşletmedeki Göreviniz:	
1. Cinsiyetiniz:	☐ Kadın ☐ Erkek
2. Yaşınız:	☐ 25 yaş ve altı ☐ 26-35 yaş ☐ 36-45 arası ☐ 46 – 55 ☐ 56 ve üstü
3. Eğitim Durumunuz:	☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Lisans ☐ Lisansüstü
4. Kurumda Çalışma Süreniz:	☐ 1 yıldan az ☐ 1-4 yıl ☐ 5-10 yıl ☐ 11-15 yıl ☐ 15 yıldan fazla
5. Medeni Durumunuz:	☐ Evli ☐ Bekâr

1. İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?

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

2. Yaklaşık olarak yıllık toplam satış hasılatınızın ne kadarını ihracattan temin

ediyorsunuz?

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

3. Yaklaşık olarak yıllık ortalama kaç farklı ülkeye ihracat yapmaktasınız?

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

4. Aşağıda işletmelerin **uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar** maddeler halinde verilmiştir. Lütfen bu sorunları kendi işletmenizi göz önüne alarak önemlilik derecesine göre işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5
Değişik karmaşık ve yabancı bulunan yasalar, dokümantasyonlar, işlemler, protokoller, uygulamalar					
Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar					
Ürün standartları, etiketlemeler ve işaretlemelerden kaynaklanan sorunlar					
Dağıtım kanallarında yer alan araçlar					
Uygun dağıtım kanallarının yokluğu					
Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği					
Problemli ve yüksek maliyetli taşıma hizmetleri					
Uluslararası dağıtımıcılar ve araçlar hakkında bilgi edinmedeki zorluklar					
Ödemelerden kaynaklanan sorunlar					
Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar					
Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar					
Depolama sorunları					
İhraç pazarlarındaki politik istikrar sorunu					
Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar					
Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri					
İhraç pazarlarında oluşan fiyatlar					
Yabancı pazarlardaki rekabet					
Uluslararası pazarlardaki talep dalgalanmaları					
İhracat pazarlarının analiz edilmesinde toplanan bilgilerin sınırlı olması ve bilgi toplamadaki sorunlar					

5. Aşağıda işletmelerin **ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar** maddeler halinde verilmiştir. Lütfen bu sorunları kendi işletmenizi göz önüne alarak önemlilik derecesine göre işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Ulusal pazarlarda talep olduğunda ihracat pazarlarının ihmal edilmesi					
Yoğun bir şekilde ulusal pazarlara odaklanmak					
Yüksek enflasyon					
Ulusal ekonomi ve pazarlardaki belirsizlik					
İhracatla ilgili kamu kuruluşlarının ağır ve yavaş bürokratik uygulamaları					
Vergi teşviklerinin ve kamu finansal desteklerin yetersizliği					
Devletin uluslar arası pazarlara yönelik konumlandırma ve tutundurma eylemlerindeki yetersizliği					
İhracata dönük etkin ve verimli olmayan devlet yardımları					
Taşıma alt yapısı ve liman hizmetleri					
İletişim olanakları					
Bankacılık hizmetleri					
Rüşvet ve kayırma					

6. Aşağıda işletmelerin işletme fonksiyonlarından kaynaklanan ihracatta karşılaştıkları sorunlar maddeler halinde verilmiştir. Lütfen bu sorunları kendi işletmenizi göz önüne alarak önemlilik derecesine göre işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5
İhracat faaliyetlerine yönetimin yeteri kadar zaman ayıramaması					
İhracat pazarlama planının olmaması veya yapılmaması					
İhracat departmanının olmayışı ya da yetersizliği					
Üst yönetimin ihracata yönelik istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar					
Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler					
Paketleme sorunları					
Ürünün kendisinden kaynaklanan sorunlar					
Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar					
İhracat pazarlarına yönelik Pazar araştırmasının yokluğu ya da yetersizliği					
İthalatçının istediği ürün ve kalite standartlarının karşılanmasındaki zorluklar					
İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması					
İhracatın finansmanında kullanılabilecek fonların yüksek maliyetli olması					
Üretim kapasitesindeki yetersizlikler					
Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli					
İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar					